



INFORME DE RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO

FECHA:	4 de enero de 2022
RESPONSABLE:	Juan José Peñaranda Arregoces
OFICINA:	Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano
ALCANCE:	Medir la satisfacción y percepción de los clientes externos de la Corporación

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA:

Es importante mencionar que para el periodo del presente informe debido a la emergencia sanitaria a nivel mundial por causa del Coronavirus COVID-19, la Presidencia de la Republica mediante Decreto No. 457 de 2020 ordeno el Aislamiento Preventivo Obligatorio en todo el territorio colombiano, obligando a la Corporación a adoptar medidas y planes de contingencia para lidiar con este fenómeno global y una de ellas implica la suspensión temporal de la atención presencial al público, la reducción de las visitas de campo u otras por parte de los funcionarios de la Corporación, implementar la estrategia del Teletrabajo, generando una disminución en las encuestas presenciales que se realizan en la sede central.

Durante el cuarto trimestre de 2021 se retornó con la aplicación de la encuesta para medir y conocer la percepción del servicio y las necesidades de los clientes externos de CORPOGUAJIRA; tal instrumento se estructura en doce (12) ítems entre los cuales se encuentran cuatro (4) preguntas cerradas, Cinco (5) preguntas semi-abiertas y Tres (3) preguntas abiertas. Los Cinco (5) primeros ítems son de corte geográficos y demográficos, donde se buscó determinar la procedencia, sexo y edad de los clientes; de la misma forma, existen Cuatro (4) ítems formulados para obtener información relativa respecto a la utilidad de los canales de atención al ciudadano y los temas de interés de los encuestados.

Se aclara que con la finalidad de conocer la percepción del servicio que presta la Corporación, se formularon dos (2) preguntas cerradas, las cuales por su connotación serán determinantes para establecer la calificación y nivel de satisfacción del servicio y la percepción que tiene el cliente externo de la imagen de la Corporación.





Así mismo, el instrumento de medición cuenta de un espacio opcional para dejar una recomendación o comentarios para la mejora de la gestión, los cuales serán descritos en las consideraciones finales del presente informe.

La encuesta fue aplicada a través de dos (2) modalidades: Presencialmente se **21** presentaron encuestas físicas y **40** formularios que fueron diligenciados de forma electrónica por personas que hacen uso de los canales virtuales dispuestos por la entidad.

En este sentido, para el periodo 1 de octubre de 2021 a 31 de diciembre de 2021 se aplicaron **61** encuestas bajo la referida metodología.

La aplicación del instrumento de medición contó con la participación de Oficina de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano, desde donde se enviaron respuestas electrónicas con el enlace de la encuesta en el link (<http://corpoguajira.gov.co/wp/encuestas-de-satisfaccion/>).

DESARROLLO Y ANALISIS DE RESULTADOS:

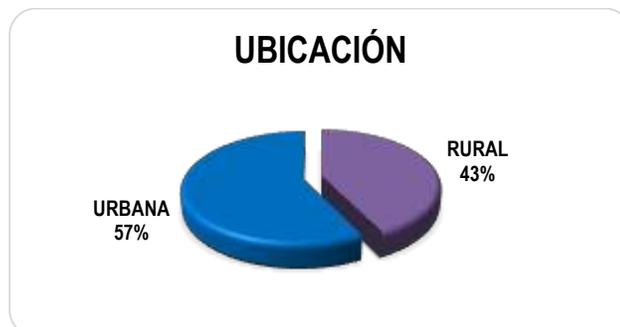
1. El primer ítem de la encuesta es conocer **la ubicación o lugar de procedencia del cliente**, respecto a los cual se obtuvo la siguiente información estadística:

Tabla No. 1: Ubicación del Cliente

VARIABLE: UBICACIÓN	RURAL	URBANA	TOTAL
FRECUENCIA	26	35	61
FRECUENCIA RELATIVA	0,43	0,57	1
%	42,62	57,38	100



Gráfica No. 1: Ubicación del Cliente



Se puede observar que el 57% de personas encuestadas durante el cuarto trimestre reside en zonas urbanas mientras que el 43% reside en zona rural..

