

**INFORME DE CARACTERIZACION DE  
USUARIOS CORPORACION AUTONOMA  
REGIONAL DEL MAGDALENA- CORPAMAG  
2024**





**CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL MAGDALENA**  
NIT. 800.099.287-4

## **INFORME DE LA ENCUESTA DE LOS TALLERES DE PLANES DE ORDENACIÓN Y MANEJO DE CUENCAS HIDROGRÁFICAS POMCA CIÉNAGA GRANDE**

### **INTRODUCCIÓN**

**CORPAMAG** realizó la identificación de sus grupos de valor y ciudadanías, diseñando y aplicando ejercicios de caracterización que permitieron distinguir las particularidades de aquellos con los que interactúa en el desempeño de su labor.

Con este instrumento se busca apostar por la construcción de confianza pública, entendida como una forma de relacionamiento entre los diferentes actores de la institucionalidad pública y la sociedad, que busca equilibrar las necesidades y expectativas ciudadanas frente a las responsabilidades públicas. En este sentido, la adopción del enfoque de Estado abierto exige a las entidades públicas como la **CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL MAGDALENA** que identifique quienes son sus grupos de valor, cuáles son sus particularidades y qué necesitan para que puedan acceder, usar y disfrutar de los bienes y servicios que brinda.

Es así como esta caracterización se convierte en el punto de partida, al igual que un insumo fundamental y transversal para cualquier escenario de relacionamiento de los ciudadanos de las Cuencas Hidrográficas POMCA Ciénaga Grande con la corporación y, por tanto, a las políticas públicas de participación ciudadana y rendición de cuentas, integridad, transparencia y acceso a información, racionalización de trámites y servicio al ciudadano.

Este documento de caracterización de usuarios y cuenta con cinco numerales, en los cuales se describe, quienes somos, su alcance, los objetivos que se pretenden alcanzar con la caracterización, las variables contempladas en la caracterización y sus resultados, y la descripción de nuestros grupos de valor.

#### **1. Presentación de la Entidad**

##### **¿Quiénes somos?**

La Corporación Autónoma Regional del Magdalena – CORPAMAG -, es un ente corporativo de carácter público encargado de administrar el medio ambiente y propender por el desarrollo sostenible del Magdalena. Es un ente del orden nacional, que como su nombre lo indica, cuenta con autonomía administrativa y financiera, así como patrimonio propio y personería jurídica.

Corpamag fue creada por la ley 28 de 1988 y modificada en su jurisdicción y denominación por la ley 99 de 1993. Actualmente su jurisdicción abarca el territorio de 29 de los 30 municipios del departamento del Magdalena y el área rural del Distrito Turístico Cultural e Histórico de Santa Marta.

##### **Misión**

Administrar los recursos naturales renovables, mediante la implementación de políticas públicas y el fortalecimiento de la cultura ambiental, que contribuya al desarrollo y progreso sostenible con enfoque de adaptación y mitigación al Cambio Climático y de Gestión del Riesgo, aplicando oportunamente las disposiciones legales vigentes.

##### **Visión**



CORPAMAG en el año 2027 será una entidad líder en la gestión sostenible de los recursos naturales renovables y el ambiente en el departamento de Magdalena, propiciando espacios de participación ciudadana, con el fin de promover la protección y conservación del medio ambiente en su jurisdicción.

## **2. Alcance**

El presente informe está dirigido a los interesados internos y externos que requieran información detalladas sobre los grupos de valor, características, usabilidad y otros datos de interés.

## **3. Objetivos de la Caracterización**

- Identificar los temas de interés de nuestros usuarios y fortalecer el ejercicio de rendición de cuentas de la entidad.
- Planificar los entregables institucionales conforme a la demanda de los grupos de valor identificados.
- Reconocer las características de los usuarios que participaron en los talleres de Planes de Ordenación y Manejo de Cuencas Hidrográficas (POMCAS) adoptados por la Corporación para entender sus necesidades y demandas.

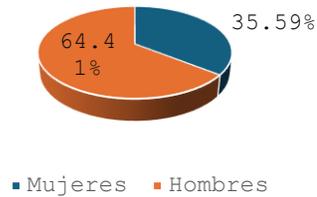
## **4. Variables contempladas en la caracterización y resultados**

La caracterización de ciudadanos de CORPAMAG, parte de la necesidad de conocer la composición de los usuarios que participaron en los talleres de Planes de Ordenación y Manejo de Cuencas Hidrográficas (POMCAS) adoptados por la Corporación, y sus atributos principales, identificando aspectos como: datos demográficos, geográficos y socioeducativos; sus condiciones especiales, el acceso a la tecnología, referencias, además de sus hábitos de comunicación., esto con el fin de implementar acciones de mejora en la prestación de sus servicios.

