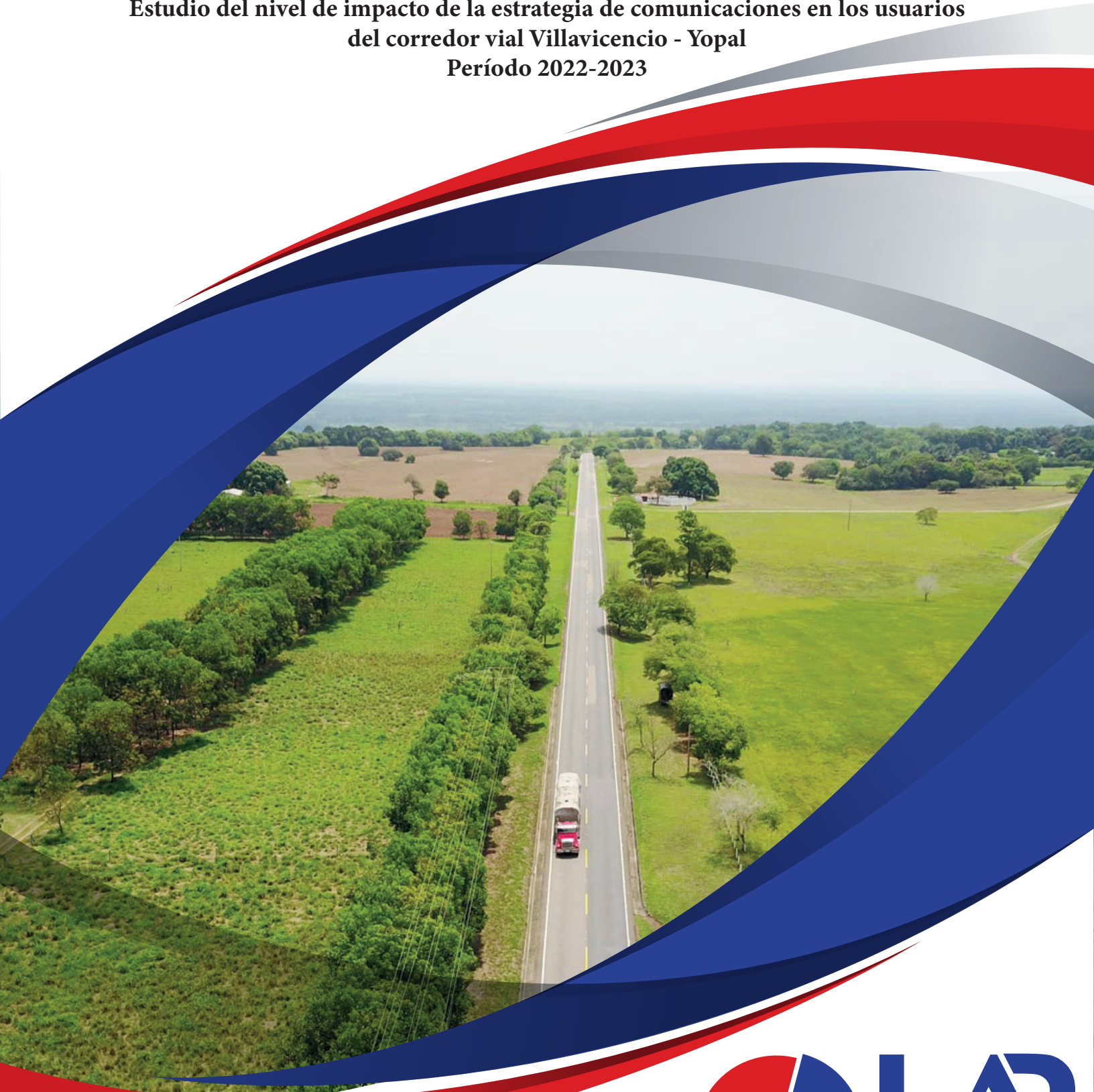


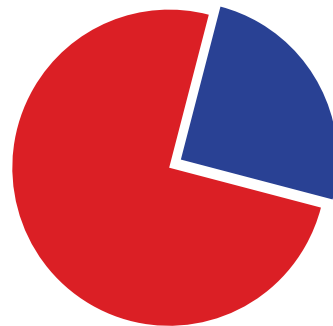
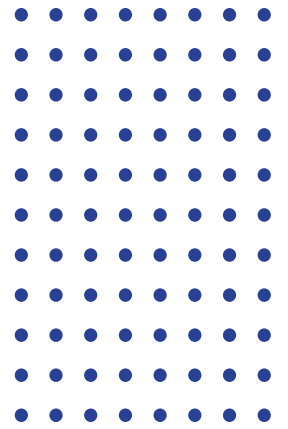
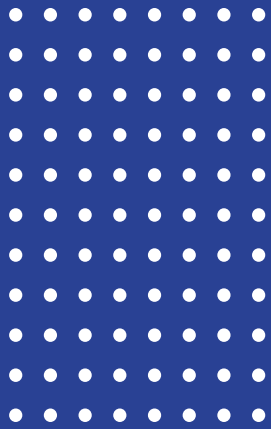
**Estudio del nivel de impacto de la estrategia de comunicaciones en los usuarios
del corredor vial Villavicencio - Yopal
Período 2022-2023**



Estudio del nivel de impacto de la estrategia de comunicaciones en los usuarios del corredor vial Villavicencio - Yopal
Período 2022-2023



Concesionaria
Vial del Oriente



LAP

ESPECIALISTAS EN
ANÁLISIS DE DATOS

Tabla de contenido

1. Introducción	1
2. Objetivo general	2
3. Alcance de las actividades	2
4. Metodología	3
4.1. Kick off meeting	3
4.2. Diseño de muestreo	4
4.3. Calificación de imagen y favorabilidad	5
4.4. Software	6
4.5. Riesgos e incomodidades asociadas al estudio	6
4.6. Privacidad y confidencialidad	6
5. Resultados	7
5.1. Aplicación de la encuesta	7
5.1.1. Capítulo I: Conocimiento y evaluación de la Concesionaria y el proyecto vial	7
5.1.2. Capítulo II. Uso y frecuencia de tránsito por el corredor vial	10
5.1.3. Capítulo III. Recepción de información	12
5.1.3.1. Emisoras de radio	15
5.1.3.2. Canales de televisión	16
5.1.3.3. Redes sociales	16
5.1.3.4. Páginas web	17
5.1.3.5. Oficinas de atención al usuario	18
5.1.3.6. Peajes	19
5.1.4. Capítulo IV. Canales y medios	20
5.1.4.1. Emisoras de radio	23
5.1.4.2. Canales de televisión	24
5.1.4.3. Redes sociales	25
5.1.4.4. Páginas web	26
5.1.5. Capítulo V. Evaluación final	27
6. Control muestral	36
7. Conclusiones	37
8. Sugerencias	38
9. Ficha técnica	39
10. Anexos	40
10.1. Anexo I. Encuesta de comunicaciones	40
10.2. Anexo II. Cartografía por cada pregunta del cuestionario	41
10.3. Anexo III. Análisis comparativo mediciones 2020, 2021, 2022 y 2023	42
10.3.1. Preguntas de uso, frecuencia, conocimiento y evaluación de la Concesionaria y el proyecto	42
10.3.2. Preguntas de recepción de información	44
10.3.3. Preguntas de canales y medios	45
10.3.4. Evaluación final	45

TABLAS

Tabla 1. Población y muestra esperada del número de usuarios con influencias directa al proyecto	4
--	---