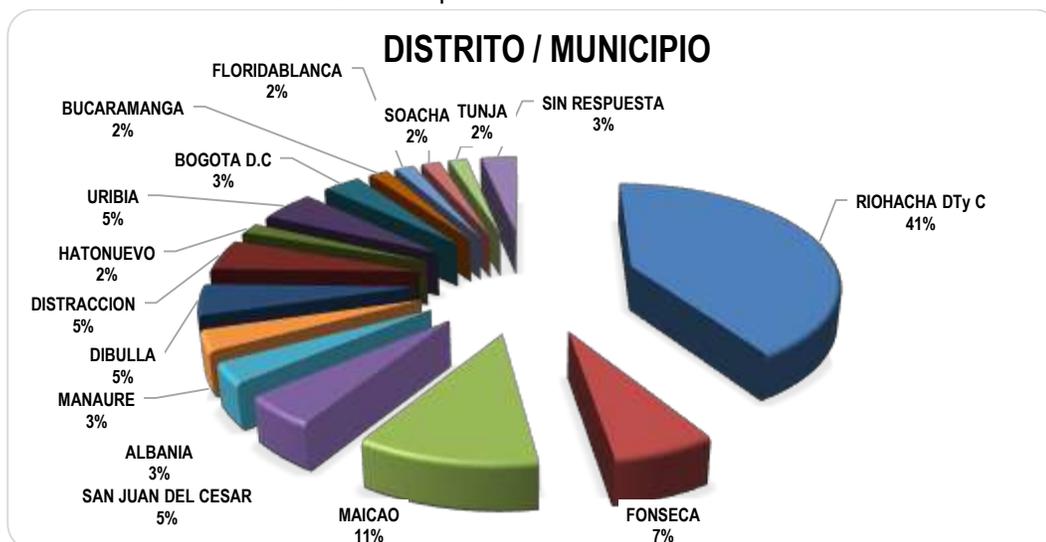
2. El segundo ítem hace referencia al **municipio o lugar en el cual se encuentra radicada la persona encuestada**; en este sentido se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla No. 2: Municipio de Residencia

VARIABLE: MUNICIPIO	DISTRITO / MUNICIPIO																TOTAL
	RIOHACHA D.Ty C	FONSECA	MAICAO	SAN JUAN DEL CESAR	ALBANIA	MANAURE	DIBULLA	DISTRACCION	HATONUEVO	URIBIA	BOGOTÁ D.C	BUCARAMANGA	FLORIDABLANCA	SOACHA	TUNJA	SIN RESPUESTA	
FRECUENCIA	25	4	7	3	2	2	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	61
FRECUENCIA RELATIVA	0,41	0,07	0,11	0,05	0,03	0,03	0,05	0,05	0,02	0,05	0,03	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03	1
%	40,98	6,56	11,48	4,92	3,28	3,28	4,92	4,92	1,64	4,92	3,28	1,64	1,64	1,64	1,64	3,28	100,00



Grafica No. 2: Municipio / Distrito de Residencia del Cliente



Como se puede apreciar en la tabla y gráfica No. 2, el 41% de la población encuestada reside en el Distrito de Riohacha – La Guajira, el 11% se encuentran en el municipio de Maicao, el 7% se encuentra en el municipio de Fonseca, el 5% se presentan los siguientes municipios de manera individual (San Juan del Cesar, Distracción, Dibulla y Uribía), se reporta también un 3% para los municipios y/o distritos de Albania, Manaure, la ciudad capital de Bogotá D.C y para un grupo de personas que no contestaron la pregunta, también se presenta un 2% de forma individual para los siguientes municipios y/o distritos Hatonuevo, Bucaramanga, Floridablanca, Soacha y Tunja.

- Consecuentemente se consultó sobre la **jurisdicción departamental del encuestado**, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla No. 3: Jurisdicción Departamental

CRITERIO	DEPARTAMENTO					TOTAL
	LA GUAJIRA	CUNDINAMARCA	BOYACA	SANTANDER	SIN RESPUESTA	
FRECUENCIA	53	3	1	2	2	61
FRECUENCIA RELATIVA	0,869	0,049	0,016	0,033	0,033	1
%	86,89	4,92	1,64	3,28	3,28	100,00



