

**Análisis de resultados**  
**Evaluación de medios y actividades informativas 2017**  
Consortio Aguas de Aburrá HHA

**1. Objetivos:**

- 1.1 Evaluar los medios informativos implementados, paralelo a la construcción del Parque Planta de tratamiento de aguas EPM Aguas Claras durante el año 2017.
- 1.2 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.
- 1.3 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.

**2. Periodo de aplicación de la encuesta:**

La encuesta se diseñó ajustada al año anterior en el mes de septiembre, fue aprobada por ANEPM y se procedió con la aplicación desde finales del mes de octubre y durante todo el mes de noviembre. El proceso de tabulación y sistematización se realizó entre la primera y segunda semana de diciembre.

**3. Cantidad de encuestas aplicadas:**

Se proyectó realizar un total de 150 encuestas pero se lograron aplicar un total de 260, las cuales se aplicaron en forma presencial en actividades de educación ambiental a nivel interno y externo, en las visitas al proyecto durante el mes de noviembre, y en otras actividades con personal de obra y administrativo; igualmente, se aplicaron varias encuestas por correo electrónico, las cuales se imprimieron una vez fueron recibidas ya diligenciadas. Este total significa el 19.9 % de

1.300 destinatarios, que fue la base inicial para aplicarla. El año 2016 se aplicaron 184 encuestas, o sea el 14 % de los mismos destinatarios.

#### **4. 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.

#### **5. Medios, canales y actividades consultadas en la encuesta:**

##### **Medios:**

- Boletín Otra Mirada
- Microvideo de avance
- Infográfico
- Cartilla educativa
- Página web ANEPM

- Carteleras informativas
- Valla informativa de obra

**Canales:**

- Línea de atención al ciudadano
- Oficina de atención a la comunidad
- Línea de atención ANEPM
- Correo electrónico
- Buzón ético de ANEPM
- Canal transparente grupo EPM.

**Actividades:**

- Talleres de capacitación
- Visitas guiadas
- Salidas pedagógicas
- Reuniones informativas y socializaciones
- Festivales del río
- Jornada de educación ambiental

Para este análisis de resultados se debe tener en cuenta que se incluyeron la totalidad de los medios informativos entregados a los grupos de interés del proyecto y la modalidad de actividades realizadas durante el año 2017, excepto el plegable porque no estaba contemplada su producción durante este año.

**6. Grupos de interés a los cuales se aplicó la evaluación:**

<b>Grupo de interés</b>
Comunidad y medio ambiente (Líderes comunitarios, comunidad en general, grupos ambientales, Instituciones educativas, empresas del AID)
Proveedores
Gente HHA (Colaboradores administrativos y en obra)
Dueño- cliente ( ANEPM)
Colegas (Interventoría UTNKS )
Visitantes (empresas, entidades, Estado).
Subcontratistas

**Cantidad y características de la aplicación de la encuesta:**

<b>Grupo de interés</b>	<b>Integrantes Promedio</b>	<b>encuestas aplicadas</b>	<b>Porcentaje total de la muestra (260)</b>
Comunidad y medio ambiente	140	81	31.15 %
Personal HHA	700	75	28.84 %
ANEPM	30	11	4.23 %
Visitantes (varios grupos)	1.300	50	19.23 %
Colegas (Interventoria)	60	23	8.84 %
Subcontratistas	120	20	7.69 %

La encuesta con la cual se realizó la evaluación de los medios informativos y las actividades de socialización del año 2017, conservo las mismas seis preguntas aplicadas en el año 2016 y se hicieron algunos ajustes en aspectos que no eran pertinentes incluir como el plegable, puesto que no hubo nueva producción.

La encuesta se aplicó a todos los grupos de interés que se relacionan en la tabla anterior, tanto en forma física como por correo electrónico, las cuales luego se imprimieron para hacer un solo paquete y realizar la numeración secuencial, previo a la tabulación. En esta oportunidad la encuesta evaluativa se aplicó a todos los grupos en su conjunto, sin hacer una discriminación por grupo. En total se aplicaron 260 encuestas, aunque la meta prevista era de 150.