MAPAS

Mapa 1. Municipio de residencia	36
Mapa 2. Usuarios que han escuchado hablar de la Concesionaria Vial del Oriente “Covioriente”, por municipio de residencia	41
Mapa 3. Usuarios que han escuchado hablar del proyecto corredor Vial Villavicencio - Yopal, por municipio de residencia	41
Mapa 4. Calificación de excelente, muy bueno y bueno de las obras realizadas en el proyecto corredor vial, por municipio de residencia	42

INFOGRAFÍAS

Infografía 1. Perfil sociodemográfico	36
---	----

GRÁFICAS

Gráfica 1. Usuarios que han escuchado hablar de la Concesionaria, por tipo de usuario	7
Gráfica 2. Usuarios que han escuchado hablar del proyecto, por tipo de usuario	8
Gráfica 3. Calificación de las obras realizadas en el proyecto corredor vial, por tipo de usuario	9
Gráfica 4. Usuarios que han conducido por el corredor vial, por tipo de usuario	11
Gráfica 5. Frecuencia de tránsito por el corredor vial, por tipo de usuario	12
Gráfica 6. Calificación del desempeño social de Covioriente, por tipo de usuario	27
Gráfica 7. Calificación del desempeño ambiental de Covioriente, por tipo de usuario	28
Gráfica 8. Calificación del desempeño financiero de Covioriente, por tipo de usuario	29
Gráfica 9. Calificación del desempeño operativo de Covioriente, por tipo de usuario	30
Gráfica 10. Calificación del desempeño empresarial de Covioriente, por tipo de usuario	31
Gráfica 11. Calificación de la accesibilidad a la información sobre el proyecto, por tipo de usuario	32
Gráfica 12. Calificación de la pertinencia y contenido de la información sobre el proyecto, por tipo de usuario	33
Gráfica 13. Calificación del diseño de las piezas comunicativas, por tipo de usuario	34
Gráfica 14. Frecuencia general de tránsito por el corredor vial, comparativo 2020, 2021 y 2022	43
Gráfica 15. Usuarios que han escuchado hablar de la Concesionaria y del proyecto vial, comparativo 2020, 2021 y 2022	43
Gráfica 16. Calificación de excelente, muy buena y buena de las obras, comparativo 2020, 2021 y 2022 (43)	43
Gráfica 17. Calificación de excelente, muy buena y buena de la favorabilidad y confianza de la Concesionaria, comparativo 2020, 2021 y 2022	46
Gráfica 18. Calificación de excelente, muy buena y buena de los canales de comunicación de la Concesionaria, comparativo 2020, 2021 y 2022	46

FIGURAS

Figura 1. Beneficios que aporta el proyecto vial, total usuarios	9
Figura 2. Beneficios que aporta el proyecto vial, por tipo de usuario	10
Figura 3. Aspectos informados del proyecto vial, total usuarios	13
Figura 4. Aspectos informados del proyecto vial, por tipo de usuario	13
Figura 5. Medios de recepción de información sobre aspectos del proyecto, total usuarios	14
Figura 6. Medios de recepción de información sobre aspectos del proyecto, por tipo de usuario	14

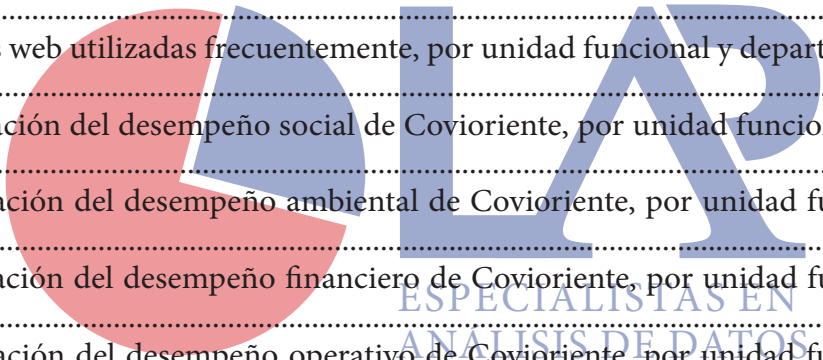
Figura 7. Emisoras por las que los usuarios recibieron información del proyecto, total usuarios	15
Figura 8. Emisoras por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por tipo de usuarios	15
Figura 9. Canales de televisión por los que los usuarios recibieron información del proyecto, total usuarios	16
Figura 10. Canales de televisión por los que los usuarios recibieron información del proyecto, por tipo de usuario	16
Figura 11. Páginas web por las que los usuarios recibieron información del proyecto, total usuarios	17
Figura 12. Páginas web por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por tipo de usuario	17
Figura 13. Oficinas de atención al usuario por las que los usuarios recibieron información del proyecto, total usuarios	19
Figura 14. Oficinas de atención al usuario por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por tipo de usuario	19
Figura 15. Canales de comunicación del proyecto, total usuarios	21
Figura 16. Canales de comunicación del proyecto, por tipo de usuario	22
Figura 17. Medios utilizados para mantenerse informado, total usuarios	22
Figura 18. Medios utilizados para mantenerse informado, por tipo de usuario	23
Figura 19. Emisoras escuchadas frecuentemente, total usuarios	23
Figura 20. Emisoras escuchadas frecuentemente, por tipo de usuarios	24
Figura 21. Canales de televisión vistos frecuentemente, total usuarios	24
Figura 22. Canales de televisión vistos frecuentemente, por tipo de usuarios	25
Figura 23. Redes sociales utilizadas frecuentemente, total usuarios	25
Figura 24. Redes sociales utilizadas frecuentemente, por tipo de usuarios	25
Figura 25. Páginas web utilizadas frecuentemente, total usuarios	26
Figura 26. Páginas web utilizadas frecuentemente, por tipo de usuarios	27
Figura 27. Categoría vehicular, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023	42
Figura 28. Beneficios que aporta el proyecto corredor vial, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023	44
Figura 29. Aspectos informados del proyecto vial, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023	44
Figura 30. Medios por los cuales los usuarios han recibido información del proyecto vial, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023	44
Figura 31. Aspectos informados del proyecto vial, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023	45
Figura 32. Medios por los cuales los usuarios han recibido información del proyecto vial, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023	45

CARTOGRAMAS

Cartograma 1. Muestra del número de personas usuarios prediales, asistentes a reuniones y usuarios de la vía, según puntos de aplicación de las encuestas	4
Cartograma 2. Muestra por unidad funcional y departamento de residencia del entrevistado	5
Cartograma 3. Usuarios que han escuchado hablar de la Concesionaria, por unidad funcional y departamento	7
Cartograma 4. Usuarios que han escuchado hablar del proyecto vial, por unidad funcional y departamento	8
Cartograma 5. Calificación de las obras realizadas en el proyecto corredor vial, por unidad funcional y departamento de residencia	9
Cartograma 6. Beneficios que aporta el proyecto vial, por unidad funcional y departamento de residencia	10
Cartograma 7. Usuarios que han conducido por el corredor vial, por unidad funcional y departamento de residencia	11
Cartograma 8. Frecuencia de tránsito por el corredor vial (frecuentemente), por unidad funcional y departamento de residencia	12