Grafica No. 3: Departamento al que pertenece



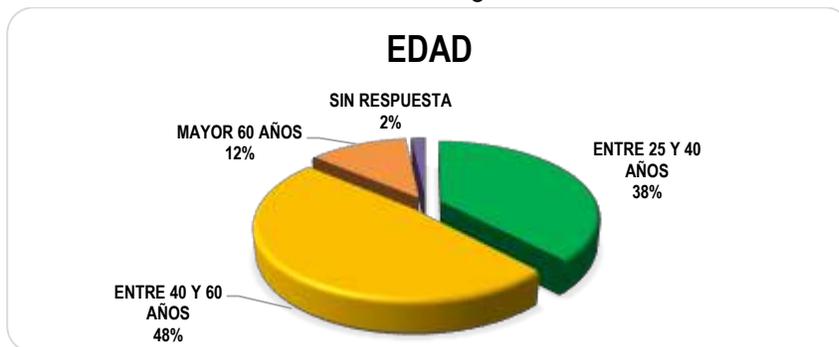
Como se puede apreciar y de acuerdo con las jurisdicciones municipales identificadas en el numeral anterior, el departamento de origen de los encuestados se distribuye en su mayoría en el Departamento de La Guajira representado en un 87% del total encuestado mientras que el 5% corresponde al departamento de Cundinamarca, el 3% de manera individual para el departamento de Santander y para un grupo de personas que no respondieron la encuesta y por último un 2% para el departamento de Boyacá.

- Con el objetivo de conocer características específicas sobre los grupos de valor de la Corporación, se consultaron los **rangos de edades** de las personas encuestadas, estos fueron los resultados:

Tabla No. 4: Rangos de Edad de los Encuestados

CRITERIO	VARIABLE: RANGO DE EDAD					
	ENTRE 18 Y 25 AÑOS	ENTRE 25 Y 40 AÑOS	ENTRE 40 Y 60 AÑOS	MAYOR 60 AÑOS	SIN RESPUESTA	TOTAL
FRECUENCIA	3	22	28	7	1	61
FRECUENCIA RELATIVA	0,05	0,36	0,46	0,11	0,02	0,98
%	4,92	36,07	45,90	11,48	1,64	100,00

Grafica No. 4: Rangos de Edad



El grafico No. 4 permite observar que los rangos de edades que durante el cuarto trimestre que requirieron los servicios que ofrece la Corporación fueron quienes tienen 40 y 60 años de edad con el 47%, seguido por el 38% de aquellos cuyas edades están en el rango entre 25 y 40 años; así mismo, el 12% de los encuestados presenta edades superiores a los 60 años mientras que durante el cuarto trimestre se presentaron personas que no registraron respuesta sobre este ítem y representó un 2% del total encuestado.

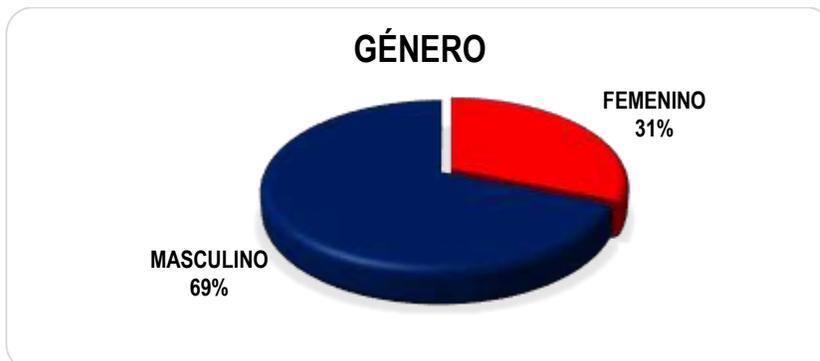
- Así mismo, con el propósito de obtener información de las características específicas del cliente externo, se consultó el **sexo de los usuarios**:

Tabla No. 5: Sexo de los Encuestados

CRITERIO	VARIABLE: SEXO			TOTAL
	FEMENINO	MASCULINO	OTRO	
FRECUENCIA	19	42	0	61
FRECUENCIA RELATIVA	0,311	0,689	0	1,000
%	31,15	68,85	0	100,00



Grafica No. 5: Sexo de los Encuestados



Analizando el grafico No. 5, se deduce que prácticamente la participación masculina fue mayor en las 2 modalidades de encuestas reportadas con un 69% del total de las encuestas generadas, mientras que la participación femenina fue menor con un 31% de las encuestas aplicadas.