### **4.1. Información demográfica**

#### **4.2. Usuarios por género**

La siguiente grafica nos permite evidenciar que, para la vigencia del 2024, el número de asistentes al Pomca Ciénaga Grande fue de 59 personas, de quienes integran los grupos de valor identificados por la entidad corresponde al género femenino 21, y 38 asistentes de género masculino. Esta variable permite identificar la influencia de los roles que son desempeñados por cada uno de los usuarios que integran los grupos de valor, donde el 64.41% de los asistentes a los talleres son hombres y el 35.59 % son mujeres, lo que sugiere que la corporación debe trabajar en estrategias dirigidas a las mujeres para que su participación aumente debido a que al permanecer la mayor parte del tiempo en el hogar están en la capacidad de tomar acciones que impacten de manera positiva como la separación de residuos, actividades de reciclaje, limpieza de las áreas donde se ubican sus residencia etc.

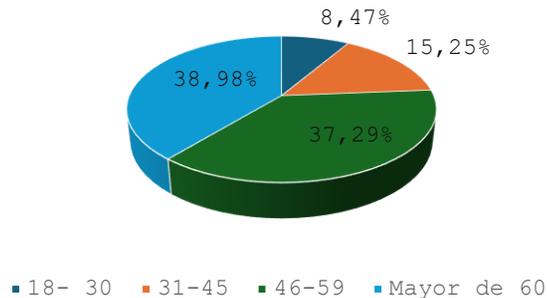


### 4.3. Edad de los usuarios

Tomando como fuente de información la encuesta podemos inferir que de los asistentes al Pomca, encontramos que el 38.98% son usuarios con edades de sesenta años o más, el 37.29% son los que se ubican en edades de 46 y 59 años, el 15.25% están en el rango de edad de 31 a 45 años, y el 8.47% son aquellos en edad entre 18 y 30 años.

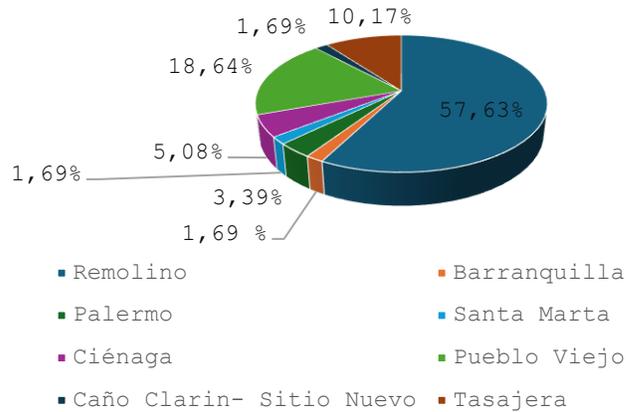
Teniendo en cuenta la información anterior sería de provecho dirigir esfuerzos para que la asistencia de personas más jóvenes aumente, teniendo en cuenta que la población va envejeciendo y poco a poco se va retirando de las actividades económicas, que en su gran mayoría son la pesca y agricultura.

El grupo de personas que superan edades de 45 años, fueron los que más asistieron al taller, cabe resaltar que se debería desarrollar estrategias que permita llegar al grupo de los jóvenes para que adopten las prácticas sostenibles en sus actividades económicas como en su lugar de residencia, e ir enseñando a los niños sobre buenas prácticas de preservación del ambiente.



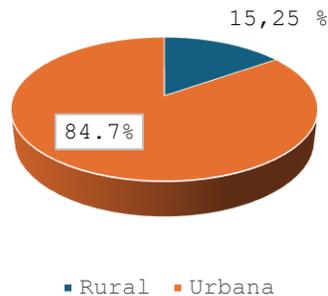
### 4.4. Municipios de residencia

De los usuarios a los talleres identificamos que la mayor parte de ellos residen en el municipio de Remolino con el 57.63%, seguido por Pueblo Viejo donde el porcentaje de habitantes es de 18.64%, Tasajera tiene el tercer grupo de usuarios con 10.17%, para el caso de Ciénaga el 5.08%, en Palermo se ubica el 3.39%, y con el 1.69% tenemos a los usuarios que están domiciliados en Barranquilla, y con el mismo porcentaje usuarios que residen en Santa Marta y caño Clarín.



