

# INFORME DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS 2021

## Personas Jurídicas

Corpamag, en el marco de su estrategia de rendición de cuentas, y basado en la “Guía metodológica para la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés” del Departamento Nacional de Planeación (DNP), realizó su caracterización de usuarios o grupos de interés.

Este documento se constituye en un instrumento para conocer el contexto y del grupo de interés participante; así como el lenguaje que se empleará para dirigirse al grupo de interés, y contribuir a la política de desarrollo administrativo “transparencia, participación y de servicio al ciudadano.



Magdalena *Industria*  
LIVIR, GEE TROPY LOS T'ANGOS

[www.corpamag.gov.co](http://www.corpamag.gov.co)



@corpamag



## **1. OBJETIVO GENERAL:**

Caracterizar a las personas jurídicas de los servicios de la Corporación Autónoma Regional del Magdalena.

### **1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Conocer las particularidades, intereses y preferencias de los usuarios (Personerías Jurídicas) de CORPAMAG.
- Identificar los canales de preferencia de los usuarios y grupos de interés para mejorar los mecanismos de atención de CORPAMAG.
- Determinar el lenguaje que debe ser usado para dirigirse a cada grupo.
- Distinguir los espacios de cooperación y diálogo de preferencia.

## **2. EQUIPO LIDER DEL EJERCICIO DE CARACTERIZACION**

Para llevar a cabo la caracterización de usuarios *Personas Jurídicas* es importante tener en cuenta que el principal liderazgo lo ejerce el Equipo de Rendición de Cuentas integrado por uno o más representante de las siguientes dependencias de Corpamag: Subdirección de Gestión Ambiental, Subdirección de Educación Ambiental, Subdirección Técnica, Oficina de Planeación, Oficina Jurídica y la Oficina de Comunicaciones.

## **3. GRUPOS DE VALOR DE CORPAMAG**

La Corporación Autónoma Regional del Magdalena cuenta con los siguientes grupos de valor focalizados en las distintas dependencias que le constituyen:

- Organizaciones sin ánimo de lucro
- Organizaciones Sociales
- Grupos Veredales
- Entidades públicas (del orden nacional, departamental y municipal)
- Entes de Control
- Entidades de Cooperación Internacional
- Personas Naturales
- Empresas privadas



## 4. IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE VARIABLES

Se identificaron las variables para el cumplimiento de los objetivos de la caracterización, de acuerdo con los lineamientos establecidos en la guía de Caracterización del DNP.

### 4.1. VARIABLES PROPUESTAS PERSONAS JURÍDICAS

Nivel	Variable	Característica evidenciada	Consideraciones
<b>Geográficas</b>	Cobertura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipal</li> <li>• Regional</li> <li>• Nacional</li> </ul>	Permite identificar el alcance geográfico de la gestión
	Dispersión	Número de sucursales con las que cuenta	Permite identificar en que zonas tienen presencia y por el cual podrían solicitar el servicio.
	Ubicación principal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar la ciudad</li> </ul>	Permite identificar los sitios en donde se toman decisiones.
<b>Tipología Organizacional</b>	Fuente de recursos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pública</li> <li>• Privada</li> <li>• Mixto</li> </ul>	Esta variable es importante para identificar oportunidades y limitaciones que las organizaciones usuarias pueden tener en su operación
	Tamaño de la entidad	Definir si lo requerimos por número de empleados o por el presupuesto de ingresos o funcionamiento.	Esta variable es importante para aquellos servicios cuya prestación está asociada al tamaño de la organización usuaria
	Naturaleza Jurídica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcaldía</li> <li>• Gobernación</li> <li>• Asamblea Departamental</li> <li>• Concejo Distrital</li> <li>• Concejo Municipal</li> <li>• Ente de Control</li> <li>• Empresa de Servicio Público</li> <li>• Empresa Social del Estado</li> <li>• Ente Autónomo</li> </ul>	



**CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DEL MAGDALENA**  
**NIT. 800.099.287-4**

<b>Tipología Organizacional</b> <b>Grupos de interés</b> <b>Canales</b>	Sector económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultura</li> <li>• Ambiente</li> <li>• Ciencia</li> <li>• Comercio</li> <li>• Cultura</li> <li>• Defensa</li> <li>• Deportes</li> <li>• Educación</li> <li>• Justicia</li> <li>• Minas</li> <li>• Salud</li> <li>• Tics</li> <li>• Transporte</li> <li>• Vivienda</li> </ul>	Sector económico en el que se desarrolla
	Grupo de interés/usuario/Ciudadano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas naturales</li> <li>• Entidades públicas</li> <li>• Entidades privadas</li> <li>• ONG's</li> </ul>	Población a la que dirige su servicio
	Canales disponibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficinas presenciales de atención</li> <li>• Centros integrados de servicios</li> <li>• Telefonía fija</li> <li>• Call center,</li> <li>• Portal Web,</li> <li>• Redes sociales</li> </ul>	Canales de interacción que las entidades usuarias tienen habilitados para su interacción con su población objetivo
<b>Comportamiento</b>	Procedimiento Usado	Mecanismos y canales empleados por la organización usuaria, para solicitar la prestación de un servicio a Corpamag	Esta variable permite identificar si los procedimientos establecidos y los canales habilitados por Corpamag responden a las necesidades de las organizaciones o si se requieren adecuaciones o ajustes
<b>Responsable de la interacción (Gestor del procedimiento)</b>	Esta variable es importante para identificar el grado de autonomía que tiene el solicitante del servicio, ante las variaciones y requerimientos que puedan surgir de la prestación del mismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directivo</li> <li>• Asesor</li> <li>• Funcionario de Carrera</li> <li>• Técnico asistencial</li> <li>• Contratista</li> </ul>	Esta variable es importante para identificar el grado de autonomía que tiene el solicitante del servicio, ante las variaciones y requerimientos que puedan surgir de la prestación del mismo



**CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DEL MAGDALENA**  
NIT. 800.099.287-4

## **5. METODO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Para esta caracterización se utilizó la encuesta como instrumento para la recolección de información, cuyo diligenciamiento fue a través de un formulario virtual.

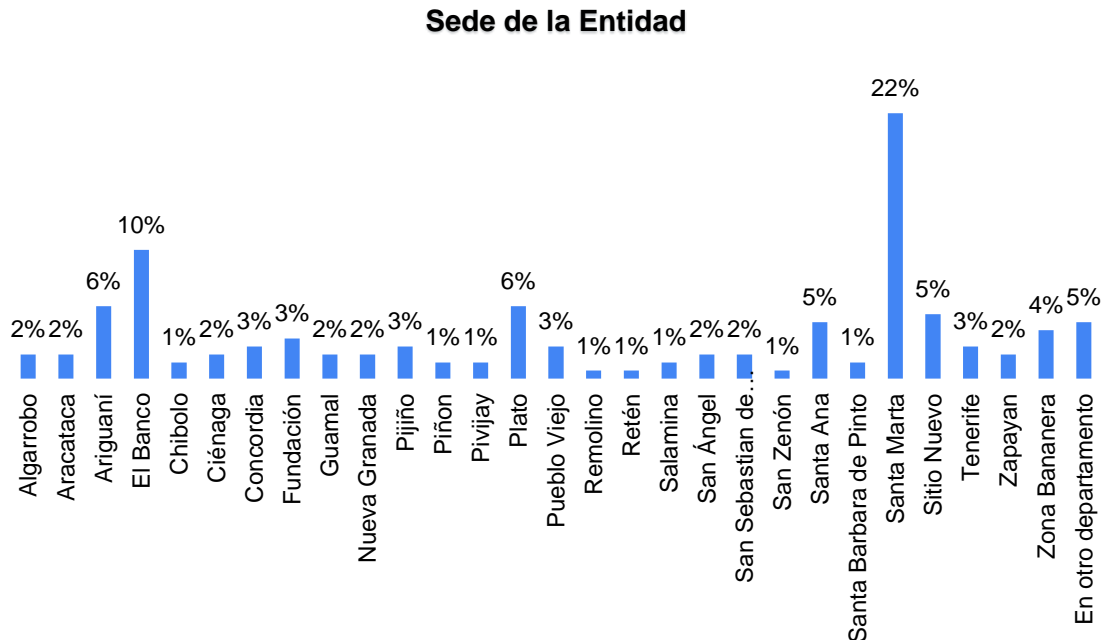
El diligenciamiento de la Encuesta de Caracterización se promocionó de la siguiente manera:

- Publicación de la Encuesta en la Web de Corpamag.
- Enviar encuesta vía correo electrónico.
- Envío de Mail Marketing a la base de datos de Corpamag.
- Promoción en Redes Sociales Corporativas.
- Apoyo en las sedes regionales para su difusión en las zonas de intervención.
- Llamadas Telefónicas.



## 6. RESULTADOS

### Municipio dónde se ubica la sede de la entidad.



Del total de las entidades encuestadas, el 22 por ciento indica que su sede se encuentra en el Distrito de Santa Marta, por lo que se facilita el acceso a los servicios y trámites de manera presencial en la sede principal de CORPAMAG. Otras entidades cuentan con su sede en los municipios de El Banco, Plato, Santa Ana, municipios que pueden recibir atención en la sede Humedales del Sur.

