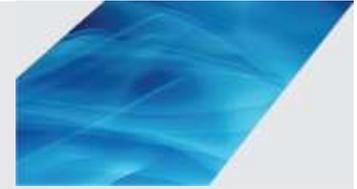


## Análisis de resultados.

# Evaluación de medios y actividades informativas 2013

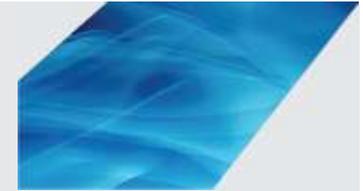




## Objetivos

- ✓ Presentar una reflexión sobre los resultados arrojados por la evaluación de medios y actividades informativas en el 2013.
- ✓ Identificar los aspectos que según la evaluación de medios y actividades informativas, sea necesario ajustar para mejorar la efectividad de dichas estrategias.

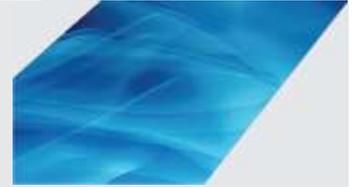




## Aspectos evaluados

- Medios y actividades informativas que se conocen del proyecto.
- Grado de satisfacción del encuestado respecto a su necesidad de información que le permiten los medios de comunicación implementados.
- Satisfacción con la información presentada en los medios.
- Calificación de los medios informativos respecto a contenidos, diseño y actualidad de la información.
- Valoración sobre la claridad, actualidad e importancia de la información publicada.
- Identificación de las actividades de información que más satisfacen la necesidad del encuestado (Reuniones informativas, Línea de atención y oficina móvil de atención).
- Temas de mayor interés para los encuestados a ser publicados en los medios y actividades informativas.