## 7. Resultados obtenidos en la aplicación y análisis:

### Resumen de los mejores puntajes en cada pregunta:

Pregunta No.	Respuesta	Puesto	Porcentaje	observaciones
Señale con una X los medios informativos que conoció de la Planta en el año 2017	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.
	Boletin otra mirada	2º.	57.69 %	
	Microvideo	3º.	55.77 %	
	Cartilla educativa	4º.	35.00 %	
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	Carteleras informativas	1º.	38.08 %	La web ANEPM subió del tercer al segundo lugar pero empatado con el Boletín respecto al año 2016.
	Boletin y la WEB ANEPM	2º.	24.23 %	
	Cartilla educativa	3º.	23.08 %	
	Microvideo	4º.	21.15 %	
Señale cómo considera la información publicada en los diferentes medios de comunicación de la Planta durante el año 2017	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 %	

Señale con una X los canales de atención y sugerencias que conoció y/o utilizó del proyecto durante el año 2017	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 %	
Señale con X las actividades de socialización del proyecto que conoció y/o participó en el año 2017	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 %	
Señale los temas referentes a la Planta, que más le llamaron la atención en las actividades de socialización e información.	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 %	

En este resumen de las primeras 4 posiciones y mejores porcentajes a las preguntas realizadas, se pueden observar algunos aspectos de análisis para resaltar. En el resto del informe, se presentara un análisis más detallado de las demás respuestas a cada pregunta.

Respecto a las preguntas acerca del conocimiento sobre los medios informativos y su preferencia por los mismos, se puede evidenciar nuevamente que se mantiene la misma tendencia de años anteriores, donde las carteleras informativas, el

Boletín Otra mirada y los Microvideos ocupan los primeros lugares. Otro aspecto de resaltar es el alto porcentaje obtenido en cada uno y la poca diferencia entre los puntajes de los mismos.

En relación con la tercera pregunta sobre la calidad de la información o contenidos, publicados en los medios informativos del proyecto, se puede leer también que se ha mantenido la buena calificación y en el mismo orden, pero además, se debe destacar que este año 2017, los porcentajes subieron en promedio 4 puntos.

Otro aspecto a resaltar, es que las opciones “*completa*” y “*actual*”, se empatan en el tercer lugar de calificación e incluso con mayores porcentajes comparados con el año 2016.

Ello significa que se ha mantenido el esfuerzo en elaborar contenidos informativos con mucha claridad, pertinencia y actualidad sobre todos los temas de interés del proyecto, lo cual redundó en el interés y satisfacción de los destinatarios de estos medios informativos.

En la cuarta pregunta, sobre los canales conocidos y utilizados, nuevamente se presenta la misma calificación y preferencia, pero se debe destacar que este año los porcentajes aumentaron, y tampoco se presentó mucha diferencia de puntajes entre sí, excepto, la calificación de la línea ANEPM, que obtuvo casualmente el mismo porcentaje del año 2016.

Para la quinta pregunta, sobre las actividades en que participo, los resultados en el orden son igual que el 2016 para los tres primeros lugares, primero Talleres de capacitación, segundo Las visitas guiadas, y tercero las reuniones y socializaciones. Sin embargo, los porcentajes bajaron bastante en comparación del año anterior, lo cual puede explicarse por la mayor cantidad de encuestados este año en el Consorcio HHA. En el cuarto lugar de respuesta a esta pregunta se destaca La jornada de educación con el 26,54 %, contrario al resultado del año anterior que fueron las salidas pedagógicas.

Finalmente, en la sexta pregunta, sobre los temas de interés en las actividades de socialización y medios informativos, el orden de respuestas es igual que en 2016. Respecto a los porcentajes, solo en la primera respuesta se evidencia un aumento en el porcentaje, y en los otros tres disminuyen en promedio 5 puntos cada uno.

Después de este resumen a los primeros cuatro puntajes obtenidos en cada opción de respuesta, se realiza seguidamente un análisis de las demás opciones de respuestas obtenidas en la evaluación del 2017, así como un análisis general y las conclusiones finales.

**7.1 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).**

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

En esta tabla los resultados de la primera pregunta muestran un aumento en el porcentaje y el mismo orden de ubicación en los medios, según los encuestados que dicen haberlos conocido durante el año 2017.

Nuevamente, por cuarto año consecutivo, el resultado en esta pregunta es muy satisfactorio. El puntaje es muy cercano al 50% de aprobación como conocidos por los grupos de interés. Cada una de las 3 mejores calificaciones suben respecto al año anterior unos 5 puntos en promedio (carteleras con 58, 46%, Boletín con 57,69, los Microvideos con el 55,77), solo

la cartilla educativa que se mantiene en un cuarto lugar baja a 35 % su calificación, siendo aún un buen porcentaje considerando que se distribuyó en actividades específicas con instituciones educativas especialmente.