Cartograma 9. Aspectos informados del proyecto vial, por unidad funcional y departamento de residencia	13
Cartograma 10. Medios de recepción de información sobre aspectos del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia	14
Cartograma 11. Emisoras por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia	15
Cartograma 12. Canales de televisión por los que los usuarios recibieron información del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia	16
Cartograma 13. Páginas web por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia	17
Cartograma 14. Oficinas de atención al usuario por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia	19
Cartograma 15. Canales de comunicación del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia	21
Cartograma 16. Medios utilizados para mantenerse informado, por unidad funcional y departamento de residencia	22
Cartograma 17. Emisoras escuchadas frecuentemente, por unidad funcional y departamento de residencia	23
Cartograma 18. Canales de televisión vistos frecuentemente, por unidad funcional y departamento de residencia	24
Cartograma 19. Redes sociales utilizadas frecuentemente, por unidad funcional y departamento de residencia	25
Cartograma 20. Páginas web utilizadas frecuentemente, por unidad funcional y departamento de residencia	26
Cartograma 21. Calificación del desempeño social de Covioriente, por unidad funcional y departamento de residencia	28
Cartograma 22. Calificación del desempeño ambiental de Covioriente, por unidad funcional y departamento de residencia	29
Cartograma 23. Calificación del desempeño financiero de Covioriente, por unidad funcional y departamento de residencia	30
Cartograma 24. Calificación del desempeño operativo de Covioriente, por unidad funcional y departamento de residencia	31
Cartograma 25. Calificación del desempeño empresarial de Covioriente, por unidad funcional y departamento de residencia	32
Cartograma 26. Calificación la accesibilidad a la información sobre el proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia	33
Cartograma 27. Calificación de la pertinencia y contenido de la información sobre el proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia	34
Cartograma 28. Calificación del diseño de las piezas comunicativas, por unidad funcional y departamento de residencia	35



1. Introducción

La **CONCESIONARIA VIAL DEL ORIENTE S.A.S.** suscribió el contrato de concesión bajo el esquema de APP N° 010 de 2015 con la Agencia Nacional de Infraestructura (ANI), para los estudios y diseños, construcción, rehabilitación, mejoramiento, operación y mantenimiento, gestión predial, gestión social y ambiental y reversión del corredor vial Villavicencio -Yopal.

De conformidad con lo previsto en la sección 8.1 de la parte general del contrato, el apéndice que desarrolla los aspectos relacionados con la gestión social a cargo de la Concesionaria, parte de la definición de los objetivos de la gestión social que señalan las obligaciones que de manera general y particular deberá atender la Concesionaria en la materia; así mismo, se refiere de manera específica a los instrumentos de gestión social que deberá desarrollar y a las obligaciones asumidas tanto en su formulación como en su ejecución.

Además, de manera particular el *programa de información y participación comunitaria* tiene como objetivos:

- Diseñar y desarrollar un sistema de comunicación que integre estrategias de comunicación comunitaria y social, masiva, contribuyendo a la generación de una imagen positiva y sólida del Proyecto, la ANI y el Concesionario, así como al mejoramiento de las relaciones sociales, culturales, organizativas y mediáticas.
- Aportar desde la comunicación al fortalecimiento del capital social de la comunidad objeto en los ámbitos de intervención del Proyecto, haciendo énfasis en una participación comunitaria.
- Visibilizar el alcance y los resultados del proyecto para que permita el empoderamiento por parte de las comunidades y el posicionamiento de este.
- Fortalecer las organizaciones sociales existentes y generar otros espacios de participación y control social con las comunidades del área de influencia del proyecto.
- Construir la imagen y la identidad del proyecto, para su posicionamiento y manejo.

“Como parte de la autoevaluación del sistema, el Concesionario implementará anualmente una encuesta que será desarrollada por una firma de encuestas, independiente, mediante la cual obtendrá información acerca del impacto de su estrategia de comunicación en los usuarios de la vía y en el área de influencia directa del proyecto. En ningún caso el resultado de la encuesta dará lugar a multas o sanciones, pero será utilizado como criterio para el ajuste y mejoramiento de los procedimientos implementados, de ser necesario”

Por otra parte, este informe presenta en un capítulo introductorio llamado metodología, en donde se muestra el número y porcentaje de encuestas aplicadas en cada uno de los cuatro puntos del corredor vial (Peaje Puente Amarillo, Cruce del Venado, Peaje San Pedro y Báscula de Aguazul), además de las encuestas realizadas a usuarios prediales y asistentes a reuniones; de la misma forma se menciona cuantos usuarios fueron encuestados por unidad funcional, por departamento por donde cruza la vía Villavicencio - Yopal y la categoría de los vehículos desde los que se entrevistaron a sus conductores, un capítulo general donde se muestra el análisis general, por punto, departamento y unidad funcional de cada una de las preguntas que respondieron los usuarios entrevistados; al final se presenta el control muestral.

Adicionalmente se entrega un anexo cartográfico en donde se evidencia un análisis del grado de satisfacción que los usuarios de la vía Villavicencio -Yopal tienen acerca de la estrategia de comunicaciones, de acuerdo con la pertinencia, contenido, claridad y efectividad de la información, además del diseño de piezas comu-

nicativas en el horizonte temporal 2022-2023, en términos del lugar de residencia del usuario vial entrevistado.

2. Objetivo general

Determinar el grado de impacto que ha tenido la estrategia de comunicación en los usuarios de la vía Villavicencio-Yopal y en el área de influencia directa del Proyecto (período 2022-2023).

3. Alcance de las actividades

El estudio de satisfacción que se apoyó en los documentos requeridos por el Ministerio de Transporte y la Agencia Nacional de Infraestructura (ANI).

En identidad con lo anterior, el estudio contiene los siguientes componentes:

- Diseño y validación de contenido del instrumento.
- Diseño de muestreo.
- Medir el impacto de la estrategia de comunicaciones.
- Documento final que define el grado de impacto que ha tenido la estrategia de comunicación en los usuarios de la vía Villavicencio - Yopal.

4. Metodología

El enfoque que se adecuó a la presente investigación fue cuantitativo, debido a que se utilizó para la recolección de datos las planillas entregadas por la Concesionaria Vial del Oriente, Covioriente, en donde se registran los números telefónicos de las personas que asistieron a reuniones y usuarios que hacen parte de la gestión predial en el horizonte temporal del Proyecto; así mismo como los usuarios viales entrevistados en los peajes de Puente Amarillo, San Pedro y la báscula en Aguazul (Ver Figura 1), los cuáles presentan numéricamente las variables, en donde se recurrió al uso del análisis estadístico de las mismas para así alcanzar los objetivos de investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

El diseño fue no experimental transeccional descriptivo, debido a que no se realizó la manipulación deliberada de variables, por el contrario, se observaron y recopilamos datos en un momento único del año 2023 (para usuarios prediales el 25 y 26 de mayo, para los usuarios viales el 26 de mayo y el 9 de junio y para los asistentes a reuniones entre el 10 y el 13 de junio) acerca del grado de impacto que ha tenido la estrategia de comunicación en los usuarios de la vía Villavicencio - Yopal y en el área de influencia directa del Proyecto, para después analizarlos y proporcionar una descripción de los mismos (Hernández et al., 2010).

El tipo de investigación fue descriptivo porque buscó especificar características importantes del fenómeno (Hernández et al., 2010).

Con relación a los instrumentos, se continúa usando el instrumento utilizado en 2020 con las últimas modificaciones realizadas para medir el impacto de la estrategia de comunicaciones sobre las personas usuarias del Proyecto “Corredor vial Villavicencio - Yopal”, que permitió a su vez identificar los niveles de acercamiento a las comunicaciones recibidas por los medios que el proyecto utiliza (Anexo 1).

4.1. Kick off meeting

Se realizaron reuniones presenciales entre los responsables de **LAP Especialistas en Análisis de Datos S.A.S** y los responsables del área de Comunicaciones de la Concesionaria Vial del Oriente “**Covioriente**”, en los que se llegó a acuerdos sobre el instrumento, realizando la validación y ajustes pertinentes.