## Medios y actividades evaluadas

**Periódico mural**

**Periódico tabloide (tipo revista)**

**Plegable**

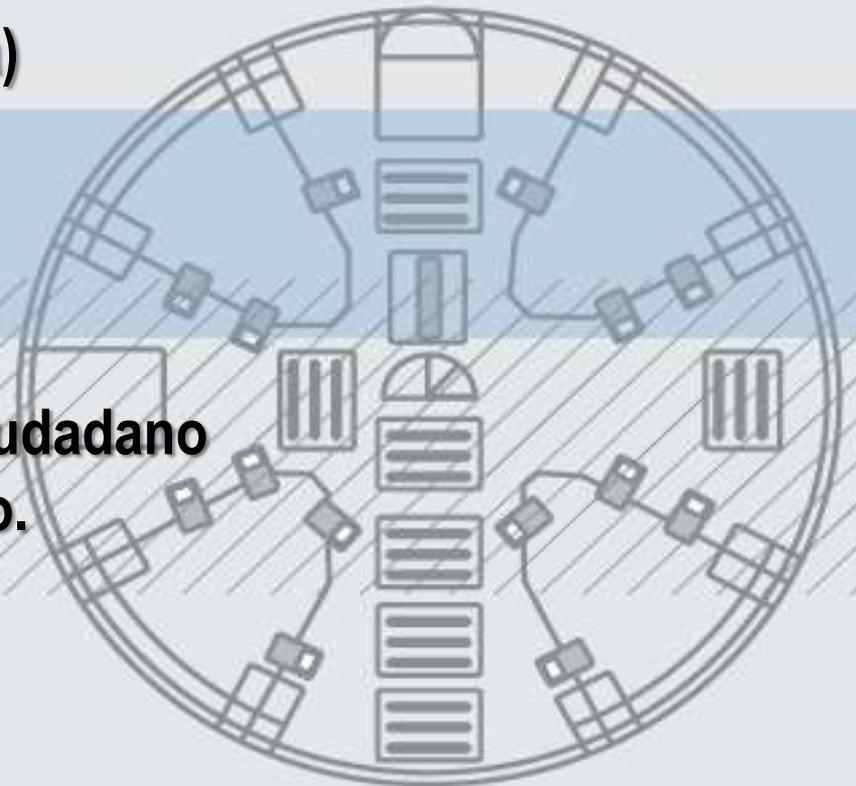
**Microvideo de avance**

**Cartelera informativa.**

**Reuniones informativas**

**Oficina móvil de atención al ciudadano**

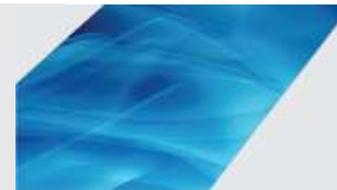
**Línea de atención al ciudadano.**



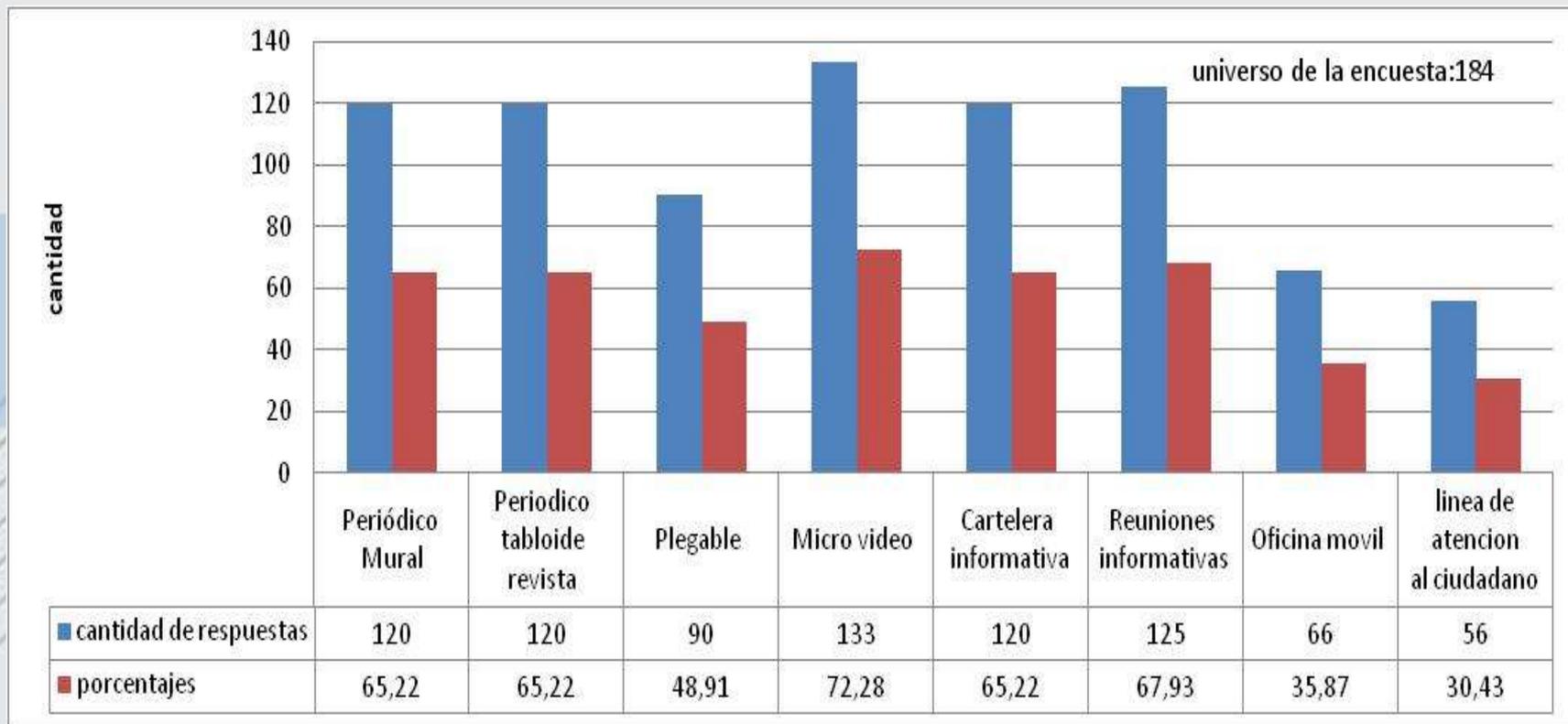
### Grupos de interés

Grupos de interés encuestados			
Grupos	Cantidad	%	observaciones
Andalucía, Villa Niza, otros	15	8	Comuna 2, Santa Cruz. Medellín.
Herradura, Pto. Nuevo, Palermo, San Isidro.	13	7	Comuna 4, Medellín.
La Rosa- Sinai	29	16	I.E. Pablo Neruda y Rep. Honduras. Comuna 2, Santa Cruz. Medellín.
La Paralela	13	7	I.E. Antonio Jose Bernal. Comuna 5. Medellín
Acevedo, Zamora, El Playón, La Frontera.	14	8	Comuna 2, Santa Cruz. (Comuna 11, Bello).
La Gabriela	6	3	Comuna 11, Bello.
Fontidueño, Los ciruelos, Las vegas, la virginia.	17	9	Comuna 10, Bello
CICE ADMON.	29	16	Personal administrativo.
CICE P.O. P 12	14	8	Personal de obra.
CICE P.O. P 16	25	14	Personal de obra.
Interventoría	9	5	personal oficina
<b>total</b>	<b>184</b>	<b>100%</b>	<b>10 grupos de interés.</b>

<b>Personal CICE e Interventoría: 77</b>	<b>41,84</b>
<b>Comunidad: 107</b>	<b>58,15</b>



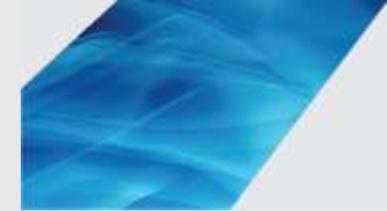
## Medios y actividades informativas que se conocen



