



INFORME

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS PARTICIPANTES DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS

1. CONTEXTO

Dentro del proceso de rendición de cuentas y generación de espacios de participación, la caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés es una acción mediante la cual se definen las características que diferencian un actor de otro. Así mismo, es el reconocimiento a la diversidad y la aplicación del enfoque diferencial de derechos humanos. En este sentido, los ejercicios de caracterización deben realizarse como un paso previo a la implementación de cualquier acción enfocada en la implementación de la Política de Participación Ciudadana y la Política de Rendición de Cuentas (Conpes 3654), en cualquiera de sus componentes (información, diálogo e incentivos). (Tomado de la Guía de caracterización de usuarios)

Con la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés, las entidades podrán identificar la información sobre las organizaciones sociales, académicas, gremiales, institucionales, no gubernamentales y otros grupos de interés de manera que pueden ser consultados, capacitados, informados y convocados a participar en el proceso de rendición de cuentas y en los mecanismos de participación ciudadana que se diseñen. Así mismo, la caracterización permite fortalecer las estrategias de comunicación de la entidad, estableciendo los canales y medios de comunicación idóneos para la interlocución de acuerdo con las particularidades socioculturales, tecnológicas y geográficas de los grupos identificados; e identificar los temas sobre los cuales se debe hacer un mayor énfasis en el ejercicio permanente de rendición de cuentas. (Tomado de la Guía de caracterización de usuarios)

Con el fin de caracterizar los usuarios participantes de la Rendición de Cuentas de la Corporación Autónoma Regional del Magdalena –CORPAMAG–, se diseñó una encuesta con base en el ítem “Detalle de Respuesta” del Índice de Evaluación de Desempeño Institucional –IEDI en el tema de Rendición de cuentas y los componentes definidos para desarrollar en la Rendición de Cuentas, tales como: Información, Dialogo, Incentivos y la Evaluación. La encuesta fue aplicada el día 24 de abril de 2018 a un total de 78 personas encuestadas durante la Rendición de Cuentas, lo que equivale al 48% de los asistentes al evento.



2. RESULTADOS

A continuación, se detallan los resultados de las encuestas aplicadas. Los valores que se encuentren dentro del intervalo **0-20** se aplicarán, pero no serán prioritarios, a diferencia de los datos que se encuentren dentro del intervalo **21-60**, los cuales se priorizarán para iniciar con la implementación de la estrategia de rendición de cuentas:

a. ¿Qué temas y contenidos le gustaría que la entidad le presentara, en la Rendición de Cuentas?

Intervalos de 21 – 40

TEMAS Y CONTENIDOS	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Productos y/o Servicios	29	37%
<input type="radio"/> Trámites	21	27%
<input type="radio"/> Avances y resultados de la gestión institucional Presupuesto	29	37%
<input type="radio"/> Metas e indicadores de gestión y/o desempeño, de acuerdo con su planeación estratégica.	30	38%
<input type="radio"/> Informes de los entes de Control que vigilan a la entidad	24	31%
<input type="radio"/> Procesos de Contratación (Relación y estado de los procesos de contratación y; Número y valor de los contratos terminados y en ejecución)	31	40%
<input type="radio"/> Impactos de la Gestión (Cambios en el sector o en la población beneficiaria)	28	36%
<input type="radio"/> Acciones de mejoramiento de la entidad generados de los informes de organismos de control, PQRS, jornadas de rendición de cuentas.	29	37%
<input type="radio"/> Desempeño del Sistema de Gestión de Seguridad y salud en el trabajo	23	29%
<input type="radio"/> Solicitudes de licencias, permisos o concesiones ambientales, o la existencia de un proyecto, obra o actividad	37	47%
<input type="radio"/> Demandas ambientales – defensa jurídica	23	29%
<input type="radio"/> Procesos sancionatorios ambientales	35	45%