El cuestionario final estuvo conformado por 2 preguntas generales, categoría del vehículo (en el caso de usuarios viales), y frecuencia de tránsito por la vía (pregunta 1); en el apartado sobre recepción de información, canales y medios se realizaron 5 preguntas, *¿Usted ha escuchado hablar de la Concesionaria Vial del Oriente, “Covioriente”?, ¿Usted ha escuchado hablar del proyecto “Corredor Vial Villavicencio-Yopal”, ¿Ha recibido información sobre algunos de los siguientes aspectos del Proyecto vial?, ¿Por qué medios ha recibido la información del Proyecto vial? (emisoras, canales de tv, páginas web, redes sociales, oficinas de “Covioriente” y peajes), ¿Conoce algunos de los canales y/o herramientas de comunicación del proyecto “Corredor vial Villavicencio – Yopal? y ¿Qué medios utiliza para mantenerse informado?;* de la misma forma, se realizaron cuatro preguntas en el capítulo de participación, desarrollo comunitario, imagen y evaluación final, *¿Cómo califica usted los canales de comunicación que tiene el Proyecto “Corredor Vial Villavicencio – Yopal” en algunos aspectos?, ¿Qué opinión de favorabilidad y confianza le genera la Concesionaria Vial del Oriente, Covioriente, respecto a los siguientes aspectos?, ¿Cómo califica las obras realizadas en el Proyecto “Corredor Vial Villavicencio – Yopal”? y ¿Qué beneficios cree que aporta el Proyecto “Corredor Vial Villavicencio – Yopal”?.* Por último, el control muestral del cuestionario pregunta género, grupo de edad, estrato socioeconómico y municipio de residencia.

4.2. Diseño de muestreo

Se diseñó una estrategia de muestreo polietápico; en primera instancia un muestreo aleatorio simple, en donde se tomó una población impactada de 27.068 usuarios, con los que al utilizar la ecuación 1 se determinó que al 3,95% de error estándar y un 95% de confianza se realizaron 578 entrevistas a usuarios. Seguido, se aplicó el muestreo estratificado entre las tres poblaciones de usuarios (usuarios prediales, usuarios viales y asistentes a reuniones) distribuyendo la selección de encuestas a proporción (Tabla 1, Cartograma 1).

Tamaño de la muestra:

$$n = \frac{z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 (N-1) z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

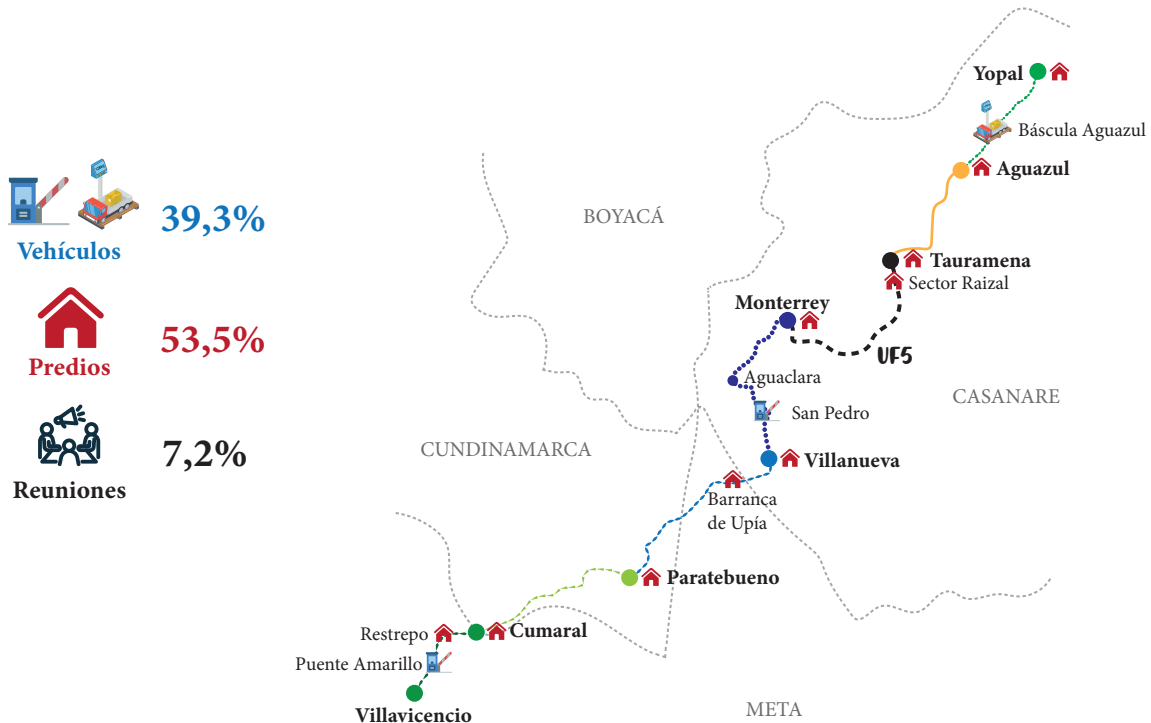
Donde:

- n: tamaño de la muestra
- N: población total
- Z: Nivel de confiabilidad
- i: error de muestra
- p: probabilidad de éxito
- q: probabilidad de no éxito

Tabla 1. Población y muestra esperada del número de usuarios con influencia directa al proyecto¹

Segmentos poblacionales	Referencia	Población	Muestra efectiva
Gestión Predial	1.399	5.596	303
Tránsito promedio diario (TPD)	186.685	18.598	235
Asistentes reuniones (2021-2022)	2.874	2.874	40
Total	190.030	23.099	600

Cartograma 1. Muestra del número de personas usuarios prediales, asistentes a reuniones y usuarios de la vía, según puntos de aplicación de las encuestas¹

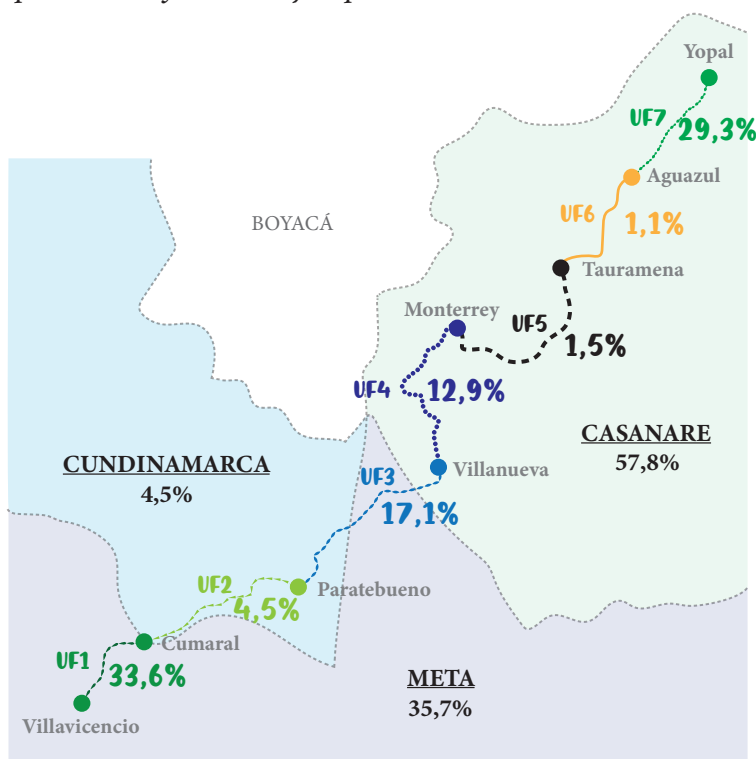


¹. Tabla 1 y Cartograma 1 realizadas con base al reporte entregado por COVIORIENTE y el cálculo realizado por LAP

Asimismo, para la aplicación de encuestas en los grupos poblacionales usuarios de la vía, se tomaron como referencia los vehículos que transitan por los tres puntos a lo largo del corredor vial Villavicencio-Yopal desde el peaje de Puente Amarillo hasta la Báscula ubicada en zonas aledañas al municipio de Aguazul, con el propósito de atomizar la muestra a lo largo de la vía del proyecto; para este caso se hicieron efectivas 235, que son el 40,7% de encuestas realizadas; de predios se realizaron 303 encuestas que son el 52,4% de encuestas y el 6,9% de entrevistas se realizaron a 40 usuarios asistentes a reuniones (Cartograma 1).