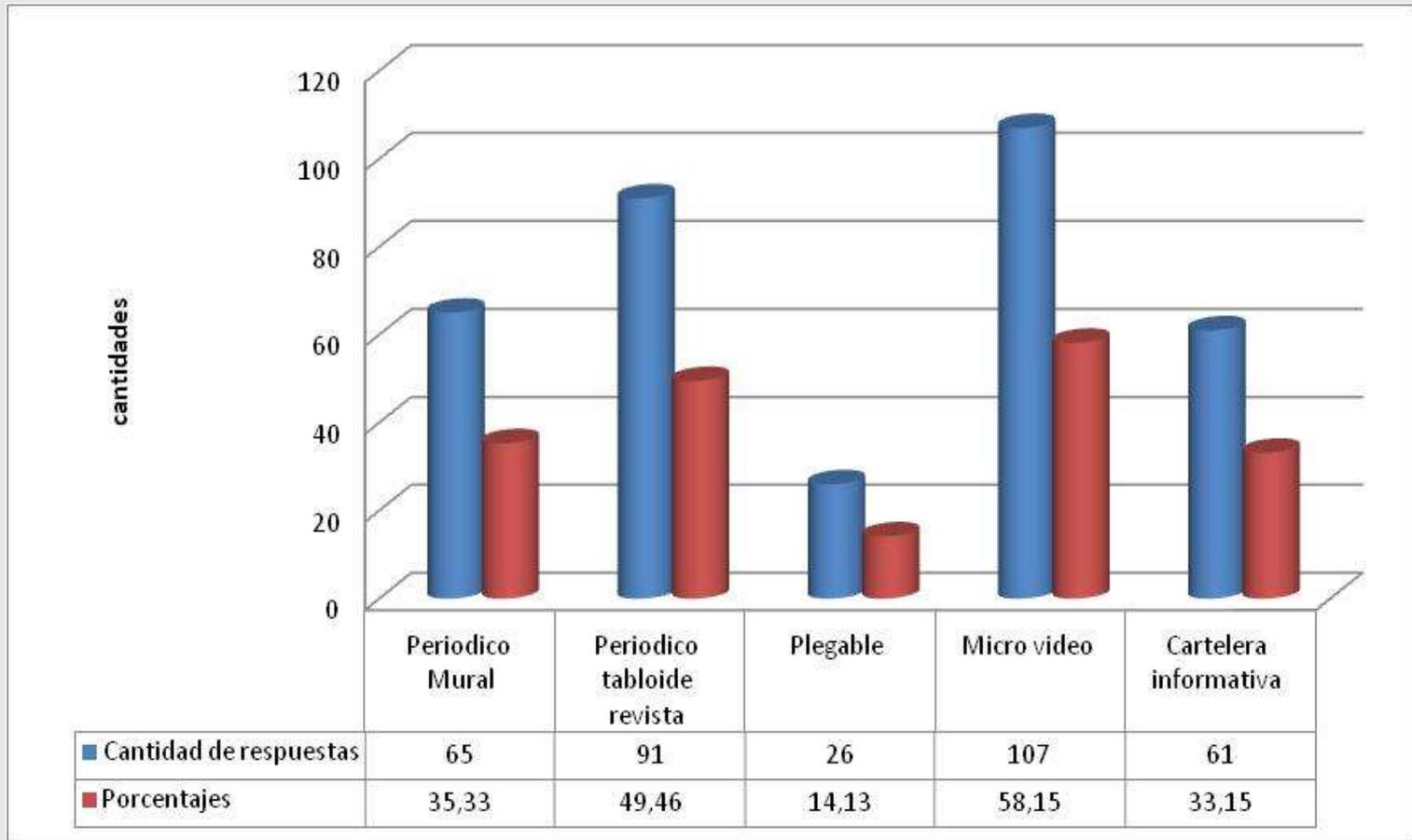


## Análisis a resultados pregunta No.1

- Los porcentajes más bajos corresponden a la Línea de atención al ciudadano (30,43%) y La oficina móvil (35,87%).
- Contrasta ello con las reuniones informativas, que alcanzaron el 67,93%, es decir 125 encuestados que dicen conocer las reuniones informativas.
- Esto puede indicar que 125 de los encuestados participaron en las reuniones al inicio del proyecto.
- El Microvideo alcanza la mejor calificación (72,28%), lo cual puede indicar una preferencia por la información audiovisual o una mejor recordación.
- Tampoco es bajo el porcentaje alcanzado por los medios impresos, incluso con igualdad de respuesta, el 65,22% PT y P M.
- Llama la atención que el 48,91% dice conocer el Plegable informativo.
- Es un dato importante, el 65,22% obtenido por las CI, pues ellas se ubican donde no todos las conocen.



