

INFORME DE RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO

FECHA: 5 de julio 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:

Durante el segundo trimestre de 2022 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, no se presentaron encuestas físicas y 72 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 abril de 2022 a 30 de junio de 2022 se aplicaron **72** 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	22	50	72
FRECUENCIA RELATIVA	0,31	0,69	1
%	30,56	69,44	100

Grafica No. 1: Ubicación del Cliente

UBICACIÓN



Se puede observar que el 69% de personas encuestadas durante el segundo trimestre 2022 reside en zonas urbanas mientras que el 31% reside en zona rural.

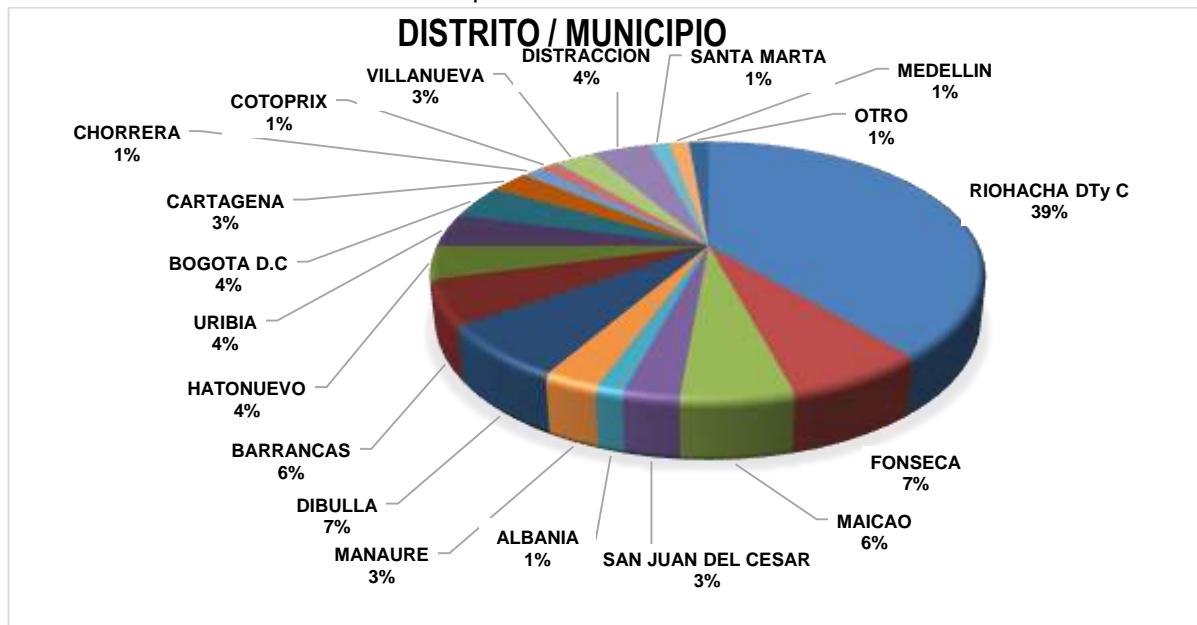
2. El segundo ítem hace referencia al **municipio o lugar en el cual se encuentra radicada la persona encuestada**; en este sentido se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla No. 2: Municipio de Residencia

VARIA BLE: MUNI CIPIO	DISTRITO / MUNICIPIO																			
	RIOH ACH A DTy C	FON SEC A	MAI CA O	SA N JU AN DE L CE SA R	ALB ANI A	MAN AUR E	DIB ULL A	BARR ANCA S	HATO NUEV O	UR IBI A	BO GO TA D.C	CART AGEN A	CHO RRE RA	COT OPRI X	VILLA NUEV A	DISTR ACCIO N	SA NT A MA RT A	MED ELLI N	O TR O	TO TA L
FREC UENCI A	28	5	4	2	1	2	5	4	3	3	3	2	1	1	2	3	1	1	1	72
FREC UENCI A RELA TIVA	0,39	0,0 7	0,0 6	0, 03	0,0 1	0,0 3	0,0 7	0,06	0,04	0, 04	0,0 4	0,03	0,01	0,0 1	0,03	0,04	0, 01	0,0 1	0, 01	1
%	38,8 9	6,9 4	5,5 6	2, 78	1,3 9	2,7 8	6,9 4	5,56	4,17	4, 17	4,1 7	2,78	1,39	1,3 9	2,78	4,17	1, 39	1,3 9	1, 39	10 0,0 0