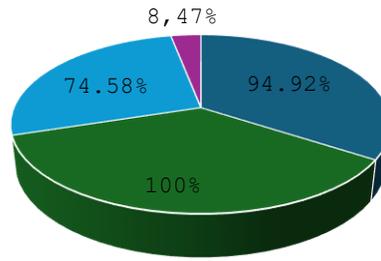
#### 4.5. Área de residencia

Los usuarios que participaron a los talleres identificamos que, del taller realizado, el 84.7% viven en zona urbana y el 15.25% habita en zona rural. Esto indica el desplazamiento de los pobladores de las zonas rurales al área urbana en esta zona, lo que refleja una problemática adicional, debido a que al haber mayor población desplazada hacia las zonas urbanas los recursos naturales disminuyen, se presentan casos de sobre explotación de pesca o en su defecto se pescan cuando los peces no tienen las medidas adecuadas, por lo tanto, se hace relevante transmitirle a la población de estas áreas información, capacitación y todas las herramientas que sean útiles para disminuir el daño ambiental en los ecosistemas debido a las malas prácticas de los pobladores.



#### 4.6. Información sobre los servicios públicos

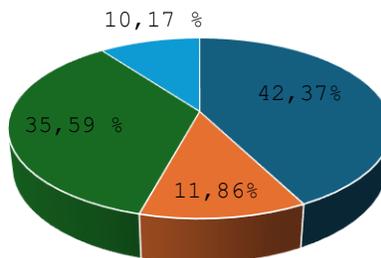
El 100% de los usuarios de los talleres del Pomca, cuentan con el servicio de electricidad, en el caso del servicio de agua encontramos que el 94.92% cuenta con el líquido, el 74.58% tienen cobertura de gas, y solo el 8.47% cuenta con Internet en sus viviendas, sin embargo, la mayoría de los presentes cuenta con internet móvil y redes sociales, lo que facilita a la corporación comunicar la información con los usuarios.



■ Agua ■ Electricidad ■ Gas ■ Internet

#### 4.7. Grupo diferencial

El grupo diferencial es fundamental en nuestra sociedad, su presencia enriquece nuestra vida cotidiana, promoviendo la tolerancia, preservando el patrimonio cultural, estimulando la innovación, fortaleciendo la identidad y fomentando el desarrollo sostenible. De los usuarios a quienes se les aplicó la encuesta 42.37% se identifican como desplazados, al tener a la gran mayoría de usuarios en este segmento, se hace necesario desarrollar estrategias que le ayuden a los usuarios a generar ingresos y cuidar los recursos naturales, esto es un reflejo de la situación de orden público que ha padecido esta zona del país, y quienes se han visto forzados a realizar actividades diferentes a las que se dedicaban anteriormente para vivir, el 35.59% no pertenece a ningún grupo étnico, el 11.86% se identifican como campesinos y el 10.17% no se identifican como parte de ningún grupo étnico.



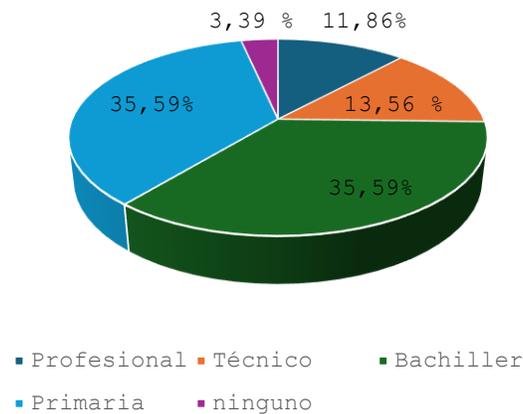
■ Desplazados  
■ Campesinos  
■ No pertenece a ningún grupo étnico  
■ No se identifica con ningún grupo étnico

#### 4.8. Nivel educativo

De los usuarios que asistieron al taller tenemos con el 35.59% a usuarios han cursado básica primaria, con el mismo porcentaje se clasifican como bachilleres, para el caso de los técnicos profesionales tenemos al 13.56%, en el 11.86% de los usuarios ubicamos a los profesionales y con el 3.39% se encuentran quienes no cuentan con ningún tipo de estudio.



Es importante desarrollar mecanismos de comunicación y participación de manera sencilla de tal manera que sea de fácil comprensión para los usuarios, debido a que la mayoría de los asistentes son personas con un nivel educativo de básica primaria y bachillerato muchos de ellos sin finalizar.