## Grado de satisfacción sobre necesidad de información



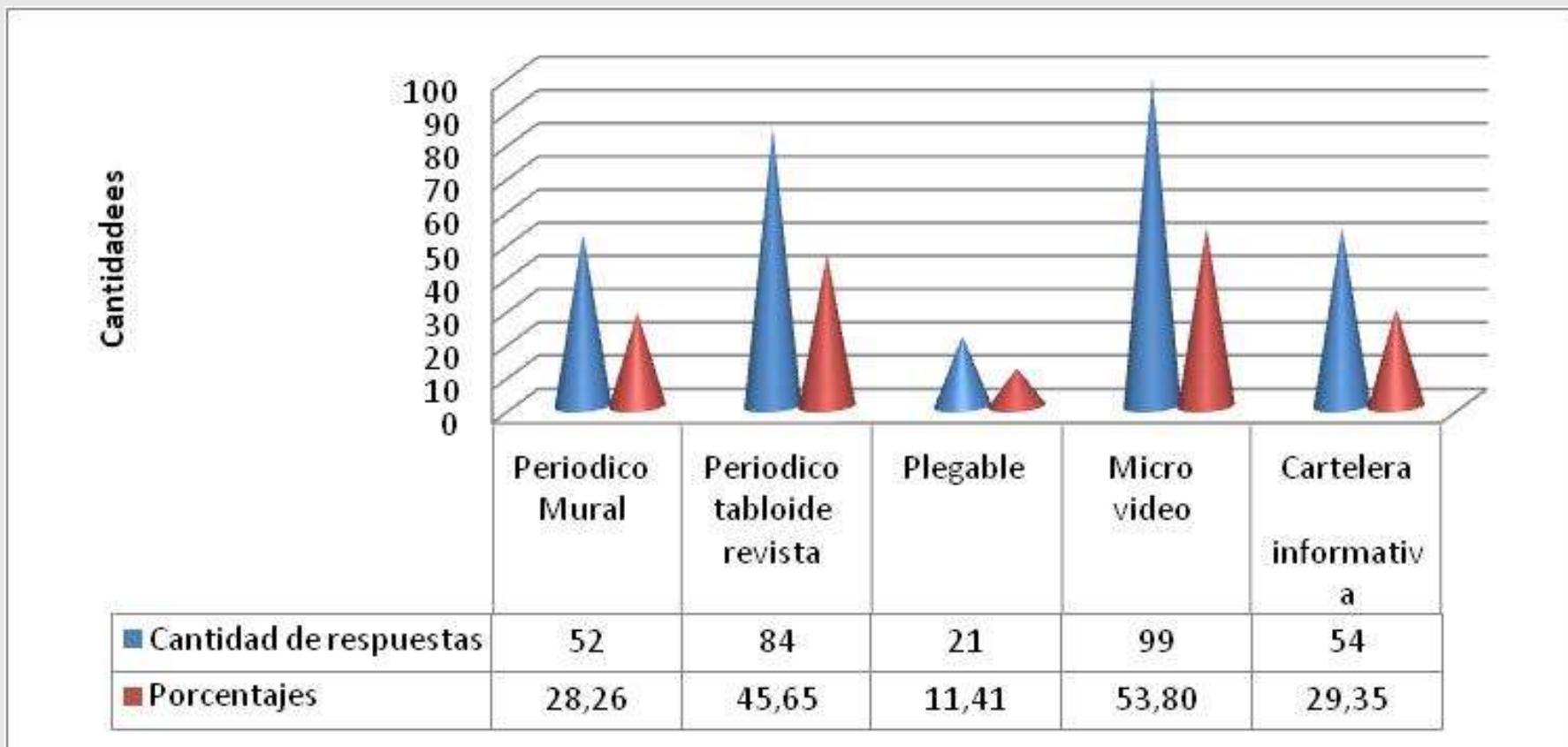


## Análisis a resultados pregunta No.2

- Los resultados varían bajando un poco los porcentajes, pero se mantiene la tendencia sobre el MV de avance siendo el medio que más satisface las necesidades de información.
- Comparando resultados entre el MV y el PT (58,15% y 49,46%), podría deducirse que la variedad de información presentada en estos medios, sea la razón para sentir que satisfacen la necesidad de información.
- El PM (35,33%) y CI (33,15%) son destacados en comparación a las posibilidades informativas que pueden ofrecer.
- Son resultados aproximados a los alcances de cada medio, con mayor razón respecto al PL (14,13%), pues dicho medio fue distribuido en una sola fase con un objetivo específico.