Aunque se mantienen en el mismo orden la valla informativa, la página web y el infográfico, bajan sus porcentajes especialmente este último con 10 puntos menos respecto al 2016.

Una conclusión importante también, es que el porcentaje de quienes dicen no conocer ninguno de los medios informativos, baja casi 3 puntos, es decir al 8,46 respecto al año pasado, lo cual es un porcentaje muy bajo referente a la muestra que fue de 260 encuestados.

El resultado frente al conocimiento del infográfico (16,92 %) parece corresponderse con los visitantes encuestados, puesto que es el grupo de interés que más recibe dicho medio, y por lo tanto tienen un nivel de recordación más cercano que los participantes en otras actividades, como las sensibilizaciones con stand, donde también se distribuye dicho medio.

Como ya se vio en el resumen inicial, los resultados de esta pregunta evidencian nuevamente, que los medios más conocidos siguen siendo Las carteleras, El Boletín y el Microvideo, como ha sido la constante durante la ejecución del Parque planta de tratamiento Aguas Claras. Estos resultados reafirman de manera positiva la aplicación de la estrategia de medios y las socializaciones del proyecto.

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

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

Esta segunda pregunta se relaciona directamente con la primera, donde la intención fundamental es conocer que medios son preferidos, de los ya conocidos, para informarse y aprender sobre el desarrollo del proyecto.

En la primera conclusión se evidencia como los tres primeros medios preferidos son las carteleras, luego el Boletín pero empatado con la web de ANEPM, en tercer lugar la cartilla educativa y de cuarto el Microvideo, todos entre sí con muy poco puntaje de diferencia.

Nuevamente, se presenta una característica particular, y es que los porcentajes de estas mismas 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 %.

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

<b>PREGUNTA 3</b> <b>EVALUACIÓN DE MEDIOS INFORMATIVOS, CANALES DE ATENCIÓN Y SOCIALIZACIÓN 2017</b> <b>PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES BELLO</b>								
<b>Señale cómo considera la información publicada en los diferentes medios de comunicación de la Planta durante el año 2017</b>								
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

Tal como se dijo en la primera parte de este análisis, por cuarto año consecutivo los resultados de esta pregunta nos muestran que los contenidos publicados en los diferentes medios y la información socializada en las actividades, son muy bien valorados por los encuestados, según los porcentajes y los ítems evaluados en dicha pregunta.

Otra característica, los porcentajes obtenidos este año suben nuevamente en promedio 4 puntos cada uno de los primeros y mejores porcentajes, es decir, anualmente ha ido subiendo la valoración de las opciones en esta pregunta acerca de la calidad de la información publicada y socializada.

A manera de ejemplo, la opción de respuesta si la información fue “clara”, este año obtuvo el 63.08 % y el año anterior el 59,8%, lo que nos indica una alta preocupación por elaborar y proyectar con claridad la información del proyecto y de los temas ambientales en los medios y las actividades.

Finalmente, los resultados respecto a las dos opciones sobre si los contenidos son “*sin importancia*” (0.77%) o “*incompletos*” (4,23 %), siguen siendo muy bajos, el primero bajó casi un punto respecto al año 2016, aunque la última opción subió un punto, estos no afectan los objetivos y el impacto generado con los contenidos publicados. Dichos resultados nos indican que seguimos siendo cuidadosos en la producción de los contenidos para los medios y la socialización.

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

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	

Respecto a los canales de atención utilizados o conocidos, los resultados muestran este año el mismo orden de preferencia, pero en dos de los canales suben hasta 5 puntos los porcentajes, como es en la calificación *del correo electrónico* y *la oficina de atención a la comunidad*. Curiosamente, para el resto de opciones de respuesta, se presentaron los mismos porcentajes respecto al año 2016.

Dichos resultados demuestran de nuevo que el correo electrónico en primer lugar (48,08 %), sigue siendo un canal de mucha preferencia por los encuestados para comunicarse con el proyecto y para informarse de casi todas las actividades,

y no necesariamente para consultar aspectos del desarrollo de la obra. Igualmente, el correo electrónico se consolida como el medio más eficaz para establecer comunicación con el equipo de trabajo de la PTAR y con las diferentes entidades del proyecto.