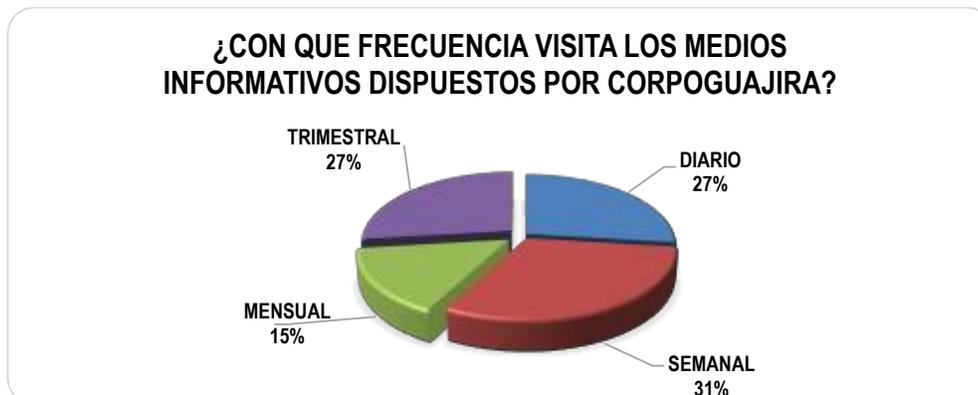
6. Respecto a los **canales de información dispuestos por la Corporación** para interactuar con la ciudadanía, se conocieron los siguientes datos:

Tabla No. 6: Frecuencia en la visita a Canales de Atención e Informativos

¿CON QUE FRECUENCIA VISITA LOS MEDIOS INFORMATIVOS DISPUESTOS POR CORPOGUAJIRA?						
VARIABLE	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	TRIMESTRAL	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	14	16	8	14	9	61
FRECUENCIA RELATIVA	0,23	0,26	0,13	0,23	0,15	1,00
%	22,95	26,23	13,11	22,95	14,75	100,00



Grafica No. 6: Frecuencia en la Visita a Canales de Atención e Informativos



La medición a este interrogante indicó que el 27% de los encuestados utilizan con mucha frecuencia los canales informativos dispuestos por la Corporación, ante lo cual los utilizan diariamente.

De igual forma se logró conocer que el 31% utiliza los medios de manera semanal mientras que el 15% de los encuestados manifestó utilizar estos medios en promedio cada 30 días, mientras que el 27% indicó hacer uso de los mismos de forma trimestral.

7. Frente a los **canales de atención más frecuentados** por la ciudadanía, estos fueron los resultados:

Tabla No. 7: Canal Informativo más Frecuentado

¿CUÁL DE LOS MEDIOS INFORMATIVOS DISPUESTOS POR CORPOGUAJIRA ES EL QUE MÁS FRECUENTA?							
VARIABLE: CANAL	PÁGINA WEB	EMAIL	REDES SOCIALES	CANALES PRESENCIALES	LÍNEAS TELEFONICAS	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	16	15	19	4	5	2	61
FRECUENCIA RELATIVA	0,262	0,246	0,311	0,066	0,082	0,033	0,97
%	26,23	24,59	31,15	6,56	8,20	3,28	100,00



Gráfica No. 7: Canal de Información más frecuentado



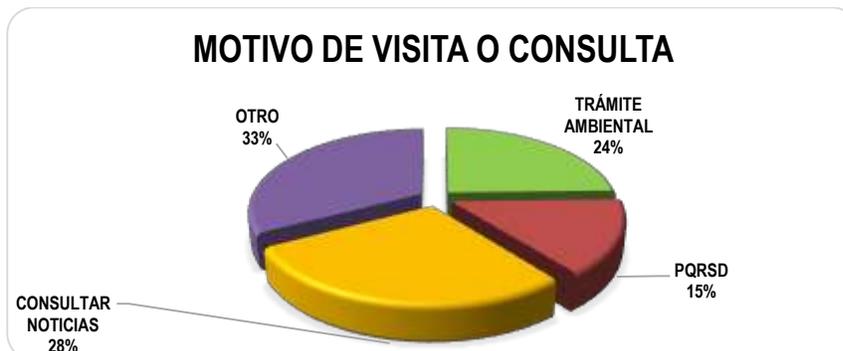
El gráfico No. 7 permite evidenciar que las Redes Sociales, como fue la constante durante el cuarto trimestre del 2021, fue el canal más frecuentado con 31%, seguido por la Página Web Corporativas con el 26%, se reporta con un 25% el canal Virtual (Correo Electrónico) se presentaron reporte de frecuencia por canales presenciales del 7% y de líneas telefónicas con un 8% mientras que se reporta otro tipo de respuestas para este ítem con un 3%.

8. Igualmente se consultó sobre el **motivo de la visita y/o consulta del usuario**, a los cual respondieron de acuerdo con la siguiente información:

Tabla No. 8: Motivo de Visita o Consulta

¿CUÁL ES EL MOTIVO DE SU CONSULTA O VISITA?					
VARIABLE: MOTIVO	TRÁMITE AMBIENTAL	PQRSD	CONSULTAR NOTICIAS	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	15	9	17	20	61
FRECUENCIA RELATIVA	0,246	0,148	0,279	0,328	1,000
%	24,590	14,754	27,869	32,787	100,00

Gráfico No. 8: Motivo de Visita o Consulta



Respecto al motivo de la visita o consulta por parte del encuestado, se encontró que el 15% lo hace con la finalidad interponer una PQRSD, el 24% para adelantar algún Trámite Ambiental al interior de la Corporación, el 28% lo hace para Consultar Noticias de interés que incluyen la gestión de la Corporación, y un 33% con otro motivo y/o finalidad como son para solicitar Forestación, para motivo de reuniones, presentar oferta de servicios, conocer las instalaciones de la Corporación y adelantar temas de gestión ambiental, entre otros.

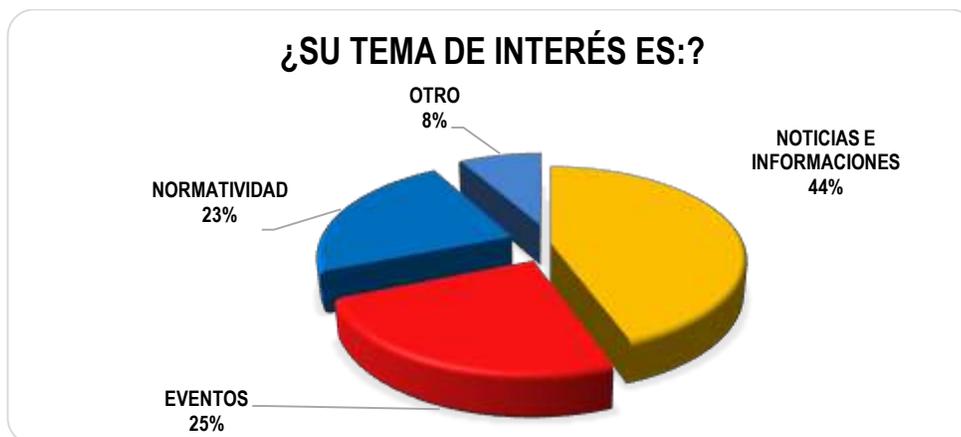
- En el mismo sentido se consultó sobre los **temas de interés** para los grupos de valor identificados por la Corporación, obteniendo la siguiente información:

Tabla No. 9: Tema de interés de los encuestados

¿SU TEMA DE INTERÉS ES?:					
VARIABLE	NOTICIAS E INFORMACIONES	EVENTOS	NORMATIVIDAD	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	27	15	14	5	61
FRECUENCIA RELATIVA	0,443	0,246	0,230	0,082	1,000
%	44,262	24,590	22,951	8,197	100,00



Gráfica No. 9: Tema de interés de los encuestados



El gráfico No. 9 permite observar que el mayor interés de la ciudadanía es conocer las Noticias e Informaciones que se generan en la Corporación con el 44%, seguido por el interés los eventos organizados por la Corporación con un 25%, en la Normatividad que aplica a la Corporación con el 23%, mientras que otro 8% manifestó otro tipo de interés entre los cuales se encuentran las gestiones contractuales, acompañamiento en el manejo de residuos y gestión ambiental, obtener servicios de educación ambiental, entre otros.

