



*Aguas Nacionales*

Grupo **epm**<sup>®</sup>

# Análisis de resultados

Evaluación de medios informativas y  
actividades de socialización  
2017



# Objetivos

- Evaluar los medios informativos implementados, paralelo a la construcción del Parque Planta de tratamiento de aguas EPM Aguas Claras durante el año 2017.
- Identificar el conocimiento y aceptación que siguen teniendo los medios y canales de comunicación de la PTAR en los diferentes grupos de interés del proyecto.
- Identificar los aspectos que según la evaluación de medios y actividades de socialización, sea necesario ajustar para avanzar en el impacto y efectividad de las estrategias de comunicación.

## Aspectos evaluados

La encuesta aplicada para recoger la información sobre los medios y canales de comunicación del Parque Planta de tratamiento Aguas Claras, contempló los siguientes aspectos, y cada pregunta tenía la posibilidad de respuestas múltiples, tanto positivas como negativas.

- Medios informativos conocidos durante el 2017.
- Medios de mayor preferencia para informarse.
- Calificación sobre la calidad de la información publicada en los medios.
- Conocimiento y/o utilización de canales de atención y sugerencias
- Conocimiento y/o participación en las actividades de socialización
- Temas de preferencia o interés en las actividades de socialización y medios informativos.

## Población encuestada

Grupo de interés	encuestas aplicadas	Porcentaje total
Comunidad y medio ambiente	81	31.15 %
Personal HHA	75	28.84 %
ANEPM	11	4.23 %
Visitantes (varios grupos)	50	19.23 %
Colegas (Interventoria)	23	8.84 %
Subcontratistas	20	7.69 %

# Resumen de mejores puntajes en cada pregunta

P No.	Respuesta	Puesto	Porcentaje	observaciones
1	Carteleras informativas	1º	58.46 %	Se mantiene el mismo orden de resultados respecto al año 2016 incluso con porcentajes más altos. El microvideo subió al tercero.
	Boletín otra mirada	2º	57.69 %	
	Microvideo	3º	55.77 %	
	Cartilla educativa	4º	35.00 %	
2	Carteleras informativas	1º	38.08 %	La web ANEPM subió del tercer al segundo lugar pero empatado con el Boletín respecto al año 2016.
	Boletín y WEB ANEPM	2º	24.23 %	
	Cartilla educativa	3º	23.08 %	
	Microvideo	4º	21.15 %	
3	Clara	1º	63 %	Se mantiene la tendencia al año 2016, incluso con mejores porcentajes. Se empatan las opciones completa y actual en el mismo lugar.
	Importante	2º	56.54 %	
	Completa y Actual	3º	38.85 %	
	Incompleta	4º	4.23 %	

# Resumen de mejores puntajes en cada pregunta

4	Correo electrónico	1º.	48.08	También se mantienen las mismas posiciones respecto al año 2016, pero con mejores porcentajes.
	Oficina de atención a la comunidad	2º.	36.92%	
	Línea de atención al ciudadano	3º.	30 %	
	Línea de atención ANEPM	4º.	17.69 %	
5	Talleres de capacitación	1º.	35 %	Las primeras 3 posiciones se mantienen, pero en la cuarta aparece la jornada de educación ambiental, que en el 2016 estuvo de 5ª.
	Visitas guiadas	2º.	30 %	
	Reuniones informativas y socializaciones	3º.	28.08 %	
	Jornadas de educación ambiental	4º.	26.54 %	
6	Capacitación ambiental	1º.	66.54 %	Se mantienen las posiciones, pero las dos primeras aumentan de porcentajes y las dos últimas disminuyen un poco el porcentaje.
	Desarrollo y avance del proyecto	2º.	50 %	
	Aspectos constructivos	3º.	46.54 %	
	Aspectos sociales	4º.	43.08 %	