## Grado de satisfacción con la información presentada por cada medio



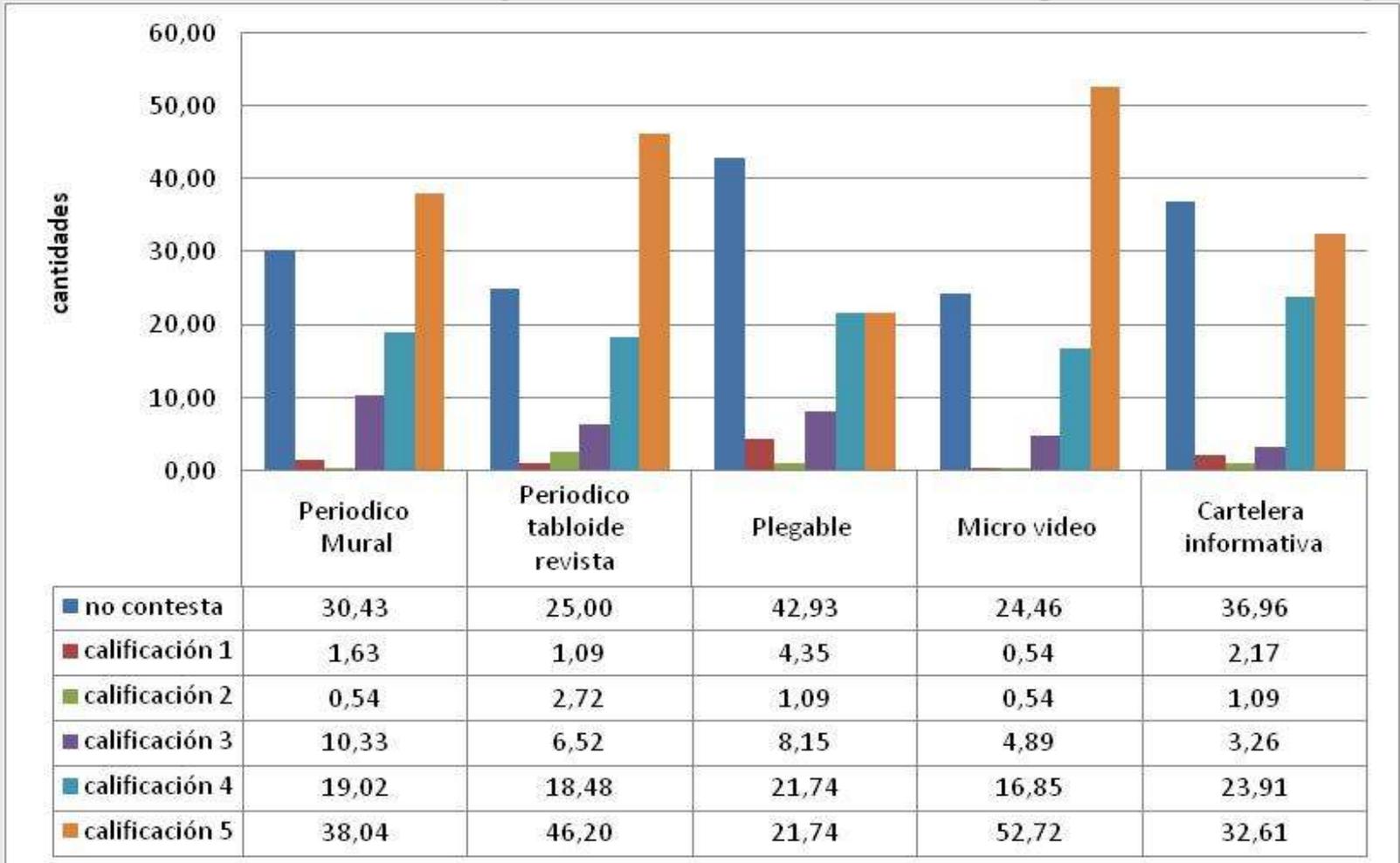


## Análisis a resultados pregunta No.3

- La escala de valoración es igual a la pregunta dos, resultando el MV en primer lugar por la información que presenta, con el 53,80%.
- En tercer lugar casi empatados (margen 1,09%) las CI y el PM con 29,35% y 28,26%. Es curiosa la similitud de los resultados, considerando que las CI son fijas y el PM más móvil, de distribución casi personalizada.
- Estos resultados presentan una diferencia significativa y en aumento, respecto a la segunda pregunta, en las calificaciones al PT y al PM, con una diferencia de 17,39%.
- El PL con 11,41% es normal por el análisis realizado sobre este medio en la pregunta anterior.
- Comparando los resultados de preguntas 2 y 3, podemos concluir que los encuestados sienten satisfecha su necesidad de información sobre el proyecto Interceptor Norte, en orden coherente a las posibilidades mediáticas.