De otro lado, al segmentar la población entrevistada por Unidad Funcional, se evidenció que 533 usuarios entrevistados residen en las unidades funcionales 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7; sobre este total, el mayor número de usuarios pertenecía a la UF1 tramo Villavicencio-Cumaral con 33,6%, seguido de la UF7 tramo Aguazul-Yopal con un 29,3%; de la misma forma, 546 usuarios habitan en los tres departamentos por los que cruza el Proyecto “Corredor Vial Villavicencio - Yopal” (21 usuarios habitan en departamentos diferentes a Casanare, Meta y Cundinamarca), es así como, el 57,8% de usuarios entrevistados habitan en el departamento del Casanare, el 35,7% en el Meta y el 4,5% en Cundinamarca (Cartograma 2).

Cartograma 2. Muestra por unidad funcional y departamento de residencia del entrevistado²



4.3. Calificación de imagen y favorabilidad

Es importante mencionar, que para la pregunta *¿Cómo califica usted los canales de comunicación que tiene el Proyecto “Corredor Vial Villavicencio – Yopal” en algunos aspectos? y ¿Qué opinión de favorabilidad y confianza le genera la Concesionaria Vial del Oriente, Covioriente, respecto a los siguientes aspectos?* se cambió la calificación cualitativa de excelente, muy bueno, bueno, regular y malo por una calificación cuantitativa de 1 a 10 donde 1 es muy malo y 10 es excelente, con el objetivo de identificar el índice de satisfacción general de la comunidad en términos de la imagen, favorabilidad, confianza y satisfacción con las obras. Teniendo en cuenta lo anterior, se realizó un promedio de dichas calificaciones que podrá evidenciarse en el análisis de estas preguntas al finalizar el texto como una nota adicional y en las gráficas con el

² Cartograma 2 realizado con base en el cálculo realizado por LAP, teniendo en cuenta las respuestas dadas por los usuarios entrevistados

símbolo de promedio (\bar{x})* para su identificación y mejor claridad.

Nota: Los valores cuantitativos de 1 a 4, muestran apreciaciones cualitativas malas, de 5 a 6 regulares, 7 a 8 buenas, 9 muy buenas y 10 de excelentes.

4.4. Software

Para el procesamiento de la información, y como protocolo de seguridad, se recopiló y trató la información en un archivo de Excel (*para efectos de limpieza de la data, missing, outliers, adn duplicity*) y luego se trasladado al software SPSS, versión 25.0.

4.5. Riesgos e incomodidades asociadas al estudio

El desarrollo del presente estudio, no representó algún riesgo para la salud física ni mental de los participantes; sin embargo, los análisis estadísticos están sujetos a la veracidad de la información plasmada por cada usuario.

4.6. Privacidad y confidencialidad

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o presentados en reuniones de investigadores y profesionales en el área según la Concesión disponga, pero la identidad de la población objeto del estudio nunca será divulgada, puesto que nos acogemos a la Ley 1581 de 2012 de protección de datos personales, decreto único 1074 de 2015, y las demás normas que las desarrollen, modifiquen o sustituyan.

5. Resultados

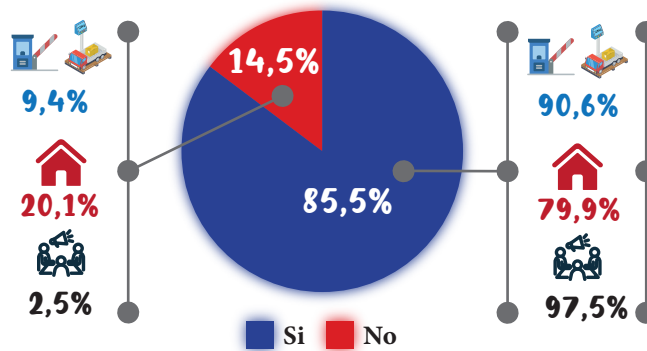
5.1. Aplicación de la encuesta

5.1.1. Capítulo I. Conocimiento y evaluación de la Concesionaria y el proyecto vial

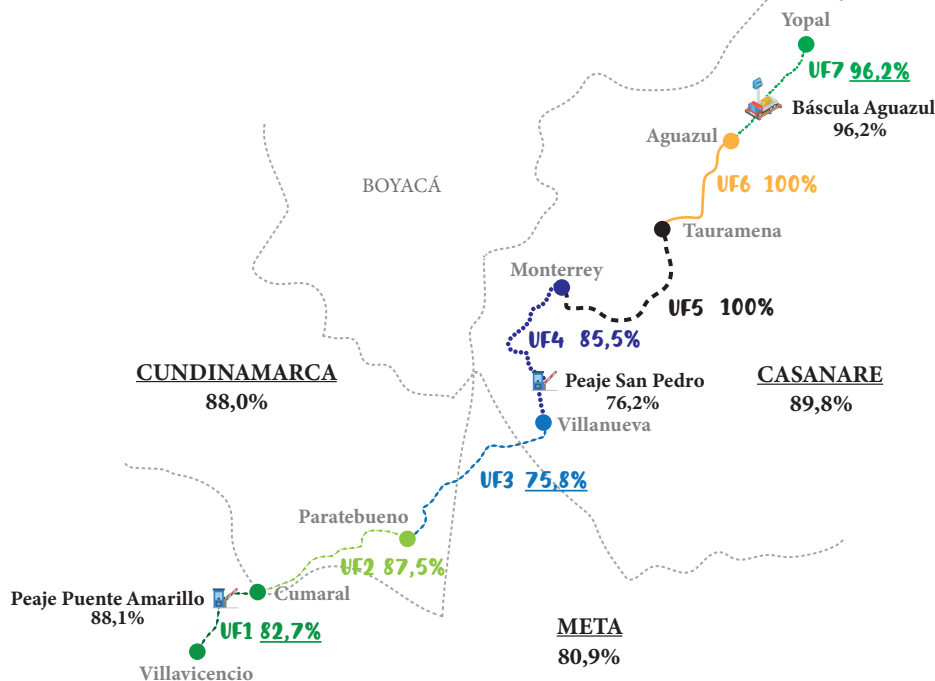
En este apartado se analizaron las respuestas de los usuarios de la vía encuestados, con el fin de identificar si han escuchado hablar de la Concesión y del proyecto vial, así como de la evaluación de las obras y de los beneficios que estas traen a la comunidad.

En primera instancia se preguntó a los usuarios si *¿Han escuchado hablar de la Concesionaria vial del Oriente “Covioriente”?* encontrando que el 85,5% del total de los entrevistados contestaron que sí han escuchado hablar de la Concesionaria Vial (esta proporción se distribuyó en las tres muestras, de la siguiente manera: el 90,6% del total de los conductores de vehículos (entrevistados en el Peaje San Pedro (76,2%), Puente Amarillo (88,1%) y la Báscula Aguazul (96,2%)), el 79,9% del total de las personas entrevistadas en los predios a lo largo del corredor vial y el 97,5% de los asistentes a reuniones (Gráfica 1). Por unidad funcional se encontró que quienes en mayor proporción han escuchado hablar de la Concesionaria habitan en la UF5 (100%), 6 (100%) y 7 (96,2%) y en el departamento de Cundinamarca (Cartograma 3).