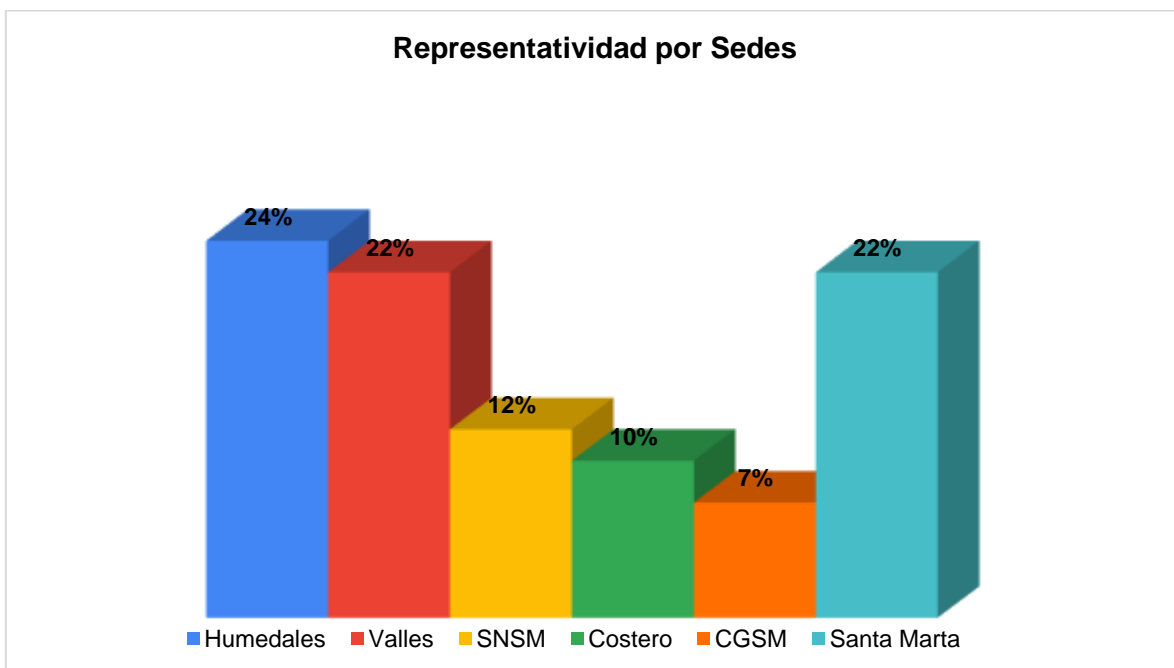
Se observa también representatividad de 27 de los 29 municipios del Magdalena en los que tiene jurisdicción la Corporación, no se recibió información de usuarios de los municipios de Pedraza y Cerro de San Antonio.

Analizando el nivel de respuesta por sede corporativa se observa:

- Sede Humedales del sur: De los 7 municipios que son atendidos, todos realizaron registro de la encuesta.
- Sede Valles y Colinas del Ariguani: De los 7 municipios que son atendidos, solo 6, participaron de la encuesta. No se reportó registro de personas jurídicas del municipio de Pedraza.



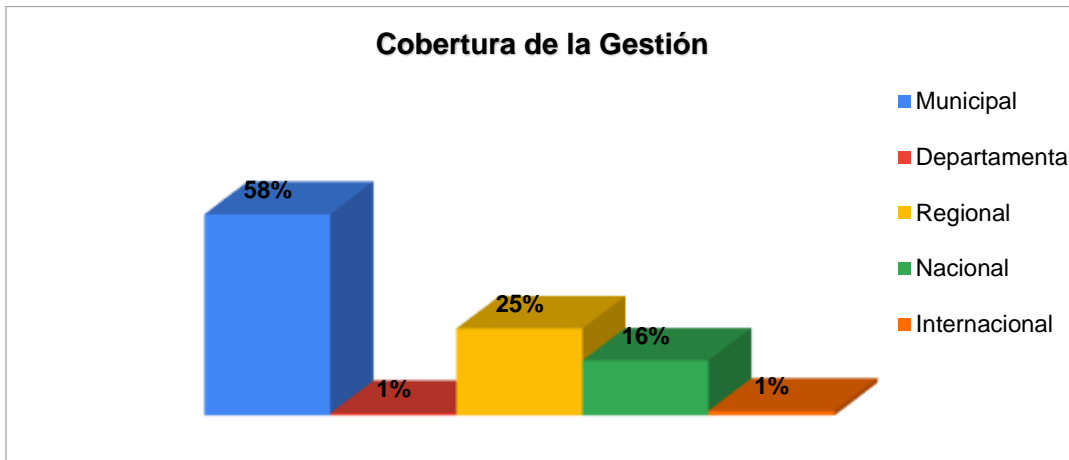
- Sede Sierra Nevada de Santa Marta: De los 5 municipios que son atendidos, todos realizaron registro de la encuesta.
- Sede Ciénaga Grande de Santa Marta: De los 5 municipios que son atendidos, solo 4, participaron de la encuesta. No se reportó registro de personas jurídicas del municipio de Cerro de San Antonio.
- Sede Costero: De los 3 municipios que son atendidos, todos realizaron registro de la encuesta.



La gráfica, evidencia la representatividad de personas jurídicas participantes de la caracterización agrupadas por las sedes corporativas con las que cuenta la Corporación. Se recibió más información por parte de los municipios que conforman la sede Humedales del Sur con un 24%, seguido por Valles y Colinas del Ariguaní y el Distrito de Santa Marta con un 22%.



