Aguas Nacionales

Grupo epm®

Aguas Nacionales

Interceptor Norte del río Medellín
Comparativo de resultados evaluación de medios
2013- 2014

Objetivos

✓ Presentar una reflexión sobre los resultados arrojados por la aplicación de la encuesta con la cual se hizo la evaluación de los medios informativos y actividades de socialización implementados en el Interceptor Norte y la Planta Bello.

✓ Identificar los aspectos que según la evaluación de medios y actividades de socialización, sea necesario ajustar para avanzar en el impacto y efectividad de dichas estrategias.

Aguas Nacionales

Aspectos evaluados

- Medios informativos y actividades de socialización.
- Canales de atención y sugerencias que se conocen de ambos proyectos.
- Identificación de los medios preferidos por los encuestados para informarse de los proyectos.
- Contenidos publicados en los medios informativos sobre cada proyecto, si han sido claros, importantes, actuales y completos.
- Grado de conocimiento o de participación en las actividades con las cuales se han socializado los proyectos. (Reuniones informativas, talleres, oficina móvil y visitas pedagógicas).
- Temas de mayor interés para ser publicados en los medios de información y en las actividades de socialización.

Aguas Nacionales

Medios y actividades evaluadas

En el 2013, se evaluaron el Periódico mural, el Periódico tabloide (tipo revista), el Plegable, el Microvideo de avance, las Carteleras informativas, las Reuniones informativas, la Oficina móvil de atención al ciudadano y La línea de atención al ciudadano.

En el 2014, se evaluaron además el Boletín Otra Mirada, el Infográfico Planta Bello, la Línea de Aguas Nacionales EPM, el Buzón de sugerencias, el Correo electrónico y la Página web.

Aguas Nacionales

Grupos de interés que evaluaron

Grupos de interés encuestados		
Grupos	**Cantidad**	**observaciones**
Andalucía,Villa Niza, otros	15	Comuna 2, Santa Cruz. Medellín.
Herradura, Pto. Nuevo, Palermo, San Isidro.	13	Comuna 4, Medellín.
La Rosa- Sinai	29	I.E.Pablo Neruda y Rep. Honduras. Comuna 2, Santa Cruz. Medellín.
La Paralela	13	I.E.Antonio Jose Bernal. Comuna 5.Medellín
Acevedo, Zamora, El Playón, La Frontera.	14	Comuna 2, Santa Cruz. (Comuna 11, Bello).
La Gabriela	6	Comuna 11, Bello.
Fontidueño, Los ciruelos, Las vegas, la virginia.	17	Comuna 10, Bello
CICE ADMON.	29	Personal administrativo.
CICE P.O. P 12	14	Personal de obra.
CICE P.O. P 16	25	Personal de obra.
Interventoría	9	personal oficina
total	184	10 grupos de interés.

Grupos de interés encuestados - Interceptor Norte		
Grupos	**Cantidad**	**observaciones**
comunidad y lideres sectores de influencia	27	represetantes de 7 sectores donde se realizaron capacitaciones y reuniones.
personal adtvo. CICE	33	ubicados en el campamento
personal de obra. Pozo 10	10	ubicados en pozo 10.
personal de obra. Pozo 6	21	ubicados en pozo 6
personal pozo 15	6	ubicados en pozo 15
personal de interventoria.	10	ubicados en campamento
Personal de Seracys.	10	vigilancia
comunidad virtual (lideres,	26	encuesta aplicada por internet.
total	143	todos los grupos de interés

Aguas Nacionales

Medios informativos conocidos.

PREGUNTA 1 DE LA ENCUESTA DE MEDIOS INFORMATIVOS 2013								
Señale con una X los medios informativos que conoce del Interceptor Norte								
TOTAL encuestados	Periódico Mural	Periodico tabloide revista	Plegable	Micro video	Cartelera informativa	Reuniones informativas	Oficina movil	linea de atencion al ciudadano
184	120	120	90	133	120	125	66	56
	65,22	65,22	48,91	72,28	65,22	67,93	35,87	30,43

PREGUNTA 1 DE LA ENCUESTA DE MEDIOS INFORMATIVOS 2014							
Señale con una X los medios informativos que conoce del interceptor Norte y la Planta Bello							
TOTAL encuestados	Periódico Mural	Periódico tabloide	Plegable	Micro video	Carteleras informativas	Boletín Otra Mirada	Infográfico Planta Bello
143	107	128	81	102	97	33	31
	74,83	89,51	56,64	71,33	67,83	23,08	21,68

Aguas Nacionales

Análisis de resultados: sobre medios

- Es importante advertir que en la medición de 2013, se incluyeron como medios la Línea de atención y la Of. Móvil.
- Hay una valoración positiva en ambas evaluaciones, casi todas las variables están por encima del 50%.
- Se mantiene el mismo orden de reconocimiento sobre estos medios.
- Hay un alto nivel de recordación del Periódico informativo (89,51%), comparado con el año 2013.
- Sigue teniendo alto valor el Microvideo (71,33%) aunque es difundido solo en las reuniones informativas, talleres de capacitación y a través de internet o correos electrónicos.
- Es curiosa la recordación que se mantiene sobre el Plegable (56,64%).
- Es muy significativa la recordación de los medios de la PTAR teniendo en cuenta que fueron calificados por personas en la zona del Interceptor Norte.

Aguas Nacionales

Canales de atención conocidos (2014)

PREGUNTA 2 DE LA ENCUESTA DE MEDIOS INFORMATIVOS 2014						
Señale con una "X" los canales de atención y sugerencias que conoce o ha utilizado de cada proyecto:						
TOTAL encuestados	Línea de atención al ciudadano	oficina de atención	Línea de EPM	Correo electrónico	Buzón de sugerencias	Pagina web
143	70	71	41	76	53	45
	48,95	49,65	28,67	53,15	37,06	31,47

En la medición del 2013, la pregunta 1 incluyó algunos de estos canales (ver anterior)

Oficina movil	linea de atencion al ciudadano
66	56
35,87	30,43

Aguas Nacionales

Análisis de resultados: sobre canales

- Esta variable no fue considerada en forma específica o independiente a los medios en la medición del año 2013.
- En el 2014, el canal que más se usa o conoce es el correo electrónico (53,15%). A través de este se tiene comunicación permanente con casi todos los grupos de interés.
- Las opciones Línea de atención y oficina de atención (sede), obtuvieron porcentajes muy parejos. Por esta última variable en el 2013, no se evaluó, pero se debe resaltar que en el 2014, aumentaron su porcentaje de reconocimiento.
- Es importante resaltar que la línea de atención aumenta en 18 puntos. Puede deberse al énfasis en el 2014, en difundir dicha Línea.

Aguas Nacionales

Análisis de resultados: sobre canales

- En tercer lugar aparece el Buzón de sugerencias con el 37,06%, pero por lo reciente de su instalación, podría asegurarse que solo conocen su existencia, pero no el uso.

- En cuarto lugar aparece la página web de Aguas Nacionales EPM (31,47%), lo cual es bajo considerando que durante el desarrollo del proyecto se ha difundido en los diferentes medios informativos.

- En quinto lugar aparece la Línea Aguas Nacionales EPM, con el 28,67%, como canal de atención. El bajo porcentaje puede referirse solo a que se conoce, y no tanto a que se haya utilizado, pues los otros canales y medios informativos podrían estar satisfaciendo las expectativas de información y/o atención.

Aguas Nacionales

Medios preferidos para conocer los proyectos.

Señale con una X el medio que mas le satisface sus necesidades de comunicación e información					
TOTAL encuestados	Periodico Mural	Periodico tabloide revista	Plegable	Micro video	Cartelera informativa
184	65	91	26	107	61
	35,33	49,46	14,13	58,15	33,15

Señale con una "X" los medios informativos que prefiere para conocer el desarrollo del Interceptor y la Planta Bello.							
TOTAL encuestados	Periódico mural	Periódico informativo (revista)	Plegable	Micro video	Carteleras informativas	Boletín otra mirada	Infográfico Planta Bello
143	64	100	59	89	65	26	29
	44,76	69,93	41,26	62,24	45,45	18,18	20,28

Aguas Nacionales

Análisis de resultados: medios preferidos.

- Los resultados muestran que se mantiene como en el 2013, el orden en la preferencia por los medios. Primero el Periódico Informativo, luego el Microvideo, y en tercer lugar Las carteleras y Periódico mural con porcentajes muy cercanos.

- Aunque en el año 2013, la pregunta se refería a cuál medio le satisfacía más con la información, el resultado en orden fue el mismo, lo cual muestra una constancia en dicha aceptación.

- Es satisfactorio el resultado por el Plegable, cuyo porcentaje del 41,26% lo ubica en cuarto lugar, considerado alto para un medio que hace más de dos años fue distribuido.

- Aunque los porcentajes bajan entre 2 y 3 puntos respecto a la primera pregunta, se puede considerar una buena valoración el 18,18% del Boletín Otra Mirada y el 20,28% del Infográfico, medios de la PTAR en el 2014.

Aguas Nacionales

Actividades informativas conocidas.

PREGUNTA 6 DE LA ENCUESTA DE MEDIOS INFORMATIVOS 2013			
Cuál o cuáles de las actividades informativas del Interceptor Norte han satisfecho sus necesidades de información sobre el proyecto.			
TOTAL encuestados	**Reuniones informativas**	**Linea de atencion**	**Oficina movil de atencion al ciudadano**
184	150	22	34
	81,52	11,96	18,48

PREGUNTA 5 DE LA ENCUESTA DE MEDIOS INFORMATIVOS 2014				
Señale con X las actividades de socialización de los dos proyectos que más conoce o ha participado:				
TOTAL encuestados	**Reuniones informativas**	**Talleres de capacitación**	**Oficina movil de atencion al ciudadano**	**Visitas pedagógicas**
143	108	115	46	64
	75,52	80,42	32,17	44,76

Análisis de resultados: actividades informativas.

- En comparación con el año 2013, se incluyeron las opciones "talleres de capacitación" y "visitas pedagógicas".
- Las actividades como "talleres y jornadas de capacitación", obtuvieron el primer lugar, lo cual es creíble pues durante todo el proyecto han sido las actividades más frecuentes y convocadas.
- En segundo lugar, con muy alto porcentaje están las reuniones informativas, aunque en comparación con el 2013, dicha actividad bajó 6 puntos, lo cual puede explicarse porque en aquella medición, no se incluyeron los talleres que pudieron tomarse como reuniones.
- En tercer lugar con un buen porcentaje quedaron las visitas al Museo del Agua y Planta San Fernando. Buen resultado considerando que en el 2013 esta actividad no se incluyó, además, las visitas pedagógicas ganan mayor interés por su didáctica y vivencia presencial para socializar.
- Por último, quedó como espacio de socialización la Oficina móvil de atención al ciudadano. Respecto al año 2013, subió casi el doble pero sigue siendo el último puesto.

Aguas Nacionales

Valoración de los contenidos publicados

PREGUNTA 5 DE LA ENCUESTA DE MEDIOS INFORMATIVOS 2013			
Señale como considera la informacion publicada en los diferentes medios de comunicación del Interceptor Norte (Puede considerar las 3 opciones)			
TOTAL encuestados	**Clara**	**Importante**	**Actual**
184	122	144	94
	66,30	78,26	51,09

PREGUNTA 4 DE LA ENCUESTA DE MEDIOS INFORMATIVOS 2014				
Señale cómo considera la información publicada en los diferentes medios de comunicación del Interceptor Norte y la Planta Bello (puede aplicar 4 opciones):				
TOTAL encuestados	**Clara**	**importante**	**actual**	**completa**
143	105	105	69	77
	73,43	73,43	48,25	53,85

Aguas Nacionales

Análisis de resultados: valoración de contenidos.

- El año 2014 obtiene el mismo orden de puntajes del 2013, valorando en primer lugar la información como "importante y clara", en segundo lugar la información es "completa" y en tercer lugar aparece valorada como "actual".

- La variable "actual" presenta una leve disminución (2,84 puntos), respecto a 2013, que puede deberse al conocimiento ya adquirido por el encuestado.

- El puntaje sobre "la claridad", aumenta considerablemente del 66,30% el año 2013, al 73,43%. Ello puede deberse a que se doblaron los esfuerzos en el manejo del lenguaje y los contenidos informativos en cada medio.

- Otro elemento positivo, es el resultado sobre "la amplitud" de la información, incluido este año: El 53,85% la consideran muy completa.

- Estos resultados sobre la importancia de los contenidos, guardan relación con la preferencia sobre los temas que se quieren ver publicados, según muestra la última pregunta.

Temas de mayor interés para difundir en medios y en las actividades de socialización.

PREGUNTA 7 DE LA ENCUESTA DE MEDIOS INFORMATIVOS 2013					
Señale los temas que mas le interesa conocer o ampliar en las actividades informativas					
TOTAL Encuestados	Aspectos constructivos	Aspectos sociales	Generacion de empleo	Capacitacion ambiental y otros temas	Desarrollo y avance del proyecto
184	89	80	93	138	127
	48,370	43,478	50,543	75,000	69,022

PREGUNTA 6 DE LA ENCUESTA DE MEDIOS INFORMATIVOS 2014					
Señale los temas referentes al Interceptor y la Planta Bello, que más le interesa conocer o ampliar en las actividades de socialización e información:					
TOTAL Encuestados	Aspectos constructivos	Aspectos sociales	Generacion de empleo	Capacitacion ambiental y otros temas	Desarrollo y avance de los proyectos
143	91	88	63	113	96
	63,636	61,538	44,056	79,021	67,133

Aguas Nacionales

Análisis de resultados: sobre interés en temas

- En ambas evaluaciones se prefieren en primero y segundo lugar los temas ambientales y el desarrollo del proyecto.
- En tercer lugar interesan los aspectos constructivos, incluso aumentando su puntaje y nivel en relación al 2013.
- El interés en aspectos sociales en el 2014, subió 18 puntos pasando del 5º al 4º lugar, por encima del interés sobre el tema de empleo.
- El interés por el tema empleo, en ambas mediciones obtuvo el último lugar, incluso bajando 6,5 puntos en el 2014. Este resultado puede significar una disminución en la expectativa de vinculaciones y por el énfasis realizado en informar sobre este proceso.
- Hay una gran diferencia (34,97 puntos) entre la preferencia por temas ambientales y el empleo. Ello evidencia el esfuerzo en difundir los beneficios ambientales del Interceptor y la Planta Bello.

Aguas Nacionales

Conclusiones y recomendaciones

1. Todos los medios informativos y actividades de socialización, tuvieron un alto nivel de recordación y mismo orden de puntajes en ambas mediciones. Resultado explicable por la continuidad de los medios.

2. Destacable, que obtuvieron mayor recordación los medios informativos sobre las actividades de socialización y canales de atención. Esto puede explicarse porque le llegan directamente al destinatario.

3. Estos resultados indican que la estrategia mediática en estos proyectos es necesaria y permanente.

4. La alta calificación a la importancia y claridad de los contenidos, muestra el interés por proyectos de este tipo.

5. La medición del 2014, habría mostrado resultados mas reales si se hubiese aplicado por separado a cada proyecto.

6. El 80% de valoración a las capacitaciones, demuestra que fueron las actividades mas constantes y con doble función: capacitar y socializar.

Aguas Nacionales

Conclusiones y recomendaciones

7. Los bajos resultados en ambas mediciones sobre el canal de atención Oficina Móvil, amerita revaluar la aplicación, eficacia y pertinencia de dicha estrategia en proyectos como estos del Interceptor.

8. Los buenos resultados en la acogida a las jornadas de capacitación en temas ambientales y referentes al proyecto, así como en las socializaciones con información periódica, imponen el reto de continuarlas y reforzarlas con los grupos de interés.

9. El 80% de valoración a las jornadas de capacitación y visitas didácticas, demuestra que han sido las actividades mas apetecidas y que han cumplido con la doble función de capacitar y socializar.