Gráfica 1 Usuarios que han escuchado hablar de la Concesionaria, por tipo de usuario



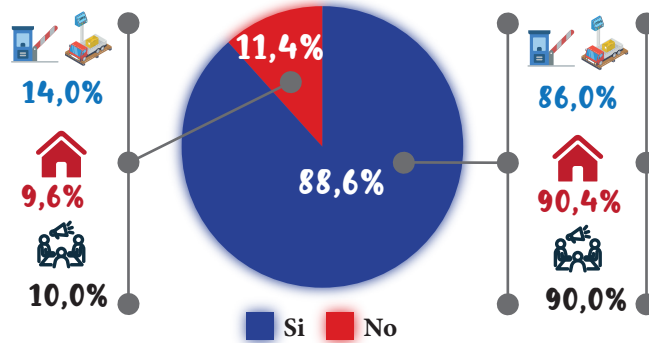
Cartograma 3 Usuarios que han escuchado hablar de la Concesionaria, por unidad funcional y departamento



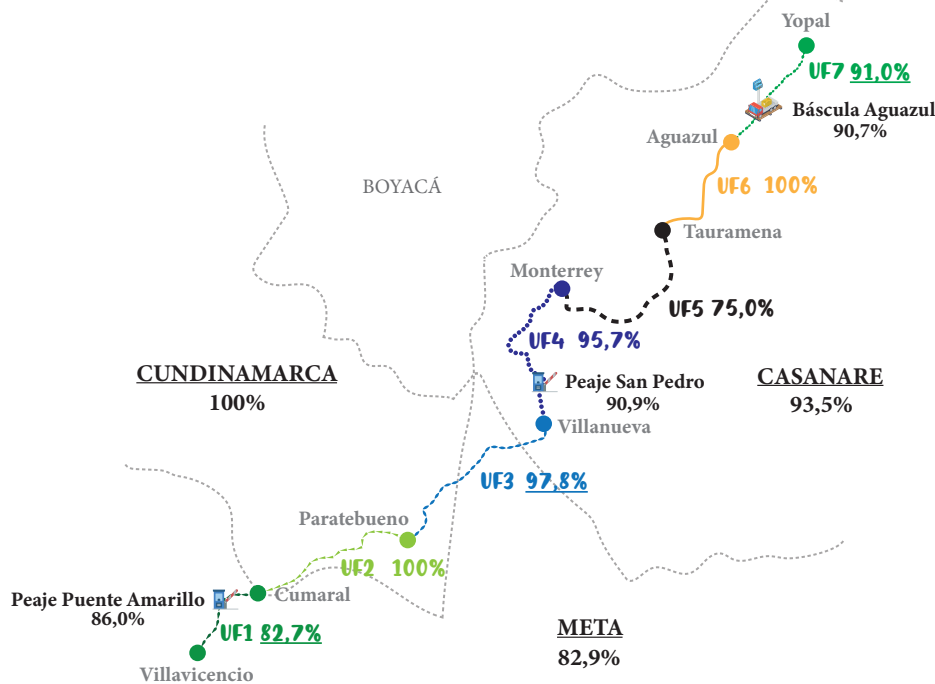
3. Gráfica 1 y Cartograma 3 realizados con base en las encuestas aplicadas por LAP.

Cómo segunda pregunta se tiene ¿Usted ha escuchado hablar del proyecto “Corredor vial Villavicencio - Yopal”? encontrando que el 88,6% del total de los entrevistados contestaron que sí han escuchado hablar del proyecto “Corredor vial Villavicencio - Yopal” (esta proporción se distribuyó en las tres muestras, de la siguiente manera: el 86,0% del total de los conductores de vehículos (entrevistados en el Peaje San Pedro (90,5%), Puente Amarillo (83,5%) y la Báscula Aguazul (87,6%)), el 90,4% del total de las personas entrevistadas en los predios a lo largo del corredor vial y el 90,0% de los asistentes a reuniones (Gráfica 2). Por unidad funcional se encontró que quienes en mayor proporción han escuchado hablar del proyecto “Corredor vial Villavicencio - Yopal” habitan en la UF2 (100%), 3 (97,8%) y 6 (100%) y en el departamento de Cundinamarca (100%) (Cartograma 4).

Gráfica 2 Usuarios que han escuchado hablar del proyecto vial, por tipo de usuario



Cartograma 4 Usuarios que han escuchado hablar del proyecto vial, por unidad funcional y departamento



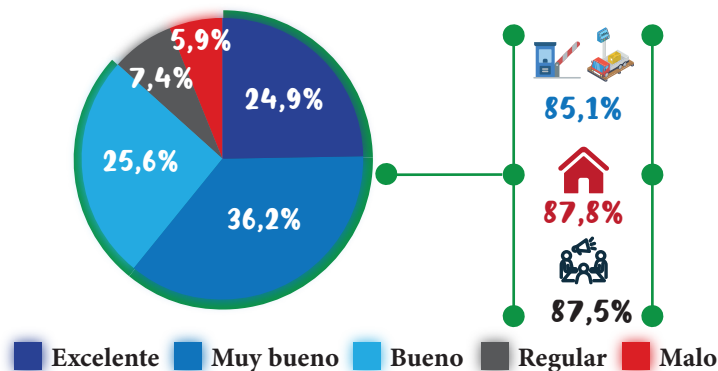
Posteriormente se preguntó a los usuarios ¿Cómo califica las obras realizadas en el proyecto “Corredor vial Villavicencio - Yopal”? evidenciando que para el 86,7% del total de entrevistados las obras son excelentes (24,9%;), muy buenas (36,2%) y buenas (25,6%), especialmente para los asistentes a reuniones (87,5%; $\bar{X}=6,7^*$) y los usuarios viales (85,1%; $\bar{X}=6,8^*$) (Gráfica 3) entrevistados en la Báscula Aguazul (91,4%; $\bar{X}=7^*$),

⁴. Gráfica 2 y Cartograma 4 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

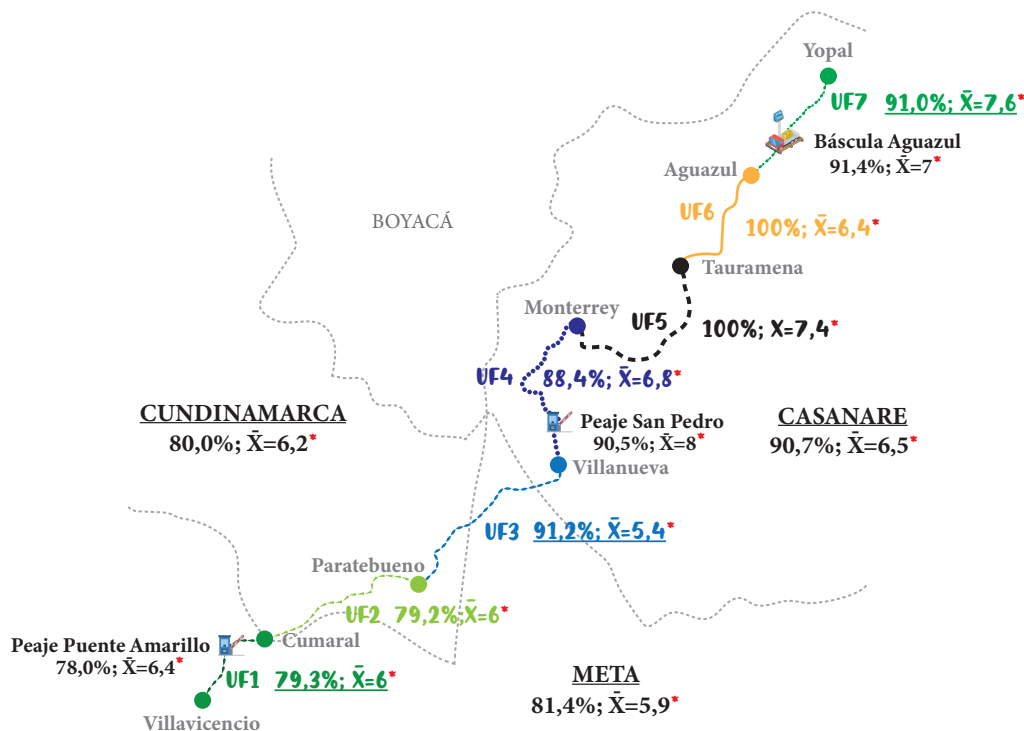
*. Calificación promedio dada por los usuarios, teniendo en cuenta la apreciación cuantitativa de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es excelente (Dirigirse a la metodología al apartado 4.3)

y Peaje San Pedro (90,5%; $\bar{X}=8,0^*$) y los residentes de la UF3 (91,2%; $\bar{X}=5,4^*$), 5 (100%; $\bar{X}=7,4^*$) y 6 (100%; $\bar{X}=6,4^*$) y en el departamento de Casanare (90,7%; $\bar{X}=6,5^*$) (Cartograma 5).