## Calificación al medio (contenidos, diseño y actualidad).



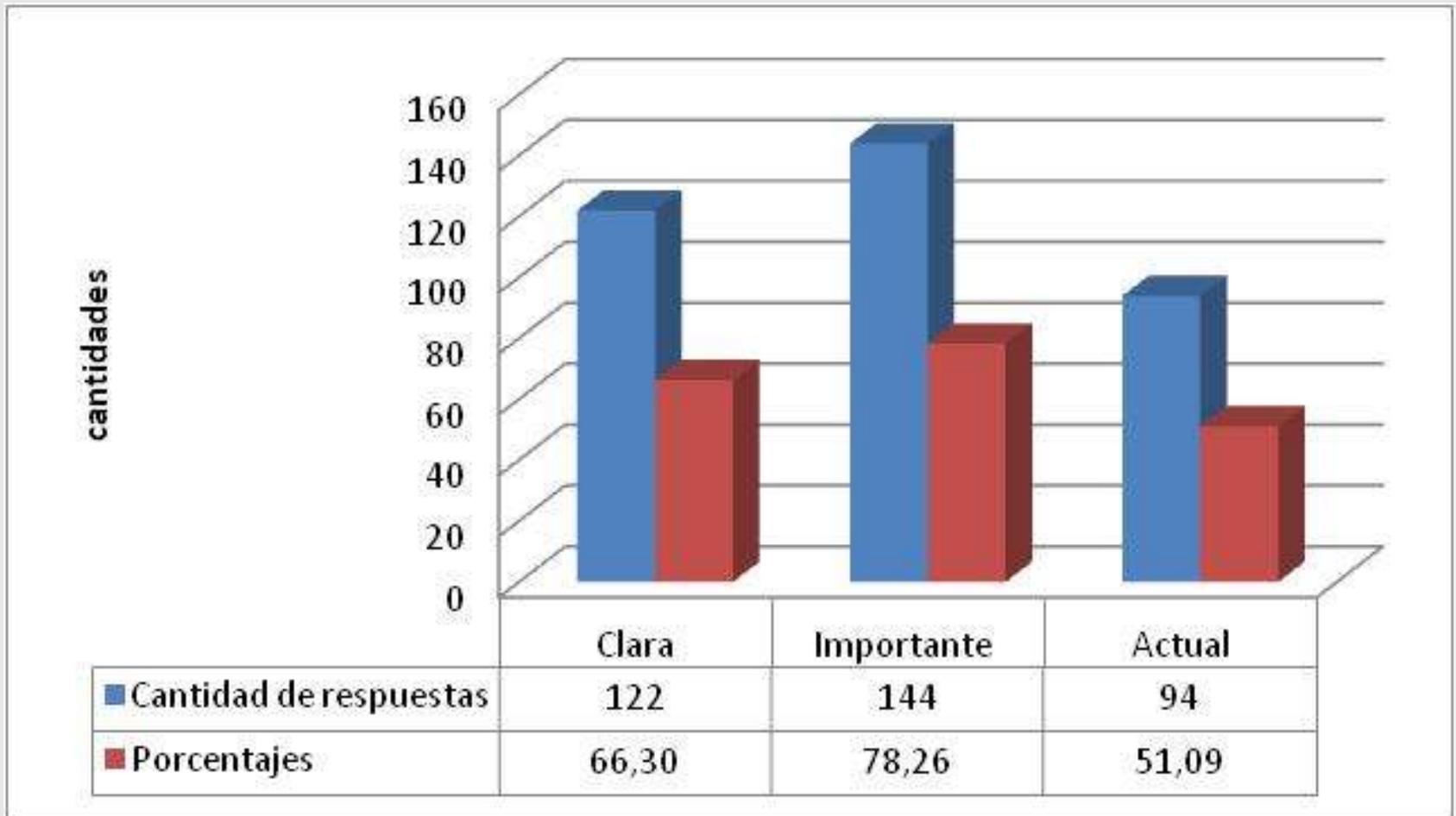


## Análisis a resultados pregunta No.4

- Según el cuadro, la valoración con un puntaje de 5 a cada medio, da el orden que se había presentado en las demás preguntas: MV primer lugar (52,72%), el PT segundo (46,20%), y el PM tercero (38,04%), finalmente aparecen las CI y el PL de último con 32,61% y 21,74% respectivamente.
- Esta calificación ratifica al formato audiovisual como preferido. Podría esperarse que los medios impresos, de mayor circulación y personalizada, hubiesen obtenido una mayor valoración.
- Es curioso que en la calificación sobre 4, cambie totalmente el orden de valoración, resultando las CI en primer lugar (23,91%), y el MV en último (16,85%).
- En los siguientes lugares, aparece el PL de segundo (21,74%), el PM, tercero (19,02%) y en cuarto lugar el PT con 18,48%.
- Una mirada general al cuadro, muestra que todos los resultados, independiente del puntaje que califica, es un orden diferente de valoración. No hay una línea constante.
- Finalmente, según los porcentajes de abstención para calificar en todas las opciones, pueda deberse a una errada interpretación de la pregunta por los encuestados, aunque esta permitía calificar en todos los rangos.



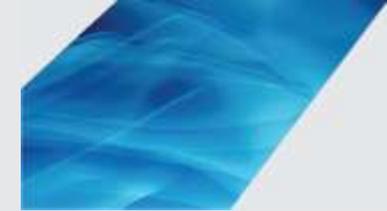
## Valoración a la información (clara, importante, actual).