Los demás resultados, es decir los demás canales que obtienen el mismo resultado respecto al año anterior del 2016, (Buzón ético ANEPM 12,31% y canal ético ANEPM 15,38%) muestran entonces que se ha mantenido el nivel de calidad y preferencia para su uso y acercamiento con el proyecto.

Dichos resultados siguen siendo satisfactorios y representan un logro importante de nuevo, en la implementación de los mismos para los objetivos de socialización, respuesta a PQRS y recepción de hojas de vida.

Una señal de que los resultados se mantienen en su aprobación por los encuestados, son los puntajes obtenidos en El buzón ético (12,31 %), que no vario para nada respecto al año 2016, y El canal ético de ANEPM (15,38%), que solo sube un punto, es decir mayor aprobación, lo cual nos indica una muy buena calificación, el hecho de no haber disminución en estos puntajes, y con esta es la tercera vez que se pregunta por dichos canales.

Igualmente, se puede concluir de nuevo, que dichos resultados indican una continuidad en el esfuerzo por la socialización a estos canales a través de los medios informativos y la página web.

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

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	#¡VALOR!

Esta quinta pregunta nos ubica más específicamente por la participación en las actividades de socialización del proyecto desde la gestión social, en las cuales se registra el mismo orden de calificación que el año pasado; primero los talleres de capacitación (35%), en segundo lugar las visitas guiadas (30%), de nuevo en tercer lugar las reuniones y socializaciones (28,08%).

No obstante, estos mismos resultados del puntaje en cada ítem, 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 el 2016 (187 encuestas).

Incluso sorprende el resultado, si desde el grupo de encuestados de la comunidad (81), podría haber influido en un mayor porcentaje para estas mismas actividades, número superior al del año pasado, sin embargo se debe tener en cuenta que los demás grupos de encuestados, también ampliados en cantidad, pueden haber influido en restarle porcentaje a la

participación en estas actividades por las que se hace la pregunta, por ejemplo el personal del Consorcio HHA (75) y los visitantes (50), los cuales debieron marcar que no participaron prácticamente en ninguna de estas actividades, pues igualmente son dirigidas más bien hacia las comunidades. La muestra evaluada por estos grupos también puede explicar por qué sube el porcentaje de la opción *ninguna de las anteriores*, al pasar casi al doble en el porcentaje, o sea de 7,07 % del 2016 al 16,54% en este año.

Finalmente, de todas formas puede concluirse, que los porcentajes de la participación en las actividades son muy buenos, tomando como base solo la muestra de la comunidad, 81 encuestados.

También es significativo que la participación en los *Festivales del río y medio ambiente*, aumente 3 puntos, del 11,41 % al 14,62%, igualmente es un buen porcentaje el 26,54% de participación en la *Jornada de educación ambiental* incluso subiendo al cuarto lugar de calificación respecto al año anterior. Es necesario advertir que en esta evaluación tampoco este año se indago por socializaciones en el Concejo Municipal puesto que no se realizaron durante el año 2017.

**7.6 Señale los temas referentes a la Planta, que más le llamaron la atención en las actividades de socialización y medios de información.**

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

Finalmente, se volvió a preguntar por los temas publicados que más llamaron la atención de los encuestados tanto en las actividades como en los medios informativos. En esta última pregunta de la evaluación 2017, los resultados coinciden de nuevo con el orden de puntajes para las opciones alcanzadas en las evaluaciones que se han realizado a lo largo del proyecto parque planta Aguas claras.

De nuevo, los encuestados califican como primer tema de interés el ítem *capacitación ambiental*, con un porcentaje incluso mayor que en el año 2016 que fue de 64,13%, este año obtuvo el 66,54% de calificación, el cual sigue marcando la dinámica en todas las evaluaciones anuales realizadas. Este resultado es comprensible dado que es el tema de énfasis que se ha manejado a través de los medios informativos y en las actividades desde todos programas.

En segundo lugar, aparece el interés por el *desarrollo y avance del proyecto*, con 50 % de porcentaje, aunque 10 puntos por debajo del resultado obtenido en el año 2016, sin embargo sigue por encima del interés por la opción *Aspectos constructivos* que tuvo 46,54% en el tercer lugar. Estos resultados siguen siendo muy buenos y comprensibles aún, pues el avance y desarrollo en el tiempo del proyecto, significa que los grupos de interés han recibido ya bastante información sobre el proceso, y va perdiendo interés como tema para los destinatarios.