Intervalos de 0-20

TEMAS Y CONTENIDOS	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Espacios de participación en línea	12	15%
<input type="radio"/> Espacios de participación presencial	14	18%
<input type="radio"/> Oferta de información en canales electrónicos	14	18%
<input type="radio"/> Oferta de información en canales presenciales	12	15%
<input type="radio"/> Conjuntos de datos abiertos disponibles	15	19%
<input type="radio"/> Informes de Gestión del cumplimiento de las políticas del MIPG	17	22%
<input type="radio"/> Resultados de implementación de Gobierno Digital y las TIC	8	10%
<input type="radio"/> Enfoque de derechos humanos en la rendición de cuentas	16	21%
<input type="radio"/> Otro, ¿Cuál? ... Educación Ambiental	1	1%
<input type="radio"/> Ninguno	0	0%



b. ¿Por qué medio o canales de comunicación, le gustaría que la entidad presentará los temas y contenidos de su gestión?

Intervalos de 21 – 50

Medio o canales de comunicación	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Redes Sociales	51	65%
<input type="radio"/> Radio	24	31%
<input type="radio"/> Televisión	41	53%
<input type="radio"/> Prensa	21	27%
<input type="radio"/> Sitio web	28	36%
<input type="radio"/> Correo electrónico	28	36%
<input type="radio"/> Reuniones	29	37%

Esta calificación no da lugar que no se puedan utilizar los demás medios.

Intervalos de 0-20

Medio o canales de comunicación	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Mensajes de texto	16	21%
<input type="radio"/> Aplicación móvil	11	14%
<input type="radio"/> boletines impresos	7	9%
<input type="radio"/> Carteleras	7	9%
<input type="radio"/> Centros de documentación	12	15%
<input type="radio"/> Otro, ¿Cuál? Respuesta: Comunidades	1	1%
<input type="radio"/> Ninguno.	0	0%

c. ¿Por qué medio o canales de comunicación, le gustaría que la entidad lo invitará a la rendición de cuentas?

Intervalos de 21 – 50

Medio o canales de comunicación	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Radio	30	38%
<input type="radio"/> Prensa	31	40%
<input type="radio"/> Sitio web	23	29%
<input type="radio"/> Correo electrónico	44	56%
<input type="radio"/> Telefonía móvil	27	35%
<input type="radio"/> Redes Sociales	27	35%
<input type="radio"/> Televisión	22	28%

Intervalos de 0-10

Medio o canales de comunicación	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Telefonía fija	9	12%
<input type="radio"/> Perifoneo	1	1%
<input type="radio"/> Invitación física personalizada	9	12%



Medio o canales de comunicación	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Otro, ¿Cuál?	0	0%
<input type="radio"/> Ninguno	0	0%

d. ¿Qué método de participación para la rendición de cuentas, cree usted que es más efectivo, para fomentar las acciones de diálogo?

Intervalos de 21-60

Método de participación para la rendición de cuentas	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Preguntas y respuestas	28	36%
<input type="radio"/> Talleres o mesas de trabajo	62	79%
<input type="radio"/> Exposición de organizaciones sociales convocadas	26	33%

Intervalos de 0-20

Método de participación para la rendición de cuentas	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Exposición o difusión de la información por multicanales	13	17%
<input type="radio"/> Otro, ¿Cuál?	0	0%
<input type="radio"/> No se definió ningún método	0	0%

e. ¿Qué medios electrónicos para fomentar las acciones de diálogo en la rendición de cuentas, cree usted que son más efectivo?

Intervalos de 21-30

Medios electrónicos para fomentar las acciones de diálogo	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Mensajes de texto	26	33%
<input type="radio"/> Redes Sociales	23	29%

Intervalos de 0-20

Medios electrónicos para fomentar las acciones de diálogo	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Chat	16	21%
<input type="radio"/> Línea telefónica	16	21%
<input type="radio"/> Blogs	13	17%

f. ¿Dé las acciones e incentivos por la participación en la estrategia de rendición de cuentas que se menciona a continuación, cree usted que se deben definir?

Intervalos de 21-30

Acciones e incentivos	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Capacitación a servidores públicos	30	38%
<input type="radio"/> Capacitación a ciudadanos	36	46%
<input type="radio"/> Participación, innovación y colaboración abierta	30	38%



Intervalos de 0- 20

Acciones e incentivos	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Encuestas y difusión de resultados	18	23%
<input type="radio"/> Concursos de conocimiento de la entidad	18	23%
<input type="radio"/> Otro, ¿Cuál?	0	0%
<input type="radio"/> Ninguno	0	0%

g. ¿Por cuáles medios, le gustaría que se divulgará la evaluación de cada una de las acciones de la estrategia de Rendición de Cuentas?

Intervalos de 21-30

Medios deseados para divulgación de la evaluación	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Sitio web	30	38%
<input type="radio"/> Correo electrónico	36	46%
<input type="radio"/> Comunicado escrito	23	29%
<input type="radio"/> Reunión presencial	29	37%

Intervalos de 0- 20

Medios deseados para divulgación de la evaluación	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Otro, ¿Cuál? Respuesta: Llamadas (2) y directo a la comunidad (1)	3	4%
<input type="radio"/> Ninguno	0	0%

h. Seleccione el grupo al que pertenece:

Grupos de Valor que participaron en la Rendición de Cuentas	ACTORES	PORCENTAJE
<input type="radio"/> Organizaciones no gubernamentales	8	10%
<input type="radio"/> Academia	4	5%
<input type="radio"/> Ciudadanía	10	13%
<input type="radio"/> Usuarios e Institucionales	22	28%
<input type="radio"/> Producción (gremios)	9	12%
<input type="radio"/> Organizaciones Sociales (veedurías, asociaciones, juntas de acción comunal, etc.)	15	19%
<input type="radio"/> Otro, ¿Cuál? Respuesta: Periodista	1	1%
<input type="radio"/> Ninguno.	9	12%



3. ANÁLISIS Y CONCLUSIONES

Los lineamientos de Índice de Evaluación del Desempeño Institucional -IEDI, indican que es importante implementar toda la información y medios de comunicación objeto de calificación, con el fin de generar puntuación en el momento de aplicar dicho índice.

Los procesos de rendición de cuentas implican la obligación de los gobiernos de proporcionar información y explicar la gestión pública, sus resultados y garantía de derechos, (Elemento de Información) y dialogar con sus grupos de interés al respecto (Elemento de diálogo) teniendo la disponibilidad de atender las preguntas incómodas.

Así mismo, contempla la capacidad de las entidades gubernamentales de atender los compromisos y acciones de mejora identificadas, así como la capacidad de la ciudadanía, medios de comunicación, sociedad civil y órganos de control para imponer sanciones a quienes han transgredido sus deberes públicos. (Elemento de Responsabilizarse).

Los resultados arrojados y observados en el ítem 2 del presente documento, se analizarán por cada elemento definido en el Manual de Rendición de Cuentas con Énfasis en Derechos Humanos y Paz; para clasificar la opinión de los usuarios, ciudadanos, gremios, organizaciones sociales, periodistas, entre otros.

Estos elementos están soportados en el lenguaje claro el cual permitirá comunicarse de manera comprensible según los públicos para garantizar el relacionamiento con los grupos de valor.

3.1 ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS

La estrategia de rendición de cuentas se fundamenta en cuatro (4) elementos, a saber: Información, lenguaje comprensible al ciudadano, diálogo e incentivos. A continuación se analiza cada uno de ellos:

3.1.1 Elemento: Información. Se refiere a la identificación, priorización, preparación, divulgación de un conjunto organizado de datos que es generado tanto por la entidad como por los grupos de valor con respecto a objetivos específicos.

Implica articularse con la demanda ciudadana por información promoviendo la colaboración en la producción y divulgación de datos que soportan la rendición de cuentas, garantizando los atributos de calidad, actualidad, pertinencia y lenguaje claro. Mediante este componente se materializa la transparencia activa, pasiva, focalizada y colaborativa.

A continuación, se presenta la información que se debe priorizar para su preparación y posterior entrega a los grupos de interés:

INFORMACIÓN Y CONTENIDOS
<input type="checkbox"/> Productos y/o Servicios
<input type="checkbox"/> Trámites
<input type="checkbox"/> Avances y resultados de la gestión institucional Presupuesto
<input type="checkbox"/> Metas e indicadores de gestión y/o desempeño, de acuerdo con su planeación estratégica.
<input type="checkbox"/> Informes de los entes de Control que vigilan a la entidad



INFORMACIÓN Y CONTENIDOS

<input type="checkbox"/> Procesos de Contratación (Relación y estado de los procesos de contratación y; Número y valor de los contratos terminados y en ejecución)
<input type="checkbox"/> Impactos de la Gestión (Cambios en el sector o en la población beneficiaria)
<input type="checkbox"/> Acciones de mejoramiento de la entidad generados de los informes de organismos de control, PQRS, jornadas de rendición de cuentas.
<input type="checkbox"/> Desempeño del Sistema de Gestión de Seguridad y salud en el trabajo
<input type="checkbox"/> Solicitudes de licencias, permisos o concesiones ambientales, o la existencia de un proyecto, obra o actividad
<input type="checkbox"/> Demandas ambientales – defensa jurídica
<input type="checkbox"/> Procesos sancionatorios ambientales

Esta información y contenidos, los usuarios le gustaría que se los comunicaran a través de los medios o canales de comunicación que se mencionan a continuación como canales prioritarios:

MEDIO O CANALES DE COMUNICACIÓN PARA PRESENTAR LA INFORMACIÓN Y CONTENIDOS

<input type="checkbox"/> Redes Sociales
<input type="checkbox"/> Radio
<input type="checkbox"/> Televisión
<input type="checkbox"/> Prensa
<input type="checkbox"/> Sitio web
<input type="checkbox"/> Correo electrónico
<input type="checkbox"/> Reuniones

3.1.2 Elemento: Diálogo. Fomentar el diálogo y la retroalimentación entre las entidades y sus grupos de interés, como un proceso permanente que se lleva a cabo a través de metodologías de diálogo presencial y virtual, que facilite la participación, posibiliten la escucha de los diferentes puntos de vista, el reconocimiento de la diferencia y la construcción de acuerdos en los todos los momentos del ciclo de la gestión pública. Mediante este componente se materializa la participación en niveles de cogestión.

En las encuestas arrojaron que los métodos efectivos para fomentar el diálogo en el proceso de rendición de cuentas son los siguientes:

MÉTODO EFECTIVO PARA FOMENTAR EL DIALOGO

<input type="checkbox"/> Preguntas y respuestas
<input type="checkbox"/> Talleres o mesas de trabajo
<input type="checkbox"/> Exposición de organizaciones sociales convocadas

Y los medios electrónicos para fomentar el diálogo en el proceso de rendición de cuentas son los siguientes:

Medios electrónicos para fomentar las acciones de diálogo

<input type="checkbox"/> Mensajes de texto
<input type="checkbox"/> Redes Sociales



3.1.3 Elemento: Responsabilizarse (Sanciones e Incentivos). El principal incentivo para las entidades, los grupos de interés y los órganos de control es identificar que la institución ha cumplido con los compromisos propuestos en los ejercicios de rendición de cuentas, entendiendo qué agregó valor al cumplimiento de su propósito fundamental (misión, razón de ser u objeto social).

Implica la capacidad de aceptar las sanciones que se deben asumir, en caso de incumplimiento y un sistema riguroso de seguimiento y mejora continua soportado en la rendición de cuentas.

En las encuestas arrojaron que las acciones e incentivos a entregar por participar en el proceso de rendición de cuentas son los siguientes:

ACCIONES E INCENTIVOS
<input type="radio"/> Capacitación a servidores públicos
<input type="radio"/> Capacitación a ciudadanos
<input type="radio"/> Participación, innovación y colaboración abierta

3.1.4 Elemento: Evaluación. Para mejorar los procesos de rendición de cuentas es importante contar con evaluaciones constantes que identifiquen debilidades para luego fortalecerlas y a su vez optimizar aquellas acciones que tiene buenos resultados de la estrategia de rendición de cuentas.

Estas evaluaciones salen de procesos de observación de los servidores a cargo de la estrategia y de ejercicios sistemáticos que se les apliquen a los asistentes en las rediciones de cuentas.

Todo esto con el ánimo de fortalecer espacios de mayor transparencia, participación y efectividad en el control de gestión pública realizada por los ciudadanos.

En las encuestas arrojaron que los medios de divulgación de los resultados de la realización del proceso de rendición de cuentas son los siguientes:

MEDIOS DE DIVULGACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN
<input type="radio"/> Sitio web
<input type="radio"/> Correo electrónico
<input type="radio"/> Comunicado escrito
<input type="radio"/> Reunión presencial

3.2 ARTICULACIÓN CON EL INDICE DE EVALUACIÓN Y DESEMPEÑO – IEDI

Para el componente ADMINISTRATIVO en el subcomponente de Transparencia y Servicio al Ciudadano en el área de gestión, se tiene definido en el proceso de **Rendición De Cuentas** una ponderación total de 10% sobre el componente:

En esta área de gestión, se tienen establecidos unos indicadores y detalles de las preguntas que la Corporación deberá estar cumpliendo en cada vigencia, así:



Para el **primer indicador – Planeación (20%)**, los grupos de valor desean que la Corporación utilice los medios de comunicación tales como: redes Sociales; radio; televisión; prensa; sitio web; correo electrónico y reuniones, para definir la los temas y contenidos de la rendición de cuentas.

Aunque no todos se encuentran definidos en el IEDI, se recomienda que adicionalmente a los resultados arrojados por la caracterización de usuarios, se tengan en cuenta los siguientes canales de comunicación que establece dicho índice:

- Peticiones, quejas, reclamos y denuncias
- Chat
- Llamadas telefónicas
- Blog
- Teleconferencias interactivas
- Foros Virtuales
- Mensajes de texto
- Redes Sociales
- Encuesta en la página web
- Consulta directa a organizaciones sociales.

Que, de acuerdo con la encuesta aplicada para la caracterización de usuarios, la Corporación deberá publicar los resultados arrojados de los temas de información y contenidos priorizados para la rendición de cuentas.

Que se debe mantener el cronograma para la estrategia de Rendición de Cuentas contemplando los elementos que hacen parte de dicha estrategia, tales como: las acciones de diálogo; las acciones de incentivos; las acciones de información, como lo establece el Plan de Anticorrupción y Atención al Ciudadano:

Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano					
Componente 3: Rendición de Cuentas					
Subcomponente	Actividades		Meta o producto	Responsable	Fecha programada
Subcomponente 1 Información de calidad y en lenguaje comprensible	1.1	"Actividad 1.1"			
	1.2	"Actividad 1.2"			
	1.3	"Actividad 1.3"			
	1...	"Actividad 1..."			
Subcomponente 2 Diálogo de doble vía con la ciudadanía y sus organizaciones	2.1	"Actividad 2.1"			
	2.2	"Actividad 2.2"			
	2.3	"Actividad 2.3"			
	2...	"Actividad 2..."			
Subcomponente 3 Incentivos para motivar la cultura de la rendición y petición de cuentas	3.1	"Actividad 3.1"			
	3.2	"Actividad 3.2"			
	3.3	"Actividad 3.3"			
	3.3	"Actividad 3.3"			
Subcomponente 4 Evaluación y	4.1	"Actividad 4.1"			
	4.2	"Actividad 4.2"			



retroalimentación a la gestión institucional	4.3	"Actividad 4.3"			
	4...	"Actividad 4..."			

Este indicador tiene un peso dentro del indicador de rendición de cuenta en el IEDI de un 20%; el cual se logra si se asegura la utilización de los canales mencionados.

Para el **segundo indicador – Información (20%)**, se evalúan los medios utilizados para divulgar la información en el proceso de rendición de cuentas, que en las encuestas arrojó que no todos los medios utilizados son de interés por la comunidad, tales como:

- Mensajes de texto
- Aplicación móvil
- boletines impresos
- Cartelera
- Centros de documentación
- Otro, ¿Cuál? Comunidades.

Los temas y contenidos divulgados por la Corporación, se pueden consultar en el Acta de Rendición de Cuentas 2018. Sin embargo, se resalta que en este indicador se establece que los productos mínimos a divulgar son:

- Productos y/o Servicios
- Trámites
- Espacios de participación en línea
- Espacios de participación presencial
- Oferta de información en canales electrónicos
- Oferta de información en canales presenciales
- Conjuntos de datos abiertos disponibles
- Avances y resultados de la gestión institucional
- Enfoque de derechos humanos en la rendición de cuentas

Si se compara los resultados de las encuestas de caracterización, se observa que los siguientes contenidos no fueron priorizados por los usuarios:

- Espacios de participación en línea
- Espacios de participación presencial
- Oferta de información en canales electrónicos
- Oferta de información en canales presenciales
- Conjuntos de datos abiertos disponibles
- Enfoque de derechos humanos en la rendición de cuentas

Para cubrir con la totalidad de este indicador se debe definir dentro de la estrategia de rendición de cuentas la entrega de información en datos abiertos a la ciudadanía o grupos de interés.

Para el **tercer indicador – Diálogo (20%)**, se evalúan los canales utilizados para convocar a las acciones de diálogos en el proceso de rendición de cuentas, el cual plantean los siguientes canales:



- Radio
- Prensa
- Sitio web
- Correo electrónico
- Telefonía móvil
- Telefonía fija
- Redes Sociales
- Televisión
- Perifoneo
- Invitación física personalizada

De acuerdo a los canales definidos en el IEDI, los usuarios manifestaron que los siguientes canales no son los favoritos para la convocatoria o invitación a la rendición de cuentas:

- Telefonía fija
- Perifoneo
- Invitación física personalizada.

Dentro de este indicador – diálogo establece que la entidad defina las siguientes acciones de diálogo para la Rendición de Cuentas:

- Foros ciudadanos participativos por proyectos, temas o servicios.
- Foros Virtuales
- Ferias de la gestión con pabellones temáticos.
- Audiencias públicas participativas.
- Audiencias públicas participativas virtuales
- Observatorios ciudadanos
- Tiendas temáticas o sectoriales.
- Mesas de diálogo regionales o temáticas.
- Reuniones zonales.
- Asambleas comunitarias.
- Blog
- Teleconferencias interactivas
- Redes Sociales.

Se han utilizado por parte de la Corporación, las siguientes acciones: Foros ciudadanos participativos por proyectos, temas o servicios; Foros Virtuales; Ferias de la gestión con pabellones temáticos; Audiencias públicas participativas; Mesas de diálogo regionales o temáticas y Redes Sociales.

Cabe resaltar que no todas estas acciones fueron objetos de evaluación. Se observa que entre las acciones evaluadas tales como el chat; mensajes de texto; redes sociales; línea telefónica y el blog, los encuestados calificaron las acciones de mensaje de texto y redes sociales, como mas efectivas.



Así mismo, los métodos que resaltaron los usuarios más efectivos para la participación de la rendición de cuentas, fueron los siguientes:

- Preguntas y respuestas
- Talleres o mesas de trabajo
- Exposición de organizaciones sociales convocadas

Y de los que contempla en el IEDI, solo la acción de diálogo que los usuarios no consideraron efectivo fue la de *Exposición o difusión de la información por multicanales*.

Los grupos de interés que participaron en las acciones de diálogo fueron:

Grupos de Valor que participaron en la Rendición de Cuentas
<input type="radio"/> Organizaciones no gubernamentales
<input type="radio"/> Academia
<input type="radio"/> Ciudadanía
<input type="radio"/> Usuarios e Institucionales
<input type="radio"/> Producción (gremios)
<input type="radio"/> Organizaciones Sociales (veedurías, asociaciones, juntas de acción comunal, etc.)
<input type="radio"/> Otro, ¿Cuál? Periodista
<input type="radio"/> Ninguno.

En las acciones de diálogo, la Corporación deberá mantener y promover el uso de los medios electrónicos tales como: Chat; mensajes de texto; redes sociales; línea telefónica; blogs; entre otros.

Para el **cuarto indicador – Incentivos (20%)**, de las acciones e incentivos que se incluyeron en la encuesta de caracterización de usuarios en la estrategia de rendición de cuentas:

- Capacitación a servidores públicos y a ciudadanos
- Encuestas y difusión de resultados
- Participación, innovación y colaboración abierta
- Concursos de conocimiento de la entidad.

De los cuales el incentivo de capacitación a servidores públicos; a ciudadanos y la participación, innovación y colaboración abierta fueron los que los usuarios seleccionaron para implementar.

Cabe resaltar que entre mas incentivos se implementen, mas se va contribuir a los resultados del IEDI.

Como resultado de los ejercicios de rendición de cuentas realizados por la entidad; la Corporación deberá:

- Identificar las debilidades, retos, u oportunidades institucionales
- Formular acciones de mejoramiento
- Implementar acciones de mejoramiento



- Divulgar las acciones de mejoramiento a los ciudadanos, usuarios o grupos de interés
- Identificar si se incrementó la participación ciudadana.

Para el **quinto indicador – Evaluación (20%)**, la Corporación en el marco de la rendición de cuentas realizada el día 24 de abril de 2018 aplicó encuesta de evaluación de cada una de las acciones de la estrategia de Rendición de Cuentas, la cual se encuentra anexa al acta de rendición de cuentas. Esta es una actividad que se deberá hacer cada vez que se realice el proceso de Rendición de cuentas por cualquier medio de comunicación seleccionado.

En cuanto a la percepción de ciudadanos, usuarios o grupos de interés, se evidenció lo siguiente:

- La calidad de la información que entrega o publica
- La gestión de la entidad
- Su participación en la gestión de la entidad
- Transparencia en la gestión de la entidad
- El impacto de los incentivos adoptados para promover la petición de cuentas
- La estrategia de Rendición de Cuentas implementada
- Los eventos donde se rinde cuentas (logística)
- Su satisfacción por intervenir en la Rendición de Cuentas
- Su satisfacción por intervenir en la toma de decisiones
- Su satisfacción porque su opinión es tenida en cuenta
- Productos y/o servicios (cumplimiento de las expectativas y requisitos del cliente)
- Trámites y procedimientos administrativos de cara al ciudadano.

En la estrategia de rendición de cuentas, deberán quedar definidos estos ítems para el análisis de la percepción de los ciudadanos, usuarios o grupo de interés.

Los resultados de los análisis de la medición de satisfacción de los usuarios, ciudadanos o grupos de interés deberán impulsar a la Corporación a:

- Definir acciones correctivas dentro de su gestión
- Fortalecer los canales de comunicación con sus usuarios
- Definir planes en respuesta a necesidades manifestadas por los usuarios, ciudadanos o grupos de interés
- Corregir la calidad de la información que suministra y publica
- Realizar mejoras a la estrategia de Rendición de Cuentas a partir de las observaciones y recomendaciones dadas por los ciudadanos, usuarios o grupos de interés
- No toma ninguna acción.

La satisfacción de los usuarios, ciudadanos y grupos de interés frente al ejercicio de Rendición de Cuentas fue muy alta de acuerdo a los resultados de las encuestas.

La Corporación deberá divulgar la evaluación de cada una de las acciones de la estrategia de Rendición de Cuentas por los medios que definan. Cabe anotar que entre más se utilicen los medios electrónicos y otros medios tales como: sitio web; correo electrónico; comunicado



CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DEL MAGDALENA
NIT. 800.099.287-4

escrito; reunión presencial, entre otros; contribuirá en mejorar o mantener los buenos resultados en el IEDI.

Elaborado por: Judith Zubiria Pérez / Profesional Especializado de la Oficina de Planeación (26/06/2018)
Revisado por: Yuri Hurtado García / Jefe de la Oficina de Planeación
Anexo: Tabulación de la encuesta – Caracterización de Usuarios