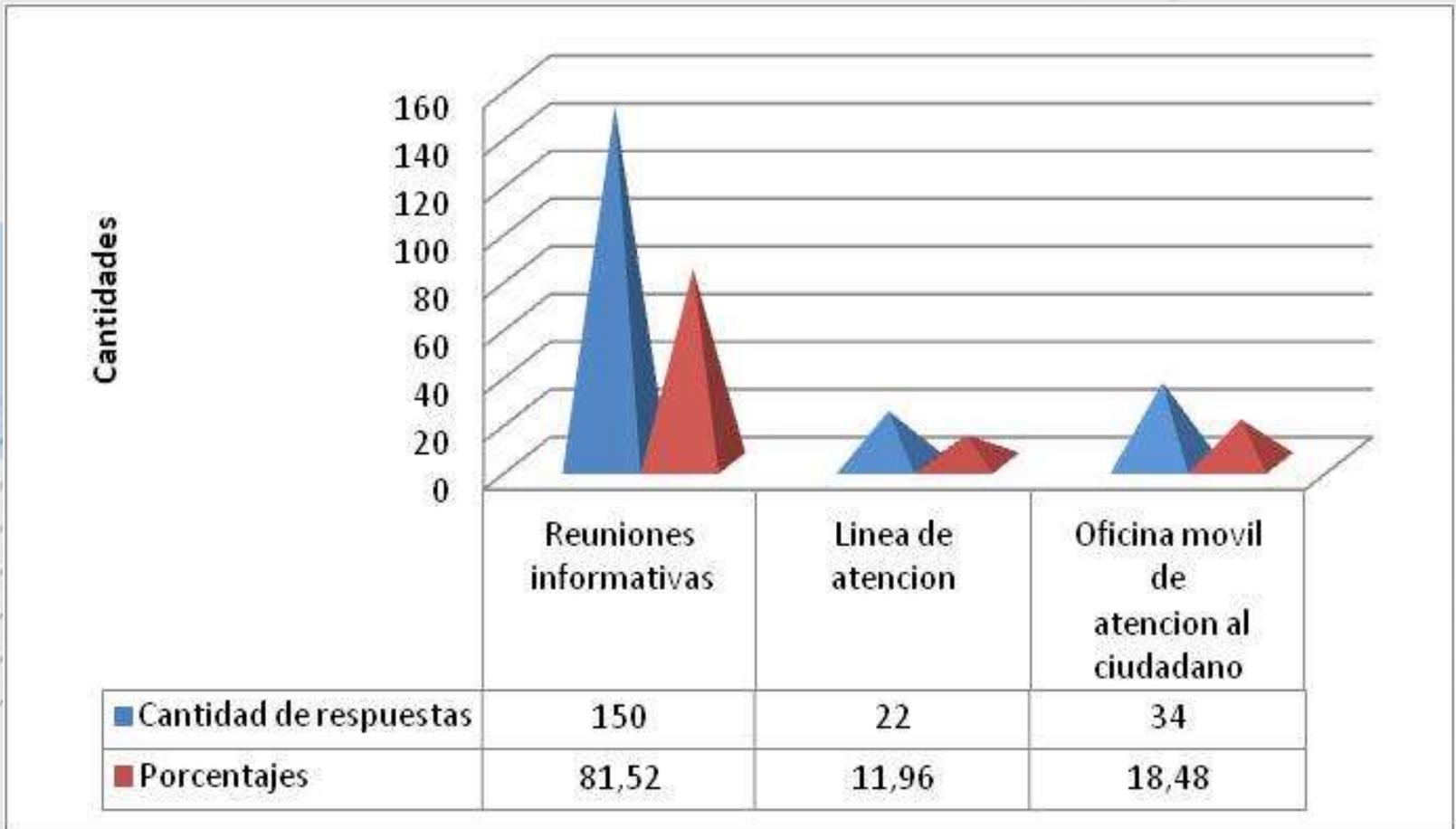


## Análisis a resultados pregunta No.5

- Es muy significativo el resultado 78,26% de valoración como “importante”. Es decir, 144 encuestados consideran que el proyecto es importante para ellos.
- Un buen resultado también es que el 66,30 % consideren que la información publicada en los medios ha sido “clara”, lo cual es complementario a la respuesta anterior.
- Aunque con un porcentaje más bajo, es plausible que el 51,09 % califique como “actual” la información publicada, lo cual significa que el proyecto Interceptor Norte y los temas ambientales, son un tema de actualidad para los encuestados.
- Se puede concluir que la positiva valoración de los contenidos publicados en los medios, guarda una estrecha relación con los resultados de la última pregunta respecto a las expectativas sobre los próximos temas a publicar, como veremos más adelante.