Respecto a la opción sobre el tema *Interés por los Aspectos sociales*, en esta evaluación aparece de nuevo en el cuarto lugar con 43,08 %, manteniendo un buen porcentaje y buen lugar como el año 2016.

Finalmente, el tema en quinto lugar de interés según el porcentaje e igual que el resultado del año 2016, es el tema sobre *generación de empleo* con el 38,08% bajando incluso 2 puntos respecto a la última evaluación. Dicho resultado puede explicarse considerando la dinámica de la fase en que hubo disminución en el proceso de contratación que se tuvo en la obra durante los últimos 4 meses del año 2017.

Ello significa que las expectativas frente a las vinculaciones por parte de los grupos de interés, en especial las comunidades y organizaciones sociales, disminuyeron bastante, lo cual se refleja en las mismas actividades y socializaciones donde las inquietudes han sido sobre los beneficios y la culminación de la obra.

En conclusión, son buenos porcentajes los resultados especialmente sobre los tres primeros temas, lo cual sigue indicando que se ha logrado posicionar en todos los grupos de interés, y no solo por los medios informativos, sino también por las actividades educativas y de socialización, los contenidos esenciales.

Este logro de posicionar tales temas en los grupos del área de influencia, puede garantizar en alguna medida a largo plazo, un impacto positivo sobre el Programa de saneamiento del río Medellín, puesto que han recibido suficiente información sobre temas *ambientales, aspectos sociales* y sobre *proyectos de desarrollo* como estos.

## **8. Conclusiones y perspectivas que arroja el análisis.**

La evaluación de medios informativos y de las actividades de socialización del 2017, según se ve en el desarrollo de los resultados finales, nuevamente son muy satisfactorios. Estas son las conclusiones finales después del análisis realizado a dichos resultados por cada una de las 6 preguntas aplicadas en la encuesta a todos los grupos de interés, de los cuales respondieron 260 personas.

Siendo una respuesta satisfactoria en la muestra, para un 20% de 1.300 destinatarios, es importante advertir que en próximas evaluaciones, será necesario un mayor esfuerzo de las entidades involucradas en el proyecto para tratar de lograr una mejor participación de forma que la muestra sea más amplia y más confiable.

- ✓ Como primera conclusión, esta evaluación del 2017, ratifica las valoraciones y calificaciones realizadas en los años anteriores, la cual recoge otra vez las percepciones y opiniones de todos los grupos de interés del proyecto, incluso en esta oportunidad con una muestra mucho mayor que todas las anteriores evaluaciones realizadas.

- ✓ Los resultados de esta última evaluación, ratifican que todos los grupos de interés siguen recordando positivamente los medios informativos del proyecto y mantienen el siguiente orden de preferencia por: Las Carteleras, El Boletín Otra Mirada y Los Microvideos de avance.
- ✓ En relación con la calidad de la información o contenidos, publicados en los medios informativos del proyecto, se puede deducir que se ha mantenido la buena calificación y en el mismo orden, pero además, este año 2017, los porcentajes subieron en promedio 4 puntos cada calificación.
- ✓ Respecto a las actividades de socialización del proyecto y temas afines, se consolidan de nuevo con altos porcentajes de valoración, la preferencia por los talleres de capacitación, las visitas guiadas, reuniones y salidas pedagógicas, así como las jornadas de educación ambiental.
- ✓ Por la permanencia en la buena valoración de cada evaluación anual a estas actividades de socialización, se percibe una positiva aceptación de estas estrategias en la gestión social como parte del relacionamiento con los grupos de interés del proyecto.
- ✓ Los temas de mayor interés preferidos por los encuestados tanto en los medios como en las actividades, definitivamente son los temas de capacitación ambiental, en primer lugar, luego el desarrollo de la obra y los aspectos constructivos.
- ✓ Finalmente, se puede deducir de todas las evaluaciones anuales, que las estrategias de información y las actividades de socialización del proyecto han estado articuladas integralmente, logrando un impacto positivo en los grupos de interés lo cual ha redundado en el logro de los objetivos de proyección y socialización tanto de la obra, como del programa de saneamiento del río Medellín.

OLIVERIO CARDONA ARCILA  
Comunicador social  
Equipo Gestión Socioambiental.  
Consorcio HHA - Diciembre de 2017