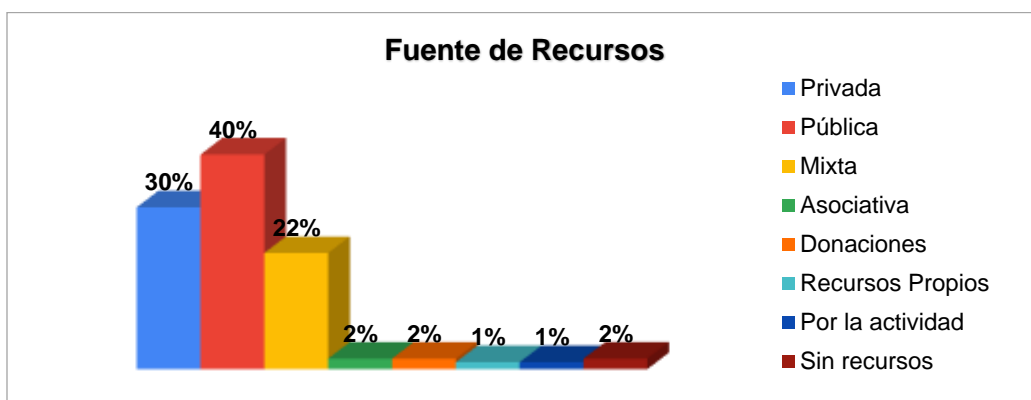
### Cobertura de la gestión.



La cobertura de la gestión representa el alcance geográfico de la gestión de las entidades encuestadas. En ese orden de ideas, los resultados dan cuenta que el 58% de las entidades tienen cobertura de sus servicios a nivel municipal. Este contexto muestra además que la cobertura de la gestión, tiene un mínimo impacto en la relación con la instancia Departamental (1%), e Internacional (1%).

El 25% de las entidades poseen cobertura de carácter regional y un 16% a nivel nacional.

### Fuente de recursos.



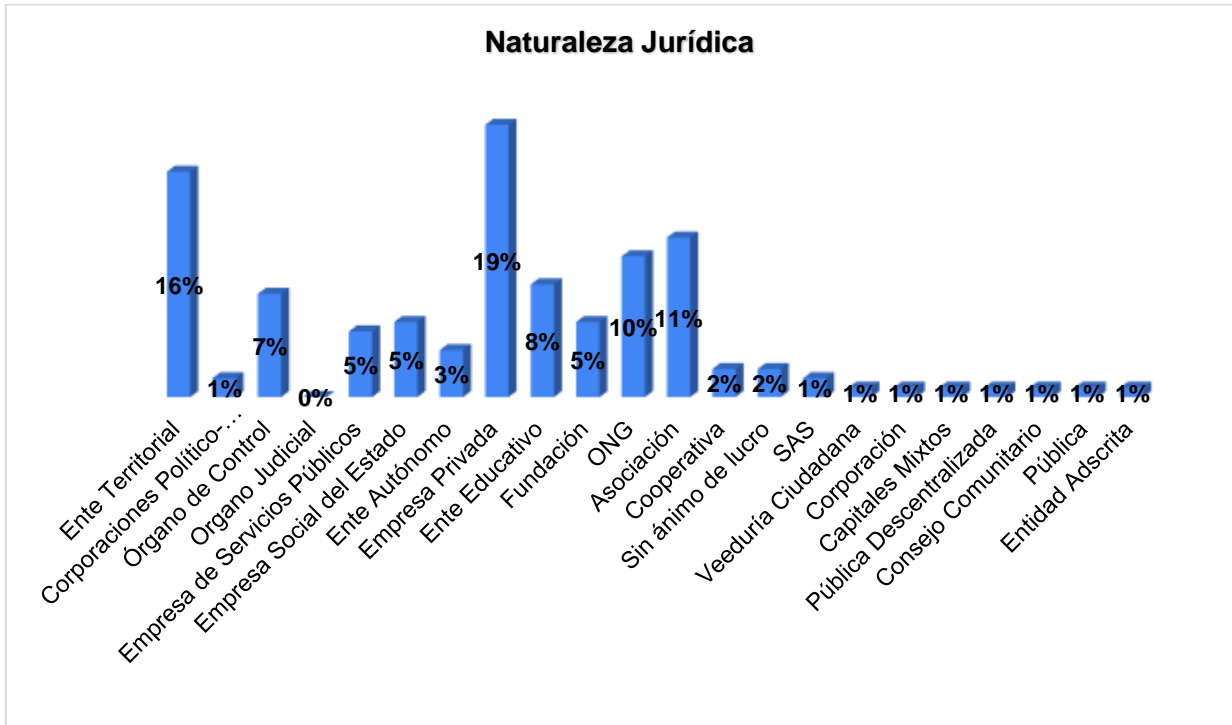
Las fuentes de financiación de las organizaciones, entidades, asociaciones que constituyen el grupo de interés o son usuarias del Servicio para CORPAMAG, manejan recursos provenientes principalmente del sector público, sector privado y de carácter mixto (Recursos públicos y privados) con un 40%, 30% y un 12%





respectivamente. De igual manera también existen otras fuentes de financiación tales como la asociativa, donaciones, recursos propios, así como la actividad a la que se dedica y cuando no se cuenta con los recursos, se acude a fuentes externas de financiación bancos comerciales, corporaciones financieras.