## Actividades informativas que satisfacen las necesidades de información sobre el proyecto



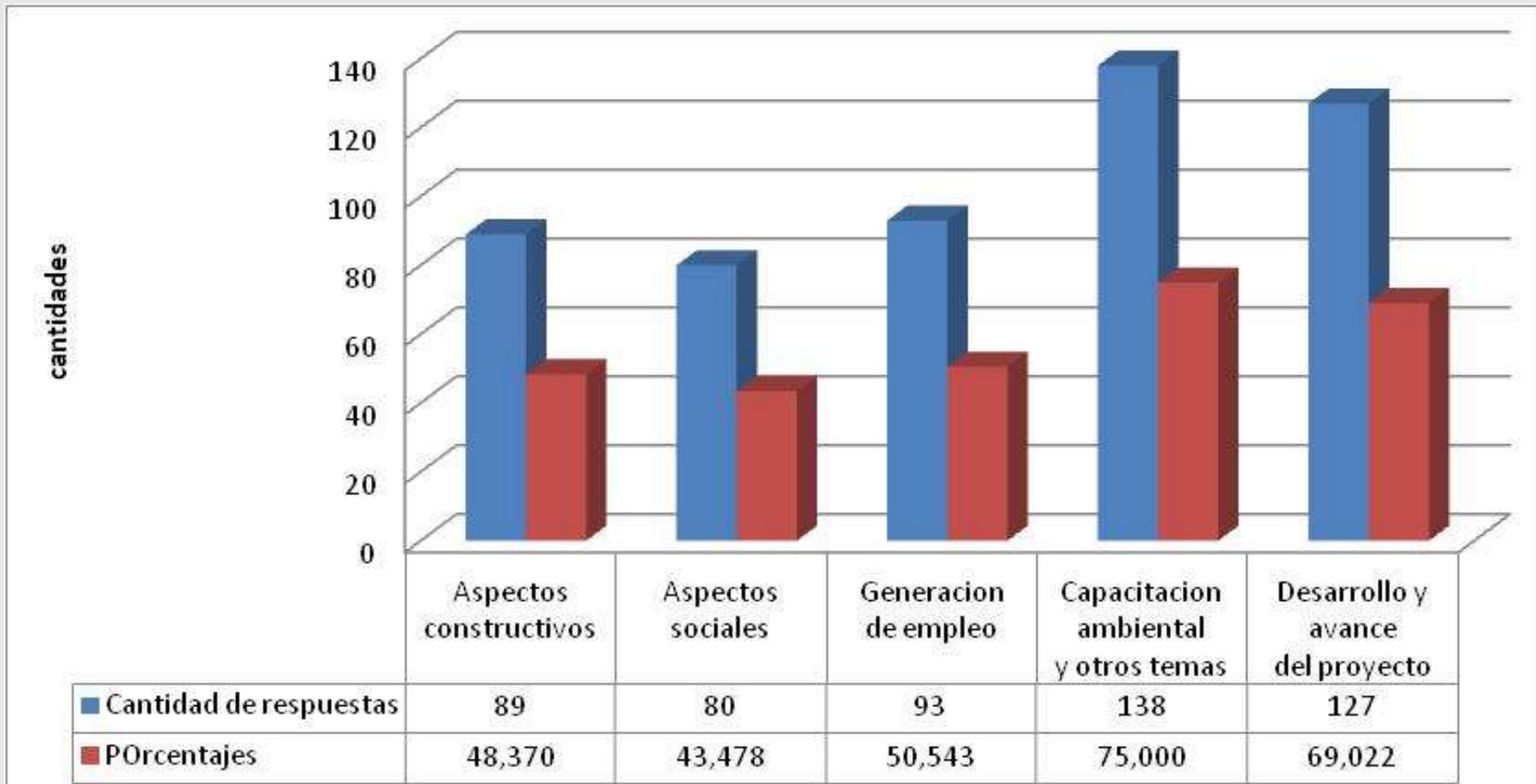


## Análisis a resultados pregunta No. 6

- El resultado sobre RI se corresponde con la primera pregunta, donde éstas obtienen un segundo lugar, aún siendo una estrategia apenas aplicada en la fase inicial.
- El 81,52% puede indicar que 150 personas, asistieron a por lo menos una RI sobre el proyecto, y que ésta satisfizo sus necesidades de información.
- Los bajos resultados en OM con 18,48% de satisfacción y la LA con 11,96%, indicaría muy posiblemente que el encuestado prefiere la información directa, amplia y versátil que se puede dar en una reunión.
- Respecto a la OM (18,48%), este se puede corresponder con la baja asistencia o solicitudes de atención que se presentaron en el 2013.
- La LA con 11,96 % es un dato creíble, pues no ha sido la estrategia más utilizada por los grupos de interés para pedir información.
- También podría significar que el 81,52% participaron en las RI y aún participan en las capacitaciones.



## Temas que más interesa conocer - ampliar en las actividades informativas.





## Análisis a resultados pregunta No. 7

- Los datos más representativos son la preferencia por temas de capacitación ambiental 75%, y por información sobre el proyecto 69,02%.
- El interés en estos temas, se corresponde con el tipo de población que ha participado en la capacitación y que han recibido información sobre el desarrollo de la obra.
- Es llamativo que solo el 50,54% tenga expectativas en informarse sobre empleo, pues una obra como el Interceptor Norte, se esperaría que genere un mayor interés en el tema contratación.
- El tema “aspectos constructivos” (48,37%) es un buen porcentaje, indica un gran interés en el proyecto, y se corresponde con el resultado de la pregunta 5 que califica como “importante” los contenidos publicados.
- Contrario a lo que se esperaría, en el interés por los aspectos sociales y ambientales por una obra como estas, ellos alcanzan 43,47%, es decir 80 personas de las 184 consultadas.



## Conclusiones y/o recomendaciones.

1. Por la periodicidad y permanencia de los medios informativos, son estos los más reconocidos, contrario a las actividades de información como las RI, la LA y la OM en conjunto.
2. La valoración por los medios informativos, estaría haciéndonos un llamado a continuar con esa línea, mejorando aspectos como calidad de imagen y sonido de los MV, especialmente.
3. Aunque los tres medios más valorados y reconocidos son el MV, el PT y el PM, amerita revisar la pertinencia, periodicidad y cantidad del PM, dado que los dos primeros parecen cumplir con mayor efectividad y satisfacción la información y socialización del proyecto.
4. Las carteleras informativas se podrían sostener en tanto son un medio local y dirigido a una población específica, y a otro tanto que se mueve (asisten, visitan, se reúnen), en las sedes donde están ubicadas.



## Conclusiones y/o recomendaciones.

5. Los resultados sobre el PL son creíbles, pues su distribución solo se hizo al comienzo del proyecto. Sería pertinente pensar en un nuevo plegable con información sobre la fase final del Interceptor Norte y lo que significara una vez empalme con la Planta Bello.
6. Respecto a las estrategias como reuniones informativas, es claro que se deben seguir implementando, sin descuidar la metodología de su aplicación.
7. Respecto a la LA y especialmente la OM, los resultados obligan a repensar su pertinencia o periodicidad. La evaluación y la experiencia en dos años de aplicación muestran que la inversión de tiempo y esfuerzo no se compadecen con los resultados de la misma.
8. En cuanto a los contenidos que se deben seguir publicando según los resultados de las preguntas 5 y 7, es muy claro que hay una alta valoración de los mismos. Han sido evaluados como importantes, claros y actuales, lo cual obliga a mantener esa perspectiva.

Consortio CICE

*Túnel Interceptor Norte del Río Medellín*



**MUCHAS GRACIAS**