Gráfica 3 Calificación de las obras realizadas en el proyecto corredor vial, por tipo de usuario



Cartograma 5 Calificación de las obras realizadas en el proyecto corredor vial, por unidad funcional y departamento de residencia



Por último en este segmento, se consultó acerca de los beneficios que aporta el proyecto “corredor vial Villavicencio - Yopal”, encontrando que el principal beneficio es el *mejoramiento de tiempo en la movilidad* para el 37,0%; seguido de la *activación turística* con el 36,9%, las *vías en buen estado* para el 34,1%, la *generación de empleo* para el 27,3% y la *seguridad vial* con el 26,8% (Figura 1); así mismo, se identificó por unidad funcional y departamento de residencia, donde en mayor proporción consideran como principal beneficio el *mejoramiento de tiempo en la movilidad* para la UF6 (66,7%), 3 (44,0%) y 4 (42,0%) y para el departamento de Casanare (39,8%) y Meta (36,2%) (Cartograma 6). Para complementar el análisis por tipo de usua-

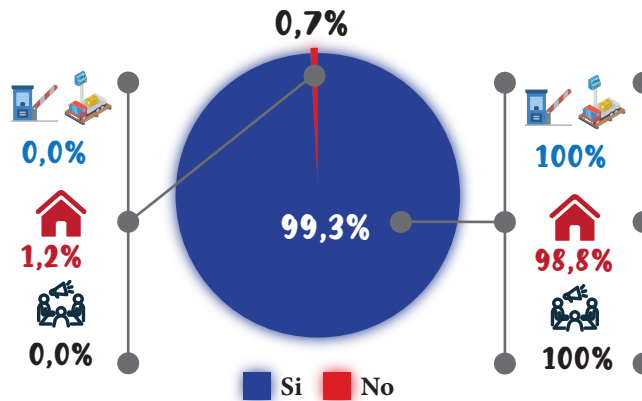
⁵. Gráfica 3 y Cartograma 5 realizada con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

* Calificación promedio dada por los usuarios, teniendo en cuenta la apreciación cuantitativa de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es excelente (Dirigirse a la metodología al apartado 4.3)

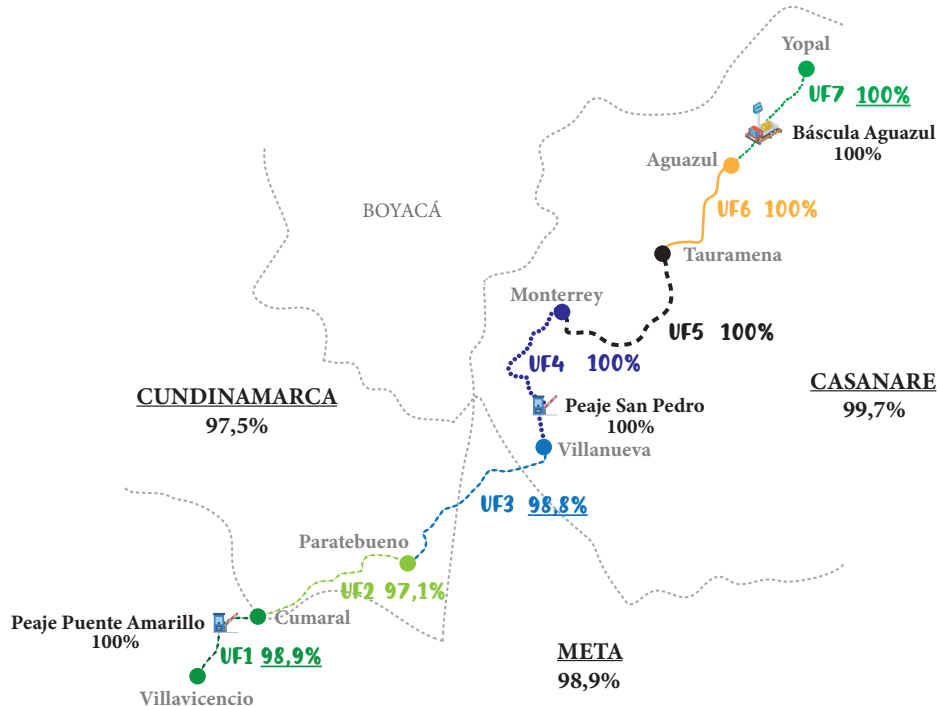
obteniendo los siguientes resultados:

Respecto a la pregunta *¿Ha conducido vehículo por la vía Villavicencio - Yopal?* se encontró que la mayoría del total de usuarios entrevistados si han conducido por el corredor vial (99,3%), especialmente los asistentes a reuniones y los conductores de vehículos (Gráfica 4) principalmente los encuestados en la Báscula Aguazul y el Peaje San Pedro, así mismo, en la UF 4, 5, 6 y 7 con el 100% de usuarios respectivamente y los residentes en el municipio de Casanare (99,7%) y Meta (98,9%) (Cartograma 7).

Gráfica 4 Usuarios que han conducido por el corredor vial, por tipo de usuario



Cartograma 7 Usuarios que han conducido por el corredor vial, por tipo de usuario

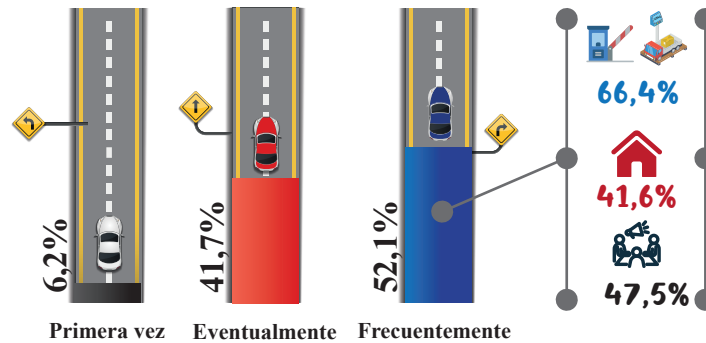


Como última pregunta del capítulo II se tiene *¿Con qué frecuencia ha transitado el corredor vial Villavicencio - Yopal?*, evidenciando que el 52,1% del total de encuestados transita por el corredor vial de forma frecuente, especialmente los usuarios asistentes a reuniones y los conductores de vehículos, seguido del 41,7% que transita eventualmente (Gráfica 5); por punto de aplicación se tiene que en mayor proporción los residentes en la UF1 (69,3%), 5 (62,5%) y 7 (54,5%) y en el departamento del Meta (66,3%) transitan por la