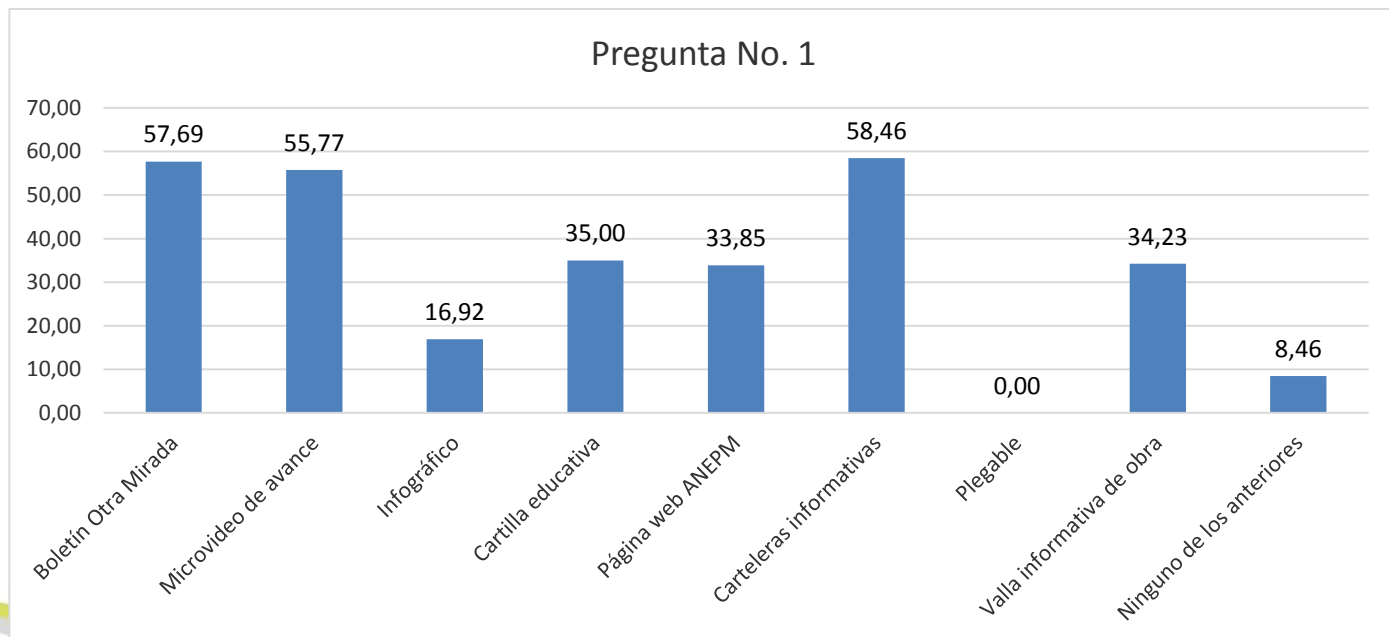
# Análisis de resultados

## PREGUNTA 1

EVALUACIÓN DE MEDIOS INFORMATIVOS, CANALES DE ATENCIÓN Y SOCIALIZACIÓN 2017  
PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES BELLO

**Señale con una X los medios informativos que conoció de la Planta en el año 2017  
(si su respuesta es ninguno pase a la pregunta N°4)**

TOTAL encuestados	Boletín Otra Mirada	Microvideo de avance	Infográfico	Cartilla educativa	Página web ANEPM	Carteleras informativas	Plegable	Valla informativa de obra	Ninguno de los anteriores
260	150	145	44	91	88	152	0	89	22
	57,69	55,77	16,92	35,00	33,85	58,46	0,00	34,23	8,46





## Análisis de resultados P 1

Por cuarto año, el resultado es muy satisfactorio, el puntaje es cercano al 50%. Cada una de las 3 mejores calificaciones suben unos 5 puntos en promedio, solo la cartilla educativa que se mantiene en cuarto lugar baja a 35 %, y es buen porcentaje considerando que se distribuyó en actividades específicas.