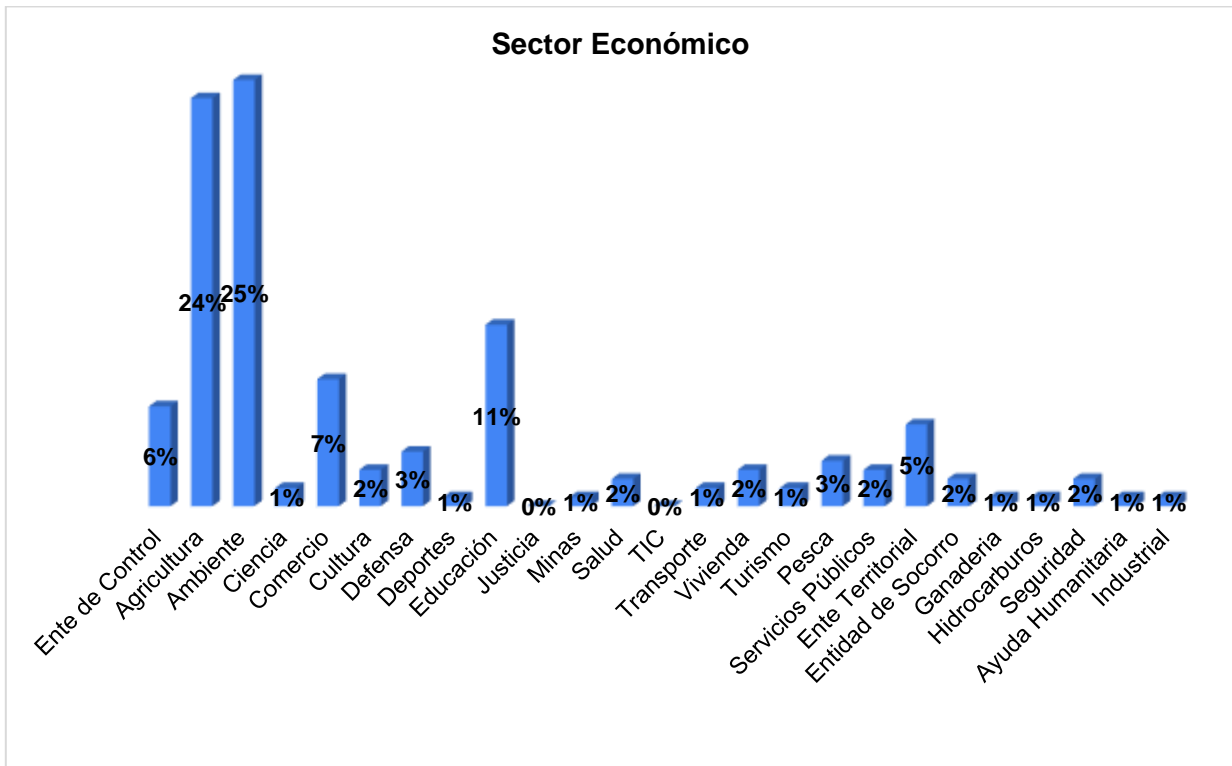
### Naturaleza jurídica.



Por otro lado, la naturaleza jurídica más representativa entre los usuarios/grupos de interés de CORPAMAG es la empresa privada y los Entes Territoriales del Departamento. Seguidamente se evidencian las asociaciones (11%), las ONG (10%) los entes Educativos (8%), Entes de Control (7%), Fundaciones, Empresas de Servicios y Empresas Sociales del Estado (5%) Cabe señalar que en esta identificación respecto a la mencionada naturaleza jurídica expone la complementariedad o sinergias entre las instituciones.



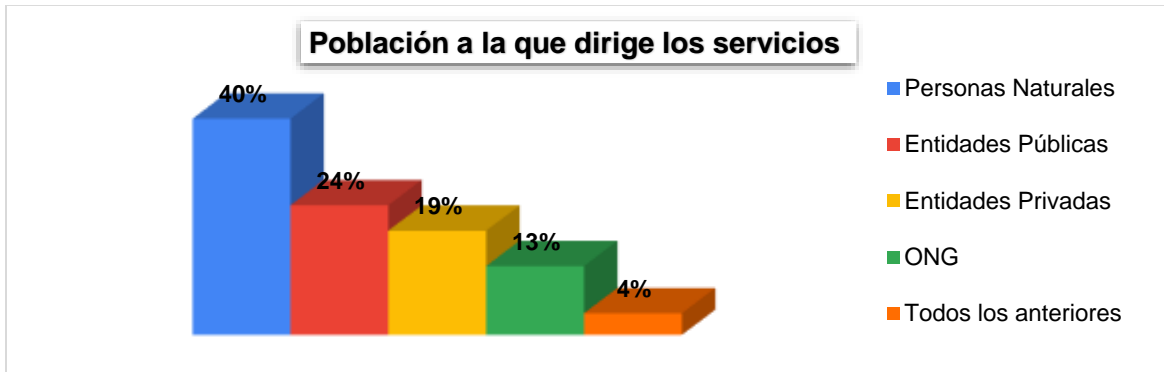
Sector Económico al que pertenece.



Es indudable que el componente misional de CORPAMAG se ve reflejada en el sector económico en el que la entidad busca prestar los servicios de educación ambiental, planificación, administración, control y manejo sostenible de los recursos naturales, así mismo el de gestión de proyectos para la sostenibilidad ambiental y prevención del riesgo. En ese contexto la actividad económica ambiental, agricultura y educación con 25%, 24% y 11% respectivamente son las actividades económicas principales.

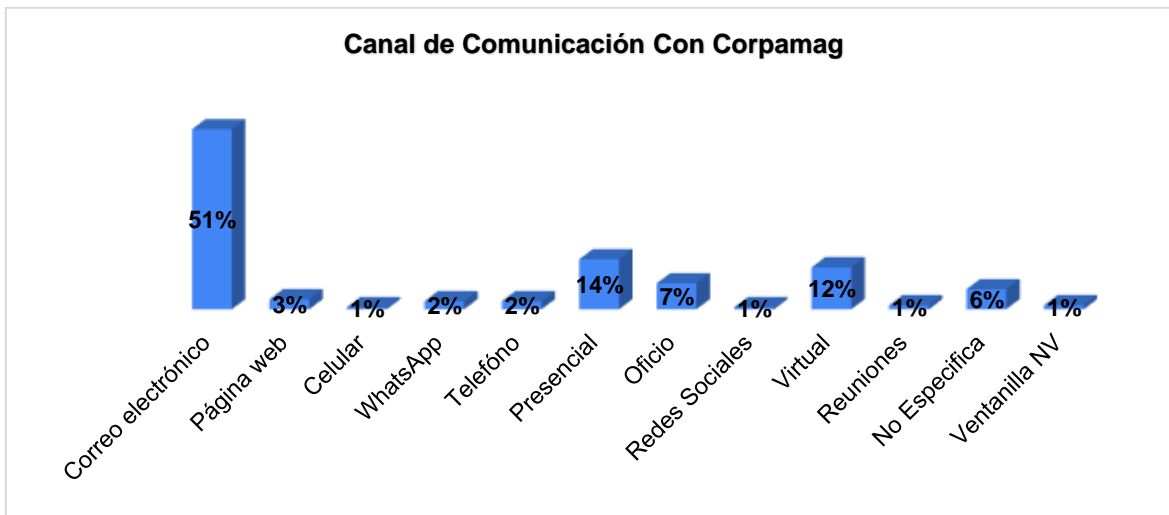


### Población a la que se ofrecen los servicios



Como se puede observar en el gráfico, las personas naturales son las que más se benefician de los servicios que presta las entidades encuestadas (40%). Seguidamente se encuentran las que ofrecen servicios a las entidades públicas, privadas y las ONG. Un porcentaje de estas entidades ofrece servicios a todos los grupos anteriores.

### Canal de comunicación empleado para acceder a los servicios de Corpamag.

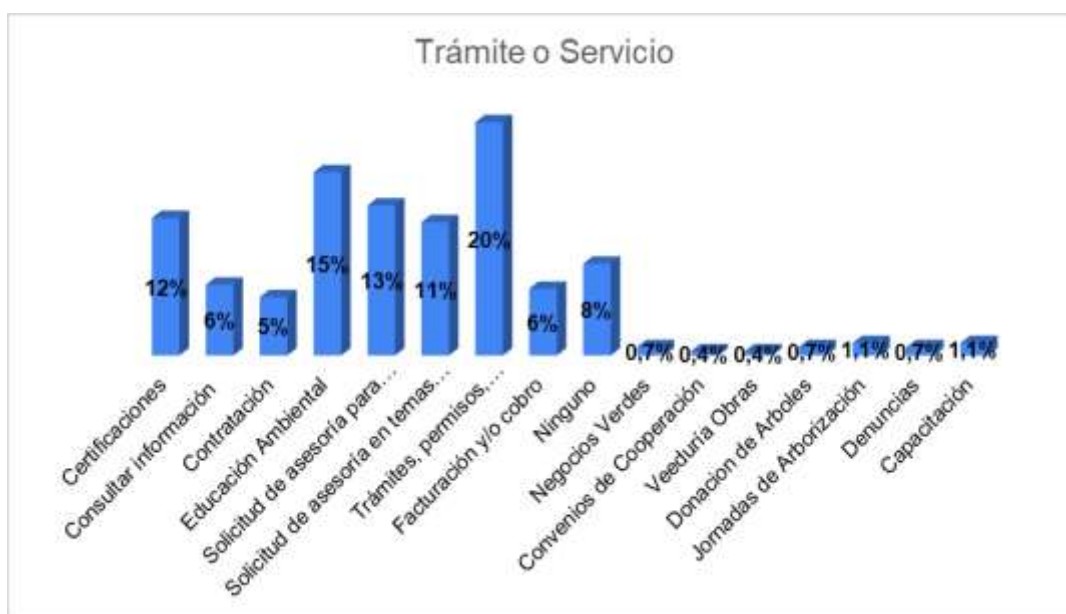


Ante la consulta sobre el canal empleado por la organización para solicitar la prestación de un servicio a Corpamag, el 51% entidades encuestadas prefieren el correo electrónico corporativo de CORPAMAG, seguido de la atención presencial con un 14%. Dada la situación actual por la pandemia del Covid 19, se ha incrementado la preferencia en la atención virtual, la cual se realiza a través de



plataformas de mensajería instantánea o de reuniones virtuales. Entre otros aspectos tenemos que el 18% de las personas encuestadas usa otras formas de comunicación que, si bien son menos utilizadas que las dos primeras, expone la oportunidad de incentivar el uso de otros mecanismos de comunicación para que de esta manera se pueda fortalecer la atención al ciudadano de la entidad. Un 6% de los encuestados no especifico su canal de preferencia.

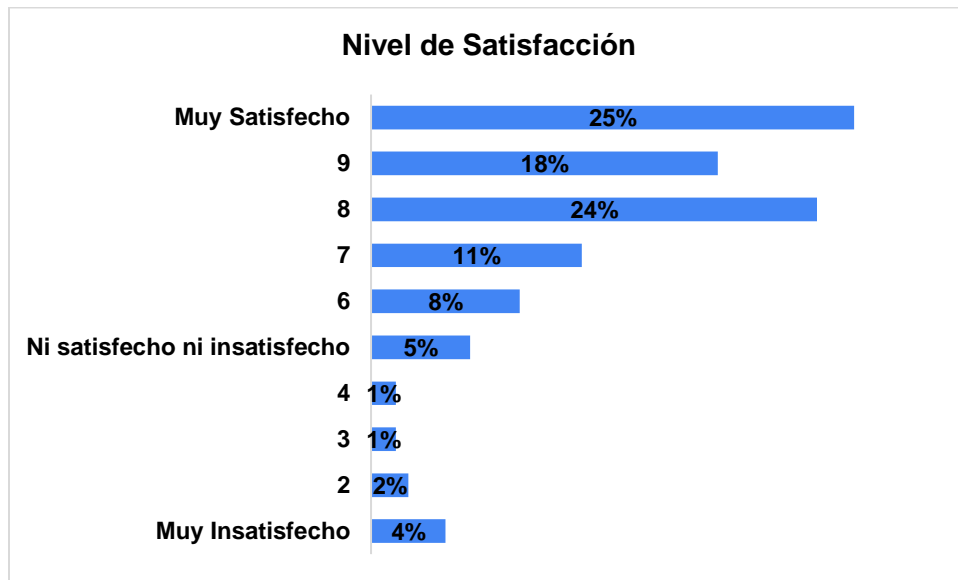
### Trámites y Servicios gestionados ante Corpamag.



Los trámites y servicios gestionados por las entidades encuestadas, ante Corpamag, corresponde en mayor medida a la solicitud de trámites, permisos, autorizaciones Ambientales. El 15% obedecen al servicio prestado en torno a la educación ambiental y el 24% describen las solicitudes de asesorías hechas a la entidad para proyectos y temas ambientales. Finalmente, el 41% restante se dividen en trámites como certificaciones, consultas, facturación, Negocios Verdes, entre otros servicios.



### Nivel de Satisfacción de los Trámites y Servicios gestionados ante Corpamag.

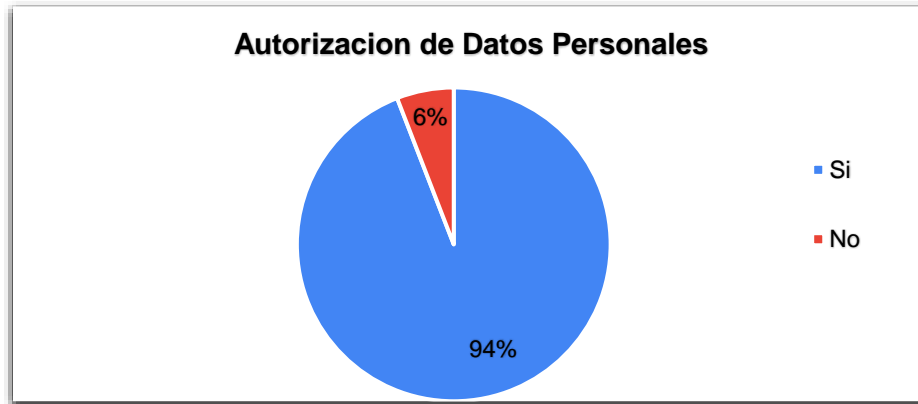


Para CORPAMAG es fundamental establecer el grado de satisfacción de los grupos de interés para fortalecer la cobertura de los servicios y la calidad de los servicios ofrecidos. En el caso particular de las personas jurídicas se puede observar que 25% de estos presentan un alto grado de satisfacción en el servicio prestado por parte de la entidad. A su vez, aquellos que no están satisfechos ni insatisfechos representan el 5%, lo que quiere decir que estos no están contentos o le es indiferente la forma en que la entidad presta sus servicios. Así mismo, las personas insatisfechas representan un 4%, reflejando que desean un cambio en función de mejorar el servicio que los lleve a una mejor percepción en la atención que reciben por parte de la entidad.

En general, se observa que los usuarios encuestados presentan una satisfacción con la prestación del servicio realizado ante la Corporación.



### Autorización De Datos Personales.



La autorización de datos personales expone como las personas jurídicas confían en el manejo que realiza CORPAMAG al respecto, pues los datos en ese sentido son más que contundentes ya que el 96% de los encuestados autorizan el manejo de estos por parte de la entidad a diferencia del resto reflejado en tan solo el 4% que no acepta el tratamiento de sus datos personales resultado del ejercicio de la encuesta de caracterización. Como en toda relación ya sea laboral, comercial o de cooperación, es fundamental el intercambio de información que revele a las partes involucradas la existencia jurídica de las mismas frente a terceros cualquier operación o vínculo contractual, todo lo anterior contemplado en el marco de la ley de protección de datos que existe en Colombia.



## **7. RECOMENDACIONES**

- Los usuarios escogen comunicarse con CORPAMAG a través del correo electrónico y los teléfonos celulares corporativos, por lo que se insta a ajustar medidas y protocolos de atención para una respuesta oportuna y pertinente, dentro del contexto legal. Esto genera que se atiendan problemas puntuales que demanda la ciudadanía o personas jurídicas.
- Los usuarios prefieren recibir información de CORPAMAG a su correo electrónico, entendiendo que este es un medio ágil e inmediato de comunicación para obtener prontas respuestas a los requerimientos presentados. Generando una mayor organización además una formalidad que identifica responsabilidades en el marco de evidencias respecto al cumplimiento a solicitudes realizadas.
- Eventualmente, algunos usuarios no cuentan con correos electrónicos habilitados, pues han dejado de usarlo con el pasar del tiempo, por tal razón prefieren el canal de telefonía móvil a través del WhatsApp. Es decir sugieren que para tener acceso a toda la información que maneja la entidad tales como eventos, encuestas y demás actividades se les comunique a través de este medio para mantener una mayor participación y acceso a la información.
- Se demanda una mejor y mayor interacción entre la información de la página web y las redes sociales corporativas para que exista un mayor tráfico entre ellas. Esto genera que exista una mejor visualización del trabajo realizado por la entidad.
- Divulgar los hallazgos de este ejercicio descriptivo para que beneficien la construcción de valor público. Esto genera la formación de antecedentes que dan cuenta de la realidad existente en torno a la relación de CORPAMAG con sus usuarios o grupos de interés con características jurídicas, además de orientar o servir de modelos a otras entidades territoriales con similares funciones a la de esta entidad.



**CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DEL MAGDALENA**  
NIT. 800.099.287-4

- La proporción de encuestados deduce que se debe implementar acciones por parte de la Corporación para precisar el impacto y beneficio de las actividades de CORPAMAG en estos grupos de interés. Es necesario que los proyectos de recolección de información tales como esta caracterización, permitan la construcción de formas más efectivas y concretas para atender las situaciones apremiantes que se puedan presentar.
- La recolección de la información debe ser complementaria, es decir aprovechar la virtualidad, así como desarrollar nuevos métodos e instrumentos para ello. Teniendo presente que para llevar a cabo esta caracterización se recurrió a una estrategia virtual; se requieren identificar otros escenarios que permita evidenciar la participación y el uso de servicios de la Corporación por parte de estas poblaciones.
- Llevar a cabo la caracterización de manera anual, orientada a establecer variables necesarias que permitan lograr una profundización de la información de los grupos de interés que genere el creación y diseño de nuevas estrategias para impactar positivamente en las comunidades así como en las distintas personas jurídicas en el marco de la protección y promoción del cuidado del medio ambiente.
- Se deben desarrollar estrategias de cooperación mutua para establecer mejoras en las relaciones con las instancias departamental e internacionales de parte de CORPAMAG, donde se puedan establecer estudios o investigaciones, estrategias y actividades conjunta que genere un mayor intercambio de conocimiento con organizaciones.