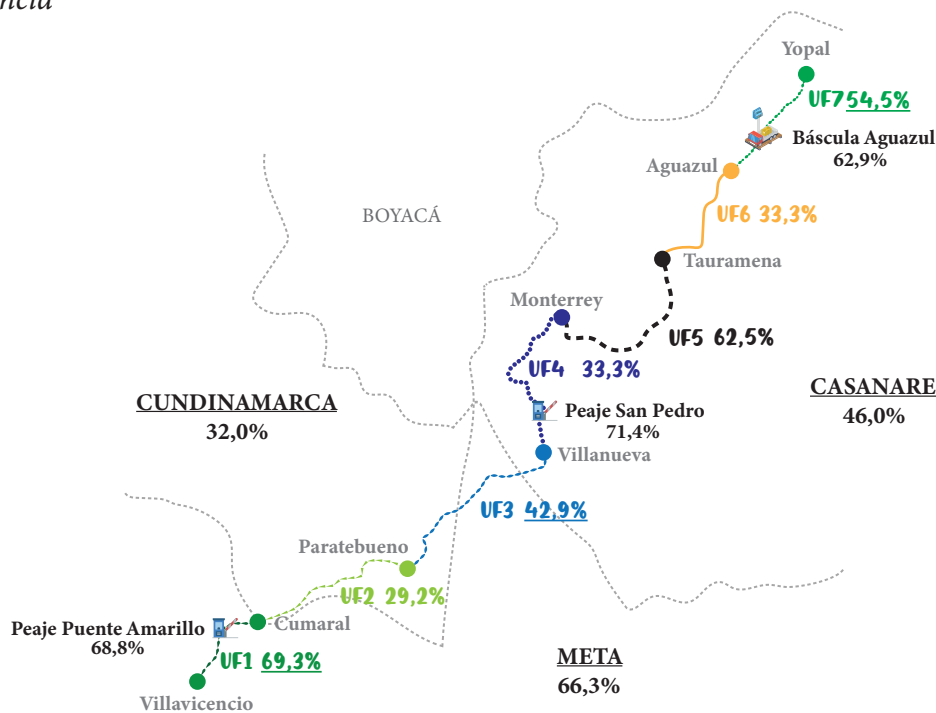
⁷. Gráfica 4 y Cartograma 7 realizadas con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

vía frecuentemente (Cartograma 8); mientras que los residentes de la UF6 (66,7%), 2 (62,5%) y 4 (53,6%) y en el departamento de Cundinamarca (60,0%) transitan eventualmente por el corredor vial (Anexo CD).

Gráfica 5 Frecuencia de tránsito por el corredor vial, por tipo de usuario



Cartograma 8 Frecuencia de tránsito por el corredor vial (frecuentemente), por unidad funcional y departamento de residencia



5.1.3. Capítulo III. Recepción de información

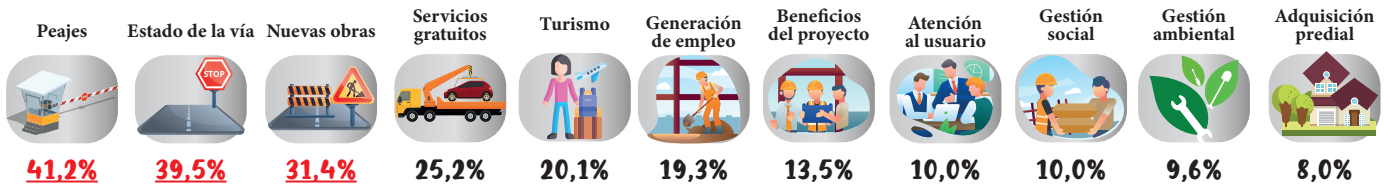
En este capítulo se formularon dos preguntas para identificar si los usuarios entrevistados han recibido información relacionada a la construcción del proyecto y los servicios prestados en la vía, así como los medios por los cuales recibieron dicha información.

Es así, como al preguntar si *¿Ha recibido información sobre algunos aspectos relacionados al proyecto vial?* se evidenció que los principales aspectos informados fueron los *peajes* (41,2%), seguido del *estado de la vía* (39,5%), las *nuevas obras* (31,4%) y los *servicios gratuitos en la vía* (25,2%) (Figura 3); así mismo, se identificó por unidad funcional y departamento de residencia, donde en mayor proporción consideran como principal aspecto informado son los *peajes* para la UF5 (83,3%), 6 (66,7%) y 4 (51,5%) y para el departamento de Casanare (45,8%) (Cartograma 9). Para complementar el análisis por tipo de usuario los *peajes* son el

⁸. Gráfica 5 y Cartograma 8 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

principal aspecto informado para los conductores encuestados en el Peaje San Pedro (63,2%) y para los asistentes a reuniones (25,0%) (Figura 4).

Figura 3 Aspectos informados del proyecto vial, total usuarios



Cartograma 9 Aspectos informados del proyecto vial, por unidad funcional y departamento de residencia

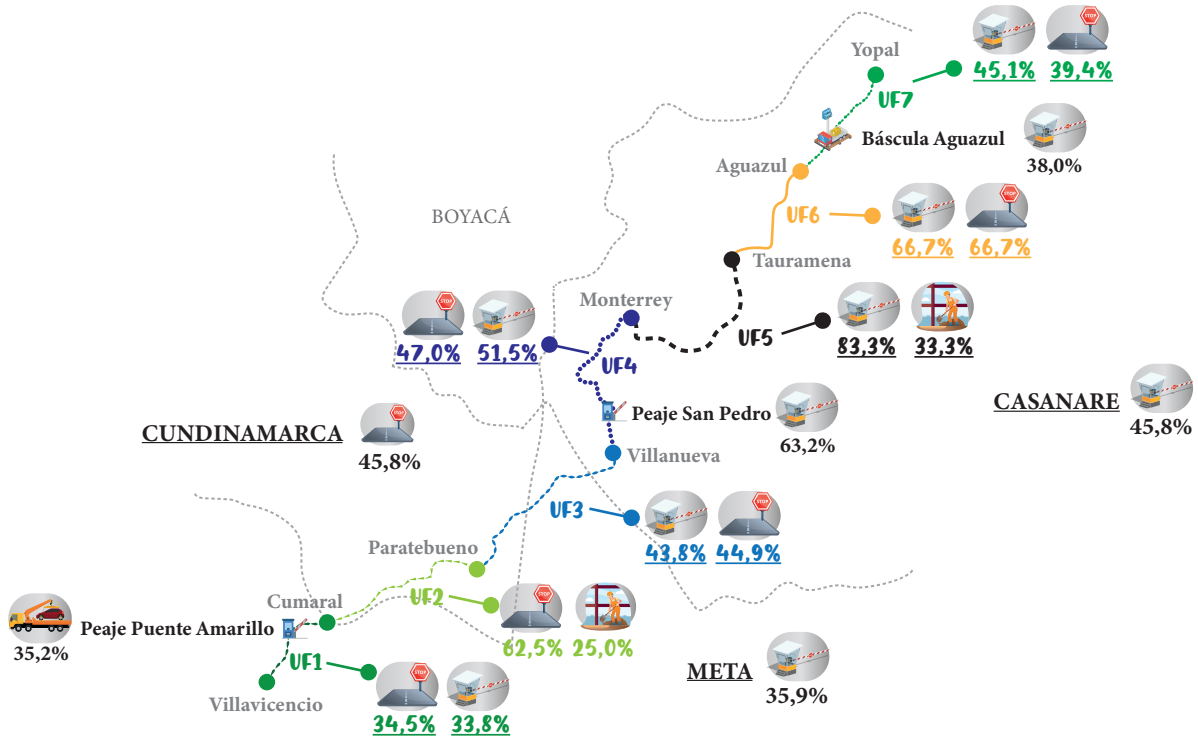