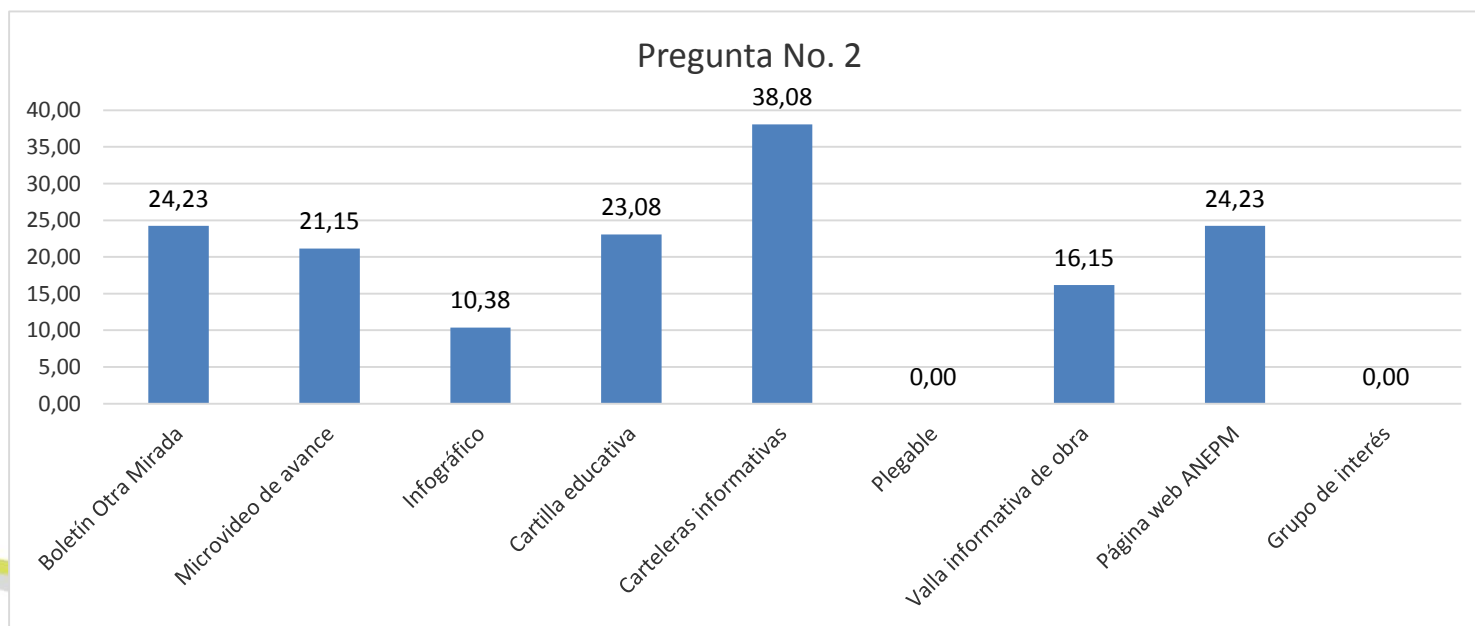
Aunque se mantienen en el mismo orden la valla informativa, la página web y el infográfico, bajan sus porcentajes, este último 10 puntos respecto al 2016. Este resultado parece corresponderse con los visitantes encuestados, puesto que es el grupo que más recibe dicho medio.

Una conclusión importante es que el porcentaje de quienes dicen no conocer ninguno de los medios informativos, baja casi 3 puntos (8,46) respecto al 2016, pero es un porcentaje muy bajo referente a la muestra.

**PREGUNTA 2**  
**EVALUACIÓN DE MEDIOS INFORMATIVOS, CANALES DE ATENCIÓN Y SOCIALIZACIÓN 2017**  
**PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES BELLO**

**Señale con una "X" los medios informativos que han sido de su preferencia para informarse sobre el desarrollo de la Planta en el año 2017**

TOTAL encuestados	Boletín Otra Mirada	Microvideo de avance	Infográfico	Cartilla educativa	Carteleras informativas	Plegable	Valla informativa de obra	Página web ANEPM	Grupo de interés
260	63	55	27	60	99	0	42	63	0
	24,23	21,15	10,38	23,08	38,08	0,00	16,15	24,23	0,00



## Análisis de resultados P 2

Esta pregunta se relaciona directamente con la primera, donde la intención fundamental es conocer que medios son preferidos, de los ya conocidos.

Los tres primeros medios preferidos son las carteleras, luego el Boletín empatado con la web de ANEPM, tercer lugar la cartilla educativa y de cuarto el Microvideo.