Finalmente, se evaluó la **Satisfacción por el Servicio en la Atención orientada al Ciudadano** y la **Precepción de la imagen de CORPOGUAJIRA**, los cuales, por su connotación, determinan la calificación de la atención y percepción del servicio por parte de la ciudadanía.

En tal sentido se definieron los siguientes parámetros y criterios para la interpretación del resultado obtenido:

Para cada uno de las variables se estableció un rango que representa el valor numérico en escala ascendente de 0 – 5, el cual está basado en la valoración para cada una de las opciones de respuesta en la pregunta.

Se debe ubicar el puntaje total de cada opción (**P/T**) dentro del rango que le corresponde de acuerdo con la siguiente tabla, con el fin de determinar su escala en cuanto a los criterios establecidos.



Tabla No. 10: Criterios de Calificación

VARIABLE	RANGO	CRITERIO
MALA	0 - 1,25	INSUFICIENTE
ACEPTABLE	1,26 - 2,5	TOLERABLE
BUENA	2,6 - 3,75	SATISFACTORIO
EXCELENTE	3,76 - 5	EXCELENTE

DATOS CUANTITATIVOS PARA LA VALORACIÓN

FRECUENCIA (F): Es una magnitud que mide el número de repeticiones por unidad de tiempo de cualquier fenómeno o suceso periódico. Se llama frecuencia a la cantidad de veces que se repite un determinado valor de la variable.

FRECUENCIA RELATIVA (F/R): Son fracciones equivalentes o aquellas que tienen el mismo valor o representan la misma parte de un objeto. Ejemplo $2/7$ es igual a 0,285714286. El resultado se multiplicará con el criterio de la variable de cada opción para encontrar el puntaje parcial de la misma.

PORCENTAJE (%): El porcentaje se usa para comparar una fracción (que indica la relación entre dos cantidades) con otra, expresándolas mediante porcentajes para usar 100 como denominador común. Este valor se adquiere dividiendo cada frecuencia por el total de respuestas y multiplicándola por 100. Ejemplo $2/7 * 100 = 28,57\%$.

PUNTAJE PARCIAL (P): Valor parcial que se adquiere de la multiplicación de la Frecuencia Relativa (F/R) con el valor de cada opción de respuesta en la pregunta.

PUNTAJE TOTAL DE LA PREGUNTA (P/T): Valor que se obtiene sumando todos los valores parciales de cada opción de respuesta en la pregunta.

Así las cosas, se obtuvo el siguiente resultado:



Tabla No. 11: Satisfacción de la Atención y/o Servicio recibido

¿PARA USTED LA ATENCION DE CORPOGUAJIRA ES:?						
CRITERIO	1,25	2,5	3,75	5	TOTAL	P/T
VARIABLE	MALA	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE		
FRECUENCIA	0	2	14	45	61	4,63
FRECUENCIA RELATIVA	0,000	0,033	0,230	0,738	1,000	
%	0,00	3,28	22,95	73,77	100,00	
PUNTAJE	0,00	0,08	0,86	3,69	4,63	

Gráfico No. 10



Se puede evidenciar que el servicio fue calificado como Excelente por el 74% de los encuestados, se presentó una calificación del 23% para Buena y un 3% para Aceptable, lo cual es coherente el puntaje de **4.63** que lo ubica dentro del criterio de **Excelencia** en el rango de 3.76 – 5 definido en la tabla No. 10 del presente informe.

Respecto a la **precepción de la imagen** de la Corporación el resultado refleja lo siguiente:



Tabla No. 12: Percepción de la Imagen de CORPOGUAJIRA

¿PARA USTED LA IMAGEN DE CORPOGUAJIRA ES:?						
CRITERIO	1,25	2,5	3,75	5	TOTAL	P/T
VARIABLE	MALA	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE		
FRECUENCIA	0	4	20	37	61	4,43
FRECUENCIA RELATIVA	0,000	0,066	0,328	0,607	1,000	
%	0,00	6,56	32,79	60,66	100,00	
PUNTAJE	0,00	0,16	1,23	3,03	4,43	

De acuerdo con los criterios predeterminados, el puntaje obtenido indica que la percepción de la imagen de la Corporación, con un puntaje total de **4.43** se encuentra en el rango 3.76 – 5 definido equivalente al criterio **Excelencia**.

Grafica No. 11: Percepción de la imagen de CORPOGUAJIRA



La anterior interpretación, obedece a una tendencia en la calificación orientada a la excelencia manifestada por los encuestados y a la muy buena aceptación por parte de la ciudadanía dada la trayectoria y reconocimiento al trabajo realizado por la Corporación desde su establecimiento en el departamento.

Así las cosas, los resultados indican que el universo encuestado percibe a la Corporación de la siguiente manera: Excelente 61%, Buena 33% y Aceptable 6%.





MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO DE LA CORPORACIÓN DURANTE LA VIGENCIA DEL 2021

Durante la vigencia 2021 se aplicaron 96 encuestas virtuales y 32 encuestas físicas para un total de **128** encuestas diligenciadas.

De acuerdo a los reportes de trimestres anteriores se obtiene que para el primer trimestre del año 2021 la Corporación reportó 17 encuestas con un resultado de 3.78 arrojando un criterio de Excelencia, para el segundo trimestre la Corporación reportó 31 encuestas con un resultado de 3.89 arrojando un criterio de Excelencia, para el tercer trimestre con 19 encuestas un resultado de 4.80 de criterio se obtiene nuevamente la Excelencia y para el último trimestre se reportó un total de 61 personas encuestadas y un resultado de 4.53% colocando a la Corporación nuevamente en el criterio de Excelencia. Realizando un análisis promediado para los periodos de los 4 trimestres se obtiene un total de 128 personas encuestadas y un criterio de Excelencia.

A continuación, se presentan las principales conclusiones una vez tomados los valores de los resultados de las encuestas trimestrales realizadas durante la vigencia 2021:

Tabla No. 13 Satisfacción de la Atención y/o Servicio recibido vigencia 2021

¿PARA USTED LA ATENCION DE CORPOGUAJIRA ES:?						
CRITERIO	1,25	2,5	3,75	5	TOTAL	P/T
VARIABLE	MALA	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE		
FRECUENCIA	6	6	32	84	128	4,39
FRECUENCIA RELATIVA	0,047	0,047	0,250	0,656	1,000	
%	4,69	4,69	25,00	65,63	100,00	
PUNTAJE	0,06	0,12	0,94	3,28	4,39	



Gráfico No. 12



Tabla No. 14 Percepción de la Imagen de CORPOGUAJIRA vigencia 2021

¿PARA USTED LA IMAGEN DE CORPOGUAJIRA ES:?						
CRITERIO	1,25	2,5	3,75	5	TOTAL	P/T
VARIABLE	MALA	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE		
FRECUENCIA	5	11	41	71	128	4,24
FRECUENCIA RELATIVA	0,039	0,086	0,320	0,555	1,000	
%	3,91	8,59	32,03	55,47	100,00	
PUNTAJE	0,05	0,21	1,20	2,77	4,24	



Gráfico No. 13 Percepción de la imagen de CORPOGUAJIRA



De acuerdo a la Tabla No. 13, 14 y 5 la percepción del servicio y la imagen de la Corporación durante la vigencia 2021 se ubicó en un criterio de “Excelencia” debido al puntaje de 4.39 para la atención y 4.24 para la percepción de la imagen corporativa, en una escala de 0 – 5, lo que promediado permite que el puntaje final de este indicador anual se ubique en 4.3 ubicando a la Corporación en el criterio de **Excelencia**.



CONSIDERACIONES FINALES

Los resultados de la medición realizada al cuarto trimestre de 2021 han permitido conocer y determinar datos relevantes respecto a la percepción que los grupos de interés tienen sobre la gestión desarrollada por la Corporación de acuerdo con su naturaleza; en este sentido, a continuación, se presentan las principales conclusiones:

La percepción del servicio y la imagen de la Corporación se ubicó en un criterio de “**Excelente**” con un puntaje de 4.63 para la atención y 4.43 para la percepción de la imagen corporativa, en una escala de 0 – 5, lo que promediado permite que el puntaje final de este indicador trimestral se ubique en **4.53** ubicando a la Corporación en el criterio de **Excelencia**.

Es preciso informar que el origen de los encuestados se distribuye en su mayoría en el Departamento de La Guajira representado en un 87% del total encuestado quienes reconocen el buen nombre de CORPOGUAJIRA e igualmente califican el servicio como **Excelente**, mientras que el 5% corresponde al departamento de Cundinamarca, el 3% de manera individual para el departamento de Santander y para un grupo de personas que no respondieron la encuesta y por último un 2% para el departamento de Boyacá.

Los resultados permiten inferir los rangos de edades que durante el cuarto trimestre que requirieron los servicios que ofrece la Corporación fueron quienes tienen 40 y 60 años de edad con el 47%, seguido por el 38% de aquellos cuyas edades están en el rango entre 25 y 40 años; así mismo, el 12% de los encuestados presenta edades superior a los 60 años mientras que durante el cuarto trimestre se presentaron personas que no registraron respuesta sobre este ítem y representó un 2% del total encuestado.

Se evidencia que las Redes Sociales, como fue la constante durante el cuarto trimestre del 2021, fue el canal más frecuentado con 31%, seguido por la Página Web Corporativas con el 26%, se reporta con un 25% el canal Virtual (Correo Electrónico) se presentaron reporte de frecuencia por canales presenciales del 7% y de líneas telefónicas con un 8% mientras que se reporta otro tipo de respuestas para este ítem con un 3%.

Durante la vigencia 2021 de se aplicaron 96 encuestas virtuales y 32 encuestas físicas para un total de **128** encuestas diligenciadas.

La percepción del servicio y la imagen de la Corporación durante la vigencia 2021 se ubicó en un criterio de “Excelencia” debido al puntaje de 4.39 para la atención y 4.24 para la percepción





de la imagen corporativa, en una escala de 0 – 5, lo que promediado permite que el puntaje final de este indicador anual se ubique en 4.3 ubicando a la Corporación en el criterio de **Excelencia**.

Finalmente, y a pesar que la imagen institucional y el servicio que presta la entidad fueron calificados en criterios de **Excelencia** para el periodo del cuarto trimestre, a continuación, se relacionan los comentarios y/o recomendaciones planteados por los grupos de interés durante la vigencia 2021, entre los cuales se destacan los siguientes:

Comentarios Negativos:

- “No respondieron a mi pregunta”.
- “Se debe fortalecer el ejercicio de la autoridad ambiental y hacer más riguroso el cumplimiento de las normas ambientales promulgadas.”
- “Se debe mejorar en los canales de información”.
- “Dar respuesta de fondo a los procesos y tramites radicados antes la Corporación”.
- “No responden las solicitudes, llevo más de 4 meses esperando respuesta.”
- “Prestarle atención a las peticiones que tengan que ver con la salud”.
- “Hasta el momento no he recibido respuesta a la petición”.
-

Comentarios Positivos:

- “Felicitaciones se percibe calidad humana”.
- “Buena gestión con el manejo de la Correspondencia”.
- “Seguir manteniendo los tiempos de respuestas en los radicados por medio del correo electrónico. Felicitaciones”.
- “Que es una gran entidad en bien del Medio ambiente del Departamento de la Guajira”.
- “Excelente servicio”.
- “Primera vez, que lo ocupo, y me parece una entidad comprometida con el medio ambiente”.
- “Todo excelente en la recepción”.
- “Gracias por tenerme en cuenta en sus encuestas, me gusta todo lo relacionado con lo ambiental”.
- “Hermosa la Familia CORPOGUAJIRA”.
- “Hasta ahora me encuentro satisfecho con las funciones de Corpoguajira”.



Recomendaciones:

- Hacer más presencia en los humedales.
- Capacitar al campesino de forma permanente para crear conciencia, responsabilidad y respeto por el ambiente.
- Es importante puedan acompañar más de la mano a los proyectos desarrollados en el departamento.
- Realizar con mayor frecuencia los eventos.
- Innovar y renovar las piezas publicitarias.
- Agilizar los procesos de respuestas de solicitudes y/o peticiones sobre todo aquellas provenientes de los Entes de Control.
- Priorizar las solicitudes para poder emitir una respuesta oportuna a los distintos grupos de interés de la Corporación.
- Fortalecer la cohesión de Grupo en el Trabajo y Gestión por la Entidad.
- Crear "Revista Corpoguajira".

Atentamente,



JUAN JOSE PEÑARANDA ARREGOCES

Asesor de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano