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



Como se puede apreciar en la tabla y gráfica No. 2, el 39% de la población encuestada reside en el Distrito de Riohacha – La Guajira, el 7% se encuentran en los municipios de Fonseca, Dibulla, el 6% se encuentra en el municipio de Maicao, Barrancas, el 4% se presentan los siguientes municipios de manera individual (Hatonuevo, Uribía, Bogotá D.C, Distracción) se reporta también un 3% para los municipios y/o distritos de San Juan del Cesar, Manaure, Cartagena, Villanueva, de igual manera se presenta un 1% de forma individual para los siguientes municipios y/o distritos Albania, Chorrera, Cotoprix, Santa Marta, Medellín.

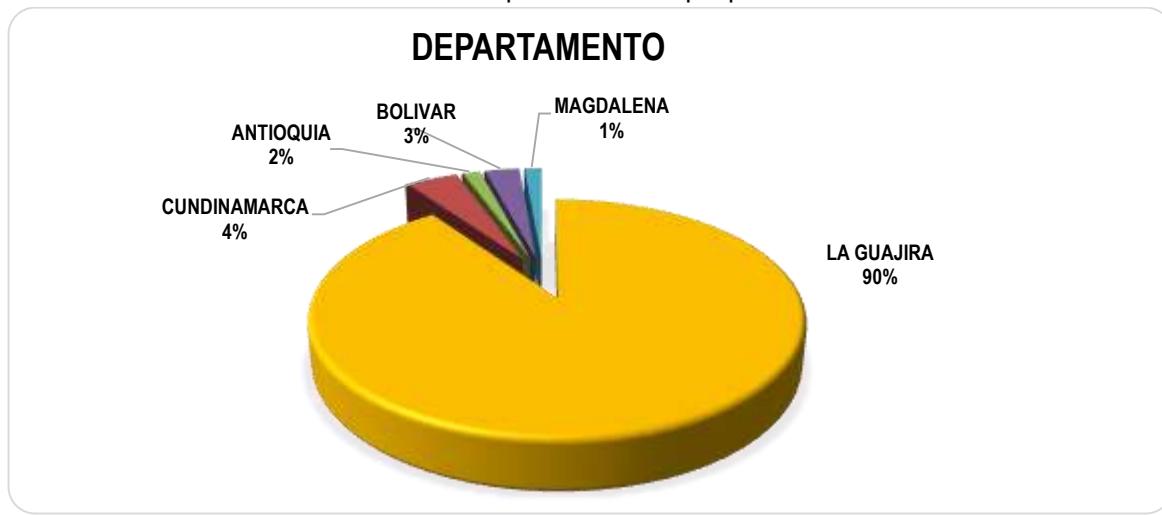
3. Consecuentemente se consultó sobre la **jurisdicción departamental del encuestado**, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla No. 3: Jurisdicción Departamental

CRITERIO	DEPARTAMENTO					TOTAL
	LA GUAJIRA	CUNDINAMARCA	ANTIOQUIA	BOLIVAR	MAGDALENA	
FRECUENCIA	65	3	1	2	1	72
FRECUENCIA RELATIVA	0,903	0,042	0,014	0,028	0,014	1
%	90,28	4,17	1,39	2,78	1,39	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 90% del total encuestado mientras que el 4% corresponde al departamento de Cundinamarca, el 3% corresponde al departamento de Bolívar, el 2% se reporta para el departamento de Antioquia y por último un 1% para el departamento del Magdalena.

4. 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	TOTAL
FRECUENCIA	1	32	28	11	72
FRECUENCIA RELATIVA	0,01	0,44	0,39	0,15	1,00
%	1,39	44,44	38,89	15,28	100,00



Grafica No. 4: Rangos de Edad



El grafico No. 4 permite observar que los rangos de edades que durante el segundo trimestre que más requirieron los servicios que ofrece la Corporación fueron quienes tienen entre 25 y 40 años de edad con el 45%, seguido por el 39% de aquellos cuyas edades están en el rango entre 40 y 60 años; así mismo, el 15% de los encuestados presenta edades superiores a los 60 años mientras que durante el segundo trimestre se presentaron personas entre 18 y 25 años representado en un 1%.

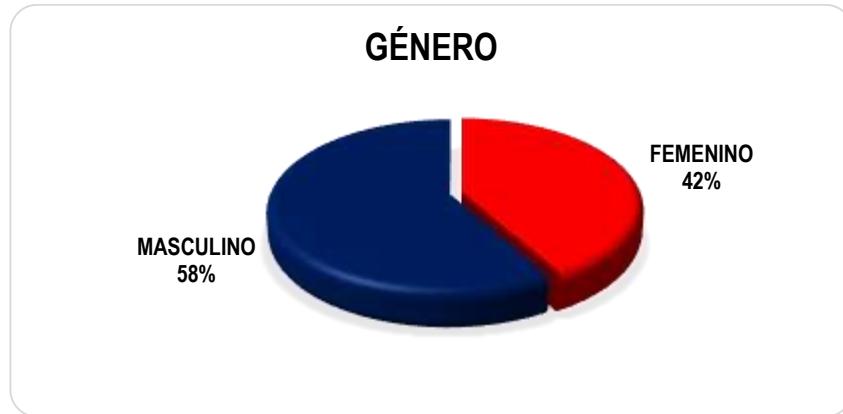
5. Así mismo, con el propósito de obtener información de las características específicas del cliente externo, se consultó **el sexo de los usuarios**:

Tabla No. 5: Sexo de los Encuestados

CRITERIO	VARIABLE: SEXO			TOTAL
	FEMENINO	MASCULINO	OTRO	
FRECUENCIA	30	42	0	72
FRECUENCIA RELATIVA	0,417	0,583	0	1,000
%	41,67	58,33	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 la modalidad de encuestas reportadas con un 58% del total de las encuestas generadas, mientras que la participación femenina fue menor con un 42% 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:

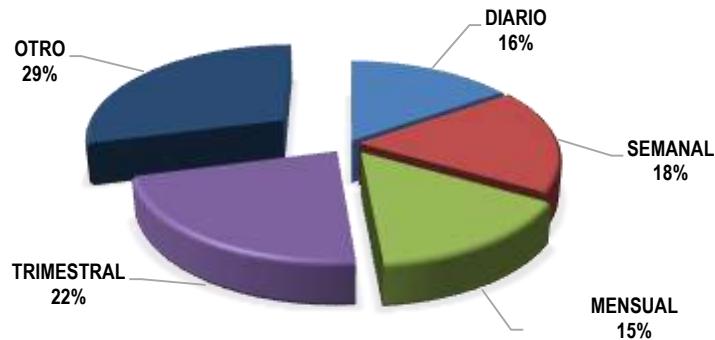
Tabla No. 6: Frecuencia en la visita a Canales de Atención e Informativos

¿CON QUE FRECUENCIA VISITA LOS MEDIOS INFORMATIVOS DISPUESTOS POR CORPOGUAJIRA?						
VARIABLE	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	TRIMESTRAL	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	11	13	11	16	21	72
FRECUENCIA RELATIVA	0,15	0,18	0,15	0,22	0,29	1,00
%	15,28	18,06	15,28	22,22	29,17	100,00



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

¿CON QUE FRECUENCIA VISITA LOS MEDIOS INFORMATIVOS DISPUESTOS POR CORPOGUAJIRA?



La medición a este interrogante indicó que el 22% de los encuestados utilizan con mucha frecuencia los canales informativos dispuestos por la Corporación, ante lo cual los utilizan trimestralmente.

De igual forma se logró conocer que el 18% utiliza los medios de manera semanal mientras que de manera mensual se reporta un 15%, el 16% de los encuestados manifestó utilizar estos medios diariamente, mientras que el 29% indicó hacer uso de los mismos de otra manera (2 veces por semana, rara vez etc).

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	LINEAS TELEFONICAS	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	23	24	19	2	2	2	72
FRECUENCIA RELATIVA	0,319	0,333	0,264	0,028	0,028	0,028	0,97
%	31,94	33,33	26,39	2,78	2,78	2,78	100,00



Gráfica No. 7: Canal de Información más frecuentado



El gráfico No. 7 permite evidenciar que el canal Virtual (Correo Electrónico), como fue la constante durante el segundo trimestre del 2022 fue el canal más frecuentado con 33%, seguido por la Página Web Corporativas con el 32%, se reporta con un 26% el canal de Redes Sociales, se presentaron reporte de frecuencia por canales presenciales del 3% al igual que de líneas telefónicas y con un 3% se reporta otro tipo de respuestas para este ítem.

8. Igualmente se consultó sobre el **motivo de la visita y/o consulta del usuario**, a los cuales 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	19	22	10	21	72
FRECUENCIA RELATIVA	0,264	0,306	0,139	0,292	1,000
%	26,389	30,556	13,889	29,167	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 31% lo hace con la finalidad interponer una PQRSD, el 26% para adelantar algún Trámite Ambiental al interior de la Corporación, el 14% lo hace para Consultar Noticias de interés que incluyen la gestión de la Corporación, y un 29% 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.

9. 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	36	8	16	12	72
FRECUENCIA RELATIVA	0,500	0,111	0,222	0,167	1,000
%	50,000	11,111	22,222	16,667	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 50%, seguido en la Normatividad que aplica a la Corporación con el 22%; por el interés los eventos organizados por la Corporación se reporta un 11%, mientras que un 17% 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 ATENCIÓN DE CORPOGUAJIRA ES?:						P/T
CRITERIO	1,25	2,5	3,75	5	TOTAL	
VARIABLE	MALA	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE		
FRECUENCIA	6	3	21	42	72	4,22
FRECUENCIA RELATIVA	0,083	0,042	0,292	0,583	1,000	
%	8,33	4,17	29,17	58,33	100,00	
PUNTAJE	0,10	0,10	1,09	2,92	4,22	

Gráfico No. 10



Se puede evidenciar que el servicio fue calificado como Excelente por el 59% de los encuestados, se presentó una calificación del 29% para Buena, un 4% para Aceptable y por último un 8% para Mala, lo cual es coherente el puntaje de **4.22** 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:

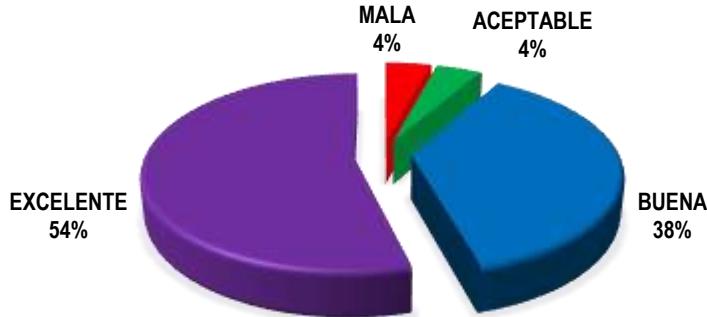
Tabla No. 12: Percepción de la Imagen de CORPOGUAJIRA

¿PARA USTED LA IMAGEN DE CORPOGUAJIRA ES?:					
CRITERIO	1,25	2,5	3,75	5	TOTAL
VARIABLE	MALA	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE	P/T
FRECUENCIA	3	3	27	39	72
FRECUENCIA RELATIVA	0,042	0,042	0,375	0,542	1,000
%	4,17	4,17	37,50	54,17	100,00
PUNTAJE	0,05	0,10	1,41	2,71	4,27

De acuerdo con los criterios predeterminados, el puntaje obtenido indica que la precepción de la imagen de la Corporación, con un puntaje total de **4.27** se encuentra en el rango 3.76 – 5 definido equivalente al criterio **Excelencia**.

Grafica No. 11: Percepción de la imagen de CORPOGUAJIRA

¿PARA USTED LA IMAGEN DE CORPOGUAJIRA ES?



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 56%, Buena 33%, Aceptable 4% y Mala 6%.



CONSIDERACIONES FINALES

Los resultados de la medición realizada al segundo trimestre de 2022 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 4.22 para la atención y 4.27 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 **4.24** 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 90% del total encuestado quienes reconocen el buen nombre de CORPOGUAJIRA e igualmente califican el servicio como **Excelente**, mientras que el 4% corresponde al departamento de Cundinamarca, el 3% corresponde al departamento de Bolívar, el 2% se reporta para el departamento de Antioquia y por último un 1% para el departamento del Magdalena.

Los resultados permiten inferir los rangos de edades que durante el segundo trimestre que más requirieron los servicios que ofrece la Corporación fueron quienes tienen entre 25 y 40 años de edad con el 45%, seguido por el 39% de aquellos cuyas edades están en el rango entre 40 y 60 años; así mismo, el 15% de los encuestados presenta edades superiores a los 60 años mientras que durante el segundo trimestre se presentaron personas entre 18 y 25 años representado en un 1%.

Se permite evidenciar que el canal Virtual (Correo Electrónico), como fue la constante durante el segundo trimestre del 2022 fue el canal más frecuentado con 33%, seguido por la Página Web Corporativas con el 32%, se reporta con un 26% el canal de Redes Sociales, se presentaron reporte de frecuencia por canales presenciales del 3% al igual que de líneas telefónicas y con un 3% se reporta otro tipo de respuestas para este ítem.

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 segundo trimestre, a continuación, se relacionan los comentarios y/o recomendaciones planteados por los grupos de interés durante la vigencia del presente informe, entre los cuales se destacan los siguientes:



Comentarios Negativos:

- “No me dieron respuesta. Me devolvieron el correo con un PDF en el que decía MI petición SIN respuesta”.
- “Es imposible comunicarse con Corpoguajira por vía telefónica y por vía correo, nadie responde. Hay que recurrir a derechos de petición y ni así responden”.
- “Los funcionarios no contestan correos y la comunicación vía telefónica es pésima, casi nunca contestan”.
- “Demoran demasiado en dar respuestas a los trámites presentados”.
- “Llevamos más de 10 meses tratando que Corpoguajira de atención a una petición y aunque hemos radicado varias solicitudes sobre el mismo tema aún no nos han dado respuesta. Esperamos que con la radicación de un derecho de petición se atienda nuestra solicitud”.

Comentarios Positivos:

- “BUENA GESTIÓN”.
- “Muy eficiente el servicio prestado”.
- “Felicitarlos por estar siempre atentos a las necesidades que necesitamos que ustedes den solución, gracias”.
- “Gracias por su excelente y pronta respuesta”.
- “EXCELENTE ATENCIÓN”.
- “Excelente atención de parte de todos”.
- “La mejor autoridad ambiental del país”.

Recomendaciones:

- “Por favor sigan prestando el servicio con tanta eficiencia y calidad como lo hacen. Felicitaciones”.
- “Mantenerse y superarse”.
- “Seguir adelante prestándole atención al usuario”.
- “Un poco más de vigilancia a la zona rural ya que las empresas que trabajan en el mejoramiento de las aguas vulneran los derechos de nosotros los dueños de tierra”.
- “Es necesario que verifiquen en campo el verdadero consumo de agua, porque los agricultores estamos siendo muy afectados con estas medidas”.
- “Disminuir los tiempos de los trámites de concesiones de agua sería un reto”.
- “Los campesinos de las eras protegidas del Perijá, pedimos que se nos agilicen los permisos ambientales solicitados”.



De conformidad con lo establecido en la Ley No. 1712 de 2014 “Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones”, esta información se pone a disposición de nuestros grupos de interés, quienes pueden consultarla en el portal web www.corpoguajira.gov.co

Atentamente,

JUAN JOSE PEÑARANDA ARREGOCES
Asesor de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano