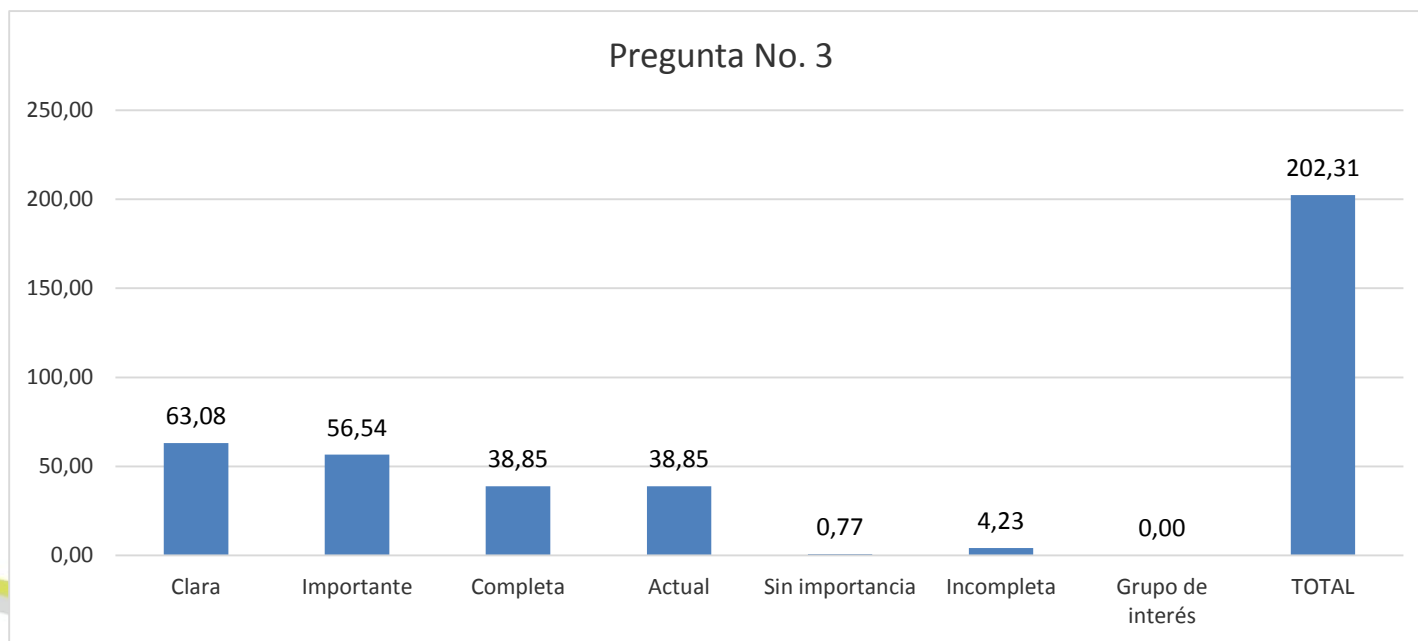
Nuevamente, se presenta una característica particular, y es que los porcentajes de estas respuestas respecto a la primera pregunta, bajan 15 puntos en promedio cada una, aunque se mantengan en el orden de preferencia.

Igualmente, en el segundo grupo de respuestas a esta pregunta, los porcentajes bajan un promedio de 10 puntos pero se mantienen en el orden de preferencia como son el infográfico con 10,38% y la valla informativa con 16,15 %.

**PREGUNTA 3**  
**EVALUACIÓN DE MEDIOS INFORMATIVOS, CANALES DE ATENCIÓN Y SOCIALIZACIÓN 2017**  
**PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES BELLO**

**Señale cómo considera la información publicada en los diferentes medios de comunicación de la Planta durante el año 2017**

TOTAL encuestados	Clara	Importante	Completa	Actual	Sin importancia	Incompleta	Grupo de interés	TOTAL
260	164	147	101	101	2	11	TODOS	526
	63,08	56,54	38,85	38,85	0,77	4,23	0,00	202,31



## Análisis de resultados P 3

Por cuarto año, los resultados de esta pregunta muestran que los contenidos publicados en los diferentes medios y la información socializada, son muy bien valorados por los encuestados, según los porcentajes e ítems evaluados.

Los porcentajes obtenidos este año suben nuevamente 4 puntos promedio C/u de los primeros y mejores porcentajes. Anualmente ha subido la valoración de las opciones en esta pregunta sobre la calidad de la información publicada y socializada.

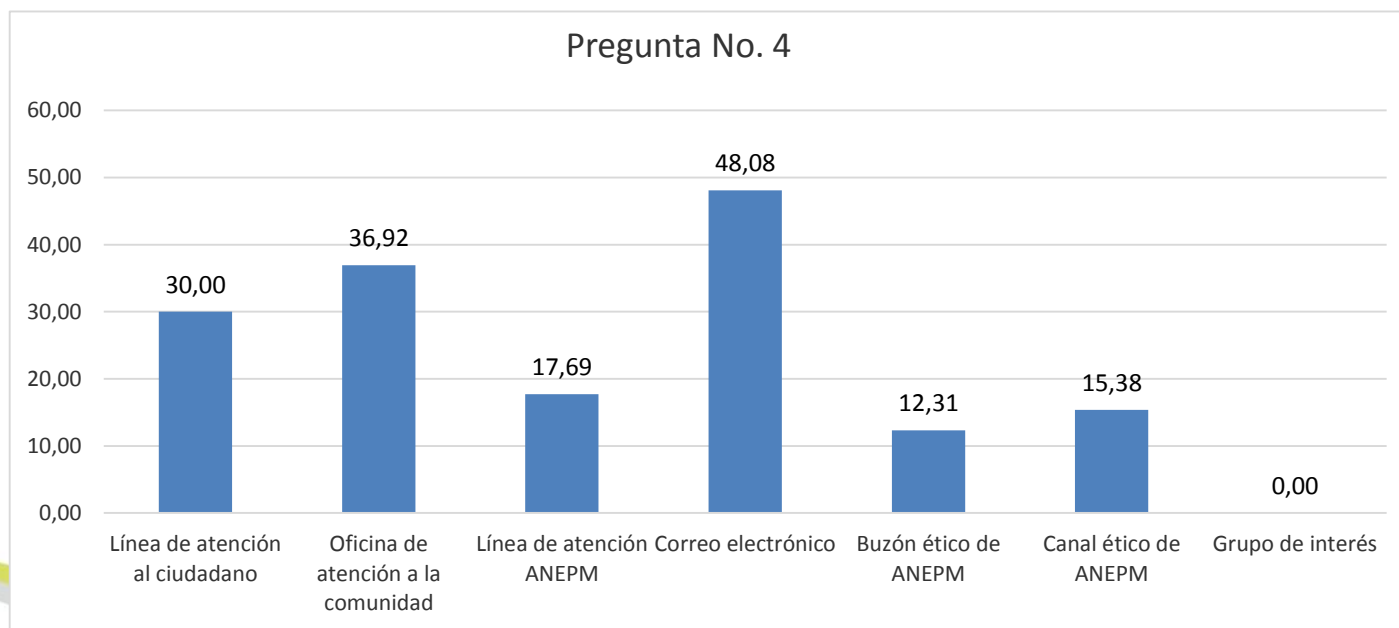
Ejemplo, la opción si la información fue “clara”, este año obtuvo 63.08 % y en el 2016 el 59,8%. Ello indica una alta preocupación por elaborar con claridad la información del proyecto y de los temas ambientales.

Los resultados en las opciones si los contenidos son “*sin importancia*” (0.77%) o “*incompletos*” (4,23 %), siguen siendo muy bajos y no afectan los objetivos ni el impacto generado con los contenidos publicados.

PREGUNTA 4  
EVALUACIÓN DE MEDIOS INFORMATIVOS, CANALES DE ATENCIÓN Y SOCIALIZACIÓN 2017  
PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES BELLO

Señale con una X los canales de atención y sugerencias que conoció y/o utilizó del proyecto durante el año 2017

TOTAL encuestados	Línea de atención al ciudadano	Oficina de atención a la comunidad	Línea de atención ANEPM	Correo electrónico	Buzón ético de ANEPM	Canal ético de ANEPM	Grupo de interés	TOTAL
260	78	96	46	125	32	40	0	417
	30,00	36,92	17,69	48,08	12,31	15,38	0,00	



## Análisis de resultados P 4

Se obtiene este año el mismo orden de preferencia, pero dos canales suben hasta 5 puntos los porcentajes. Curiosamente, en el resto de opciones se dieron los mismos porcentajes del 2016.

Dichos resultados demuestran de nuevo que el correo electrónico (48,08 %), sigue siendo el canal preferido para comunicarse con el proyecto sobre todas las actividades.

Los demás canales obtienen el mismo resultado del 2016, (Buzón ético ANEPM 12,31% y canal ético ANEPM 15,38%) ello muestra que se ha mantenido el nivel de calidad y preferencia para el uso y acercamiento con el proyecto.

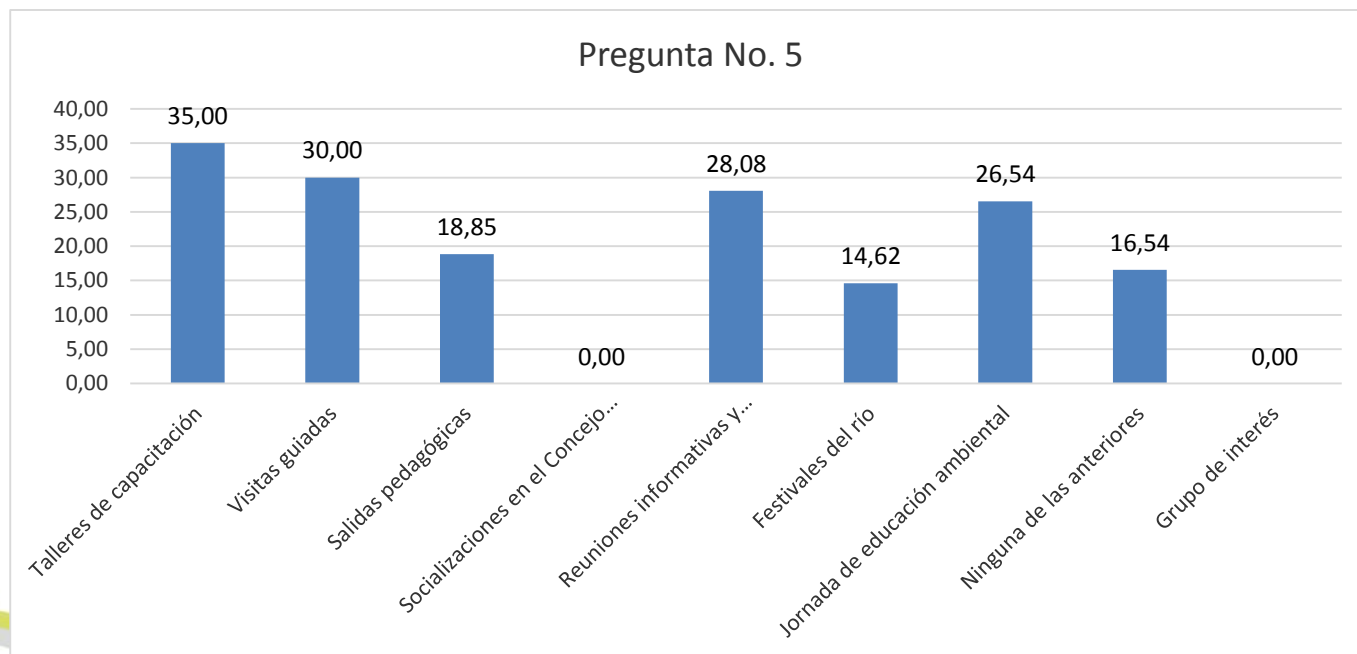
Los resultados han sido satisfactorios y un logro importante en su implementación para los objetivos de socialización, respuesta a PQRS y recepción de hojas de vida.

Se puede concluir, que estos resultados indican una continuidad en el esfuerzo por socializar los canales a través de los medios informativos y la página web.

PPREGUNTA 5  
EVALUACIÓN DE MEDIOS INFORMATIVOS, CANALES DE ATENCIÓN Y SOCIALIZACIÓN 2017  
PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES BELLO

Señale con X las actividades de socialización del proyecto que conoció y/o participó en el año 2017

TOTAL encuestados	Talleres de capacitación	Visitas guiadas	Salidas pedagógicas	Socializaciones en el Concejo Municipal	Reuniones informativas y socializaciones	Festivales del río	Jornada de educación ambiental	Ninguna de las anteriores	Grupo de interés
260	91	78	49	0	73	38	69	43	Comunidad
	35,00	30,00	18,85	0,00	28,08	14,62	26,54	16,54	#IVALOR!





## Análisis de resultados P 5

Aparece el mismo orden de calificación que el año pasado; primero los talleres de capacitación (35%), segundo lugar las visitas guiadas (30%), y de nuevo tercer lugar las reuniones y socializaciones (28,08%).

Pero es curioso y sorprende que los porcentajes para estos mismos campos, bajen hasta 15 puntos en algunos casos, considerando que la muestra (260 encuestas) fue más amplia que en 2016 (187 encuestas).

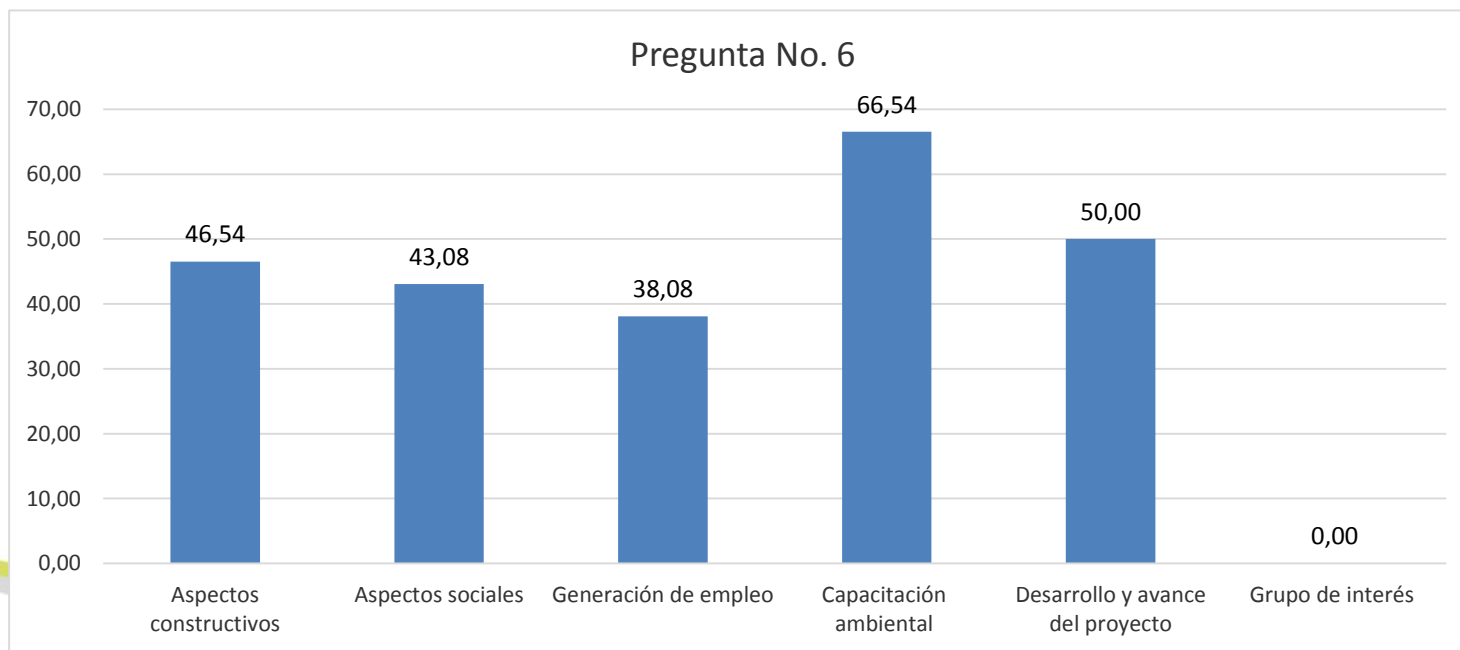
Los grupos encuestados, ampliados en cantidad, pueden haber influido en restarle porcentaje a la participación en las actividades, ejemplo el personal del Consorcio HHA (75) y los visitantes (50), los cuales marcarían que no participaron prácticamente en ninguna actividad, puesto que son dirigidas más a las comunidades. La muestra también puede explicar por qué sube el porcentaje de la opción *ninguna de las anteriores*, al pasar casi al doble (de 7,07 % al 16,54% en este año).

También es significativo que en los *Festivales del río y medio ambiente*, aumente 3 puntos, del 11,41 % al 14,62%, y es un buen porcentaje el 26,54% en la *Jornada de educación ambiental* incluso subiendo al cuarto lugar de calificación respecto al año 2016.

**PREGUNTA 6**  
**EVALUACIÓN DE MEDIOS INFORMATIVOS, CANALES DE ATENCIÓN Y SOCIALIZACIÓN 2017**  
**PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES BELLO**

**Señale los temas referentes a la Planta, que más le llamaron la atención en las actividades de socialización e información:**

TOTAL Encuestados	Aspectos constructivos	Aspectos sociales	Generación de empleo	Capacitación ambiental	Desarrollo y avance del proyecto	Grupo de interés	TOTAL
260	121	112	99	173	130	Comunidad	635
	46,54	43,08	38,08	66,54	50,00	#¡VALOR!	244,23



## Análisis de resultados P 6

Primero, *capacitación ambiental*, 66,54% mas que 2016 (64,13%), y sigue marcando la dinámica en las evaluaciones anuales. Resultado comprensible dado que es el tema de énfasis en los medios informativos y en actividades.

Segundo, *desarrollo y avance del proyecto* (50 %), aunque 10 puntos menos que el 2016, pero sigue por encima de *Aspectos constructivos* (46,54%).

Sobre *los Aspectos sociales*, aparece de nuevo en cuarto lugar (43,08 %), y de quinto, *generación de empleo* (38,08%) baja incluso 2 puntos. Dicho resultado puede explicarse por la disminución en la contratación durante los últimos 5 meses del año 2017.

Esto significa que los destinatarios han recibido bastante información del proyecto; posicionar estos temas puede garantizar a mediano plazo, un impacto positivo del Programa de saneamiento del río Medellín, por la suficiente información recibida sobre temas *ambientales*, *aspectos sociales* y sobre *proyectos de desarrollo* como estos.

## Conclusiones finales

- ✓ La evaluación 2017, ratifica las calificaciones logradas en los años anteriores, esta recoge otra vez las percepciones y opiniones de todos los grupos de interés, incluso ahora con una muestra mucho mayor que las anteriores.
- ✓ No obstante la muestra alcanzada, se espera en próximas evaluaciones, una mayor participación por parte de las entidades articuladas en el proyecto.
- ✓ Estos resultados ratifican que todos los grupos de interés siguen recordando positivamente los medios informativos del proyecto y mantienen en orden de preferencia: Las Carteleras, El Boletín Otra Mirada y Los Microvideos.
- ✓ La calidad de la información publicada en los medios informativos, se ha mantenido con buena calificación y en el mismo orden, pero además, este año 2017, los porcentajes subieron en promedio 4 puntos cada uno.

## Conclusiones finales

- ✓ En las actividades de socialización del proyecto se consolidan los altos porcentajes así: preferencia por los talleres de capacitación, visitas guiadas, reuniones y salidas pedagógicas, así como las jornadas de educación ambiental.
- ✓ Por la constancia en la buena calificación cada año, se registra una positiva aceptación de las estrategias en la gestión social como parte del relacionamiento con los grupos de interés.
- ✓ Los temas de mayor interés, definitivamente son *capacitación ambiental, el desarrollo de la obra, y los aspectos constructivos*.
- ✓ Finalmente, las evaluaciones anuales confirman que las estrategias de información y las actividades de socialización están articuladas integralmente, logrando un impacto positivo para los objetivos de socialización de la obra y del programa de saneamiento del río Medellín.

¡Muchas gracias!