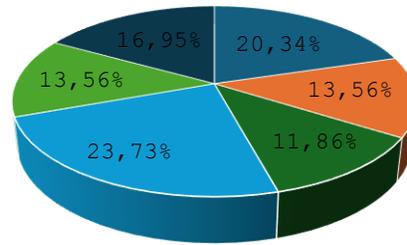
#### 4.9. Actividad económica

De los usuarios quienes cuentan con el mayor porcentaje encontramos a los pescadores con un 23.37%, seguidos por las amas de casa con el 20.34%, con el 16.95% tenemos a los independientes, con un 13.56% hallamos a los campesinos y con el mismo porcentaje a líderes comunitarios, y con el 11.86% ubicamos a los empleados.

Las estrategias para el grupo de pescadores y amas de casa deben ser con dos propósitos, protección y conservación ambiental y al mismo tiempo actividades que le produzcan ingresos debido a que son una población que no cuenta con otra fuente de generación de recursos.



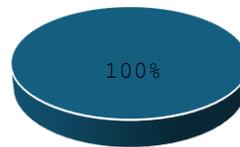
**CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL MAGDALENA**  
NIT. 800.099.287-4



- Ama de casa
- Campesino
- Empleado
- Pescador
- Independiente
- Lider comunitario

#### 4.10. Lengua nativa

El 100% de los usuarios que asistieron a los talleres tienen como lengua nativa el idioma español, por lo que no es necesario traducir la información por parte de la corporación.



#### 4.11. Personas con discapacidad

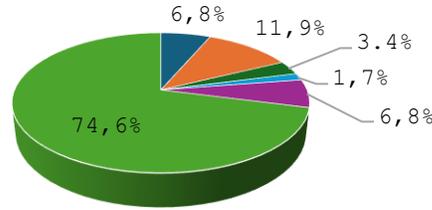
CORPAMAG promueve la inclusión social y productiva de las personas con discapacidad en la participación de talleres de Planes de Ordenación y Manejo de Cuencas Hidrográficas (POMCAS), así como en todos los espacios de participación ciudadana. Basados en lo anterior y luego de hacer el análisis de la encuesta en los talleres realizados no contamos con la participación de usuarios que presentara algún tipo de discapacidad, no se hizo necesario utilizar lenguaje incluyente.

#### 4.12. Trámites o servicios gestionados con Corpamag.

El 74.6% de los usuarios no ha realizado algún tipo de trámite con la corporación, esto debido a que existe un desconocimiento de las competencias de la corporación y sus funciones, por lo tanto es importante continuar con este tipo de espacios de capacitación y de participación ciudadana, donde se busca sensibilizar a las comunidades sobre el cuidado que deben tener con los recursos naturales, con el 11.9 % los usuarios han realizado trámites, se debe a que no tienen en su actividad económica o personal ninguna relación con la corporación, en el caso de permisos y autorizaciones ambientales, el 6.8% lo han hecho para consultar información y con igual porcentaje han gestionado en temas de educación ambiental, con 3.4% tenemos trámites de certificaciones, y con el 1.7% tenemos a usuarios que han solicitado ayuda en época de



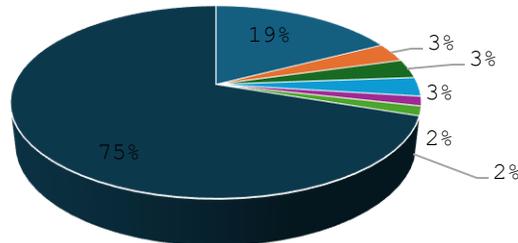
inundaciones, aunque esta no es competencia de la corporación, sin embargo el desconocimiento del alcance de la entidad se presenta en confusiones como estas.



- Educación Ambiental
- Trámites, permisos y autorizaciones ambientales
- Certificaciones
- Ayuda en época de inundaciones
- Consultar info
- Ninguno

#### 4.13. Canales usados para acceder a la información, servicio y/o trámites de la entidad.

Con el 75% encontramos usuarios que no han utilizado ningún canal para acceder a la información de la entidad, esto porque a las personas no se siente confiadas utilizando los medios diferentes al presencial, el 19% lo ha hecho de forma presencial, en este punto se refleja la preferencia de los usuarios por utilizar este canal porque les genera mayor confianza, el 3% por medio de correo electrónico, 3% por teléfono fijo, 3% a través de la página web, 2% por redes sociales, y 2% a través de otros medios.



- Presencial
- Correo electrónico
- Telefóno fijo
- Pag web
- Redes Sociales
- Otros
- Ninguno

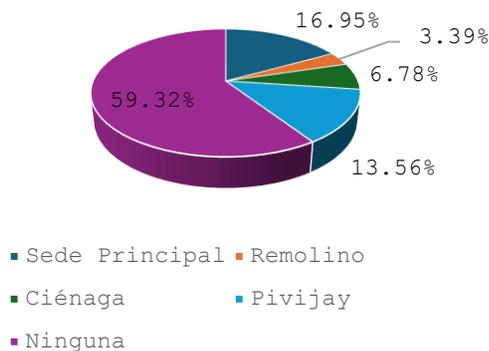
#### 4.14. Sede de preferencia para hacer su gestión

Dentro de los hallazgos encontramos que el 59% de los usuarios no han realizado ninguna gestión con Corpamag, la razón es que para muchos no ha habido la oportunidad de hacerlo por



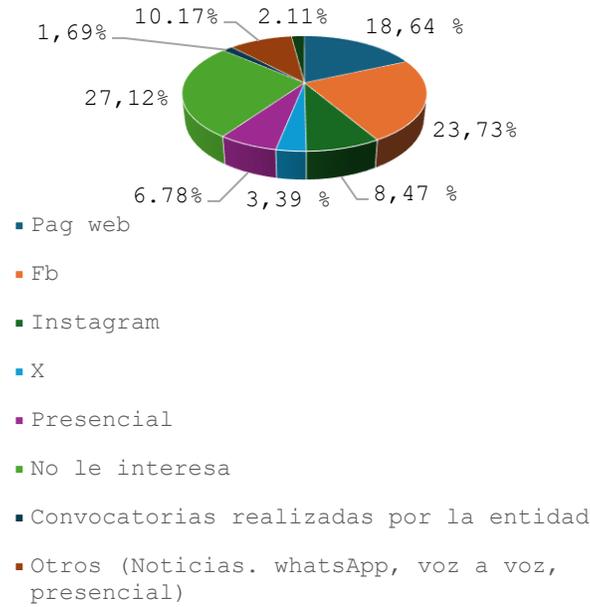
**CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL MAGDALENA**  
NIT. 800.099.287-4

la labor que ejercen diariamente, es decir no es su campo de acción, seguidos por el 16.95% quienes directamente han ido a la sede principal a gestionar sus trámites porque confían más hablando de manera personal con un funcionario de la entidad, con el 13.56 % de los usuarios se ha dirigido a la sede de Pivijay, Ciénaga con el 6.78% y el 3.39% se ha dirigido a Remolino.



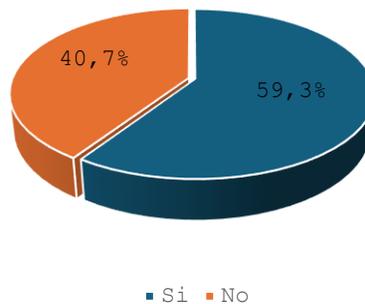
#### **4.13. Canal de preferencia para informarse sobre la gestión.**

En el caso de nuestros usuarios tenemos que al 27.12% no le interesa informarse sobre la gestión de la entidad, debido a que sus actividades laborales o personales no tienen relación con la corporación, el 23.73% prefiere informarse por medio de Facebook debido a que la mayoría tienen este aplicativo en su teléfono celular y es de uso frecuente, el 18.64% visita la página web de Corpamag, lo que es un gran avance porque permite a la comunidad residente y no residente en Santa Marta estar actualizados sobre las actividades de la corporación. Para el 8.47% Instagram es el medio de información utilizado debido a que es una aplicación muy usada y está en los celulares de muchas personas, el 6.78% se dirige de manera presencial a la corporación ya que como mencionamos los usuarios confían más en la información que se obtiene de manera personal, X es la red social utilizada por el 3.39% y también está instalada en sus teléfonos móviles, con el 2.11% el teléfono es usado para obtener información, y solo el 1.69% acude cuando la entidad realiza convocatorias públicas de participación ciudadana.



**4.14. Conocimiento si la entidad ha desarrollado proyectos en su municipio o zonas cercanas a su lugar de residencia.**

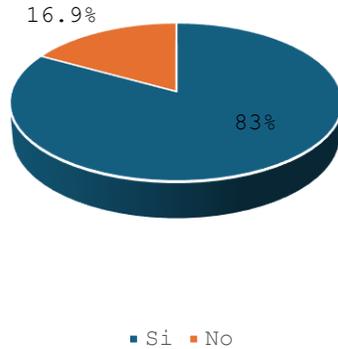
Con el 59.3% encontramos que los usuarios si están informados sobre los proyectos que Corpamag ha realizado en sus zonas de residencia o en sitios cercanos a estas, esto es destacable porque indica que se ha ido rompiendo la barrera existente entre usuarios y corporación, y se espera que en el futuro la población conozca las funciones de la corporación en sus municipios porque aún tenemos un 40.7% que desconoce si la corporación ha ejecutado algún proyecto en su zona o en áreas cercanas a sus hogares.



**4.15. Tiene interés en desarrollar proyectos de restauración en sus predios o en áreas cercanas con esta vocación.**

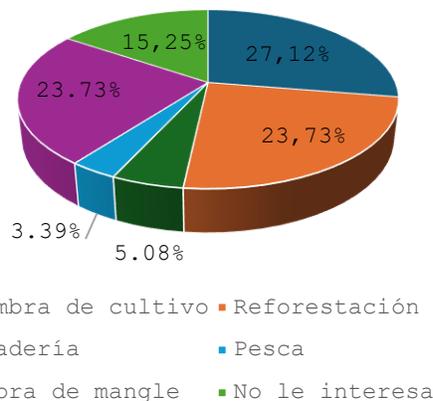


En este punto notamos que el 83% de los usuarios están interesados en proyectos de restauración especialmente reforestación, siembra de mangle y siembra de cultivos de pan coger, lo cual les ayudaría mucho en sus actividades económicas, y solo el 16.9% no tiene interés en hacerlo, debido a que no conoce un área disponible o no cuenta con una para desarrollar alguna actividad con esa vocación.



#### 14. 16. En caso de que le interesa desarrollar proyectos indique la vocación del suelo.

En este punto identificamos que con el 27.12% los usuarios preferirían la siembra de cultivos de pan coger (yuca, guineo, cilantro etc.) lo cual les permitiría ser utilizada para su consumo y también para poder venderlos y generar ingresos, el 23.73% se inclinan por la reforestación de zonas cercanas, y con el mismo porcentaje la siembra de mangle se convierte en parte fundamental para los usuarios en la ciénaga por los diferentes usos que tiene esta especie tanto para su uso doméstico como para el crecimiento de peces y otras especies, al 15.25% no le interesa desarrollar algún tipo de proyecto, al 5.08% la ganadería sería una opción y con el 3.39% los usuarios lo usarían para siembra de peces.



Para concluir tenemos que Corpamag debe enfocar su estrategia de comunicación hacia población más joven en los espacios de participación ciudadana, para así fomentar el buen uso



**CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL MAGDALENA**  
NIT. 800.099.287-4

de los recursos naturales en las áreas donde residen, así como para que los usuarios tengan claro las competencias de la corporación y que trámites pueden gestionar con la misma, esto porque se evidenció que para muchos usuarios no es claro cuál es el alcance de las funciones de la corporación y tienden a confundir las responsabilidades de la entidad con entes territoriales.

El programa de Negocios Verdes debe darse a conocer de una manera más amplia porque algunas prácticas que tienen un impacto en el ambiente pueden convertirse en una oportunidad de negocio, como es la transformación de elementos sencillos como las botellas plásticas, y a pesar de que hay pocas personas que están desarrollando esta actividad creando abanicos de mano y llaveros como en Pueblo Viejo utilizando materia prima botellas desechables y bolsas plásticas que los pescadores utilizan refrigerar los peces, muchos usuarios desconocían este programa y no sabían cómo acceder a este.

También es importante aumentar la participación de mujeres en estos espacios, de manera que se conviertan en parte fundamental en las actividades de conservación del ambiente porque en sus actividades diarias pueden hacer buen uso de su entorno, y que en futuro podrían ser ideas de negocio que les permitan generar ingresos, teniendo en cuenta esto las redes sociales son un buen canal para conectar a los usuarios con la corporación porque es una herramienta que es muy popular y muchas personas cuentan con estas en sus dispositivos.

En general la comunidad quiere ser tenida en cuenta en actividades de reforestación, siembra de cultivos, peces y mangle, porque son conscientes que los recursos naturales (Ciénaga, Caños, lechos de ríos etc).

Son su fuente de ingresos y son fundamentales en su vida y la de su familia, y están dispuestos a hacer cambios para preservarlos siempre y cuando tengan el acompañamiento de las entidades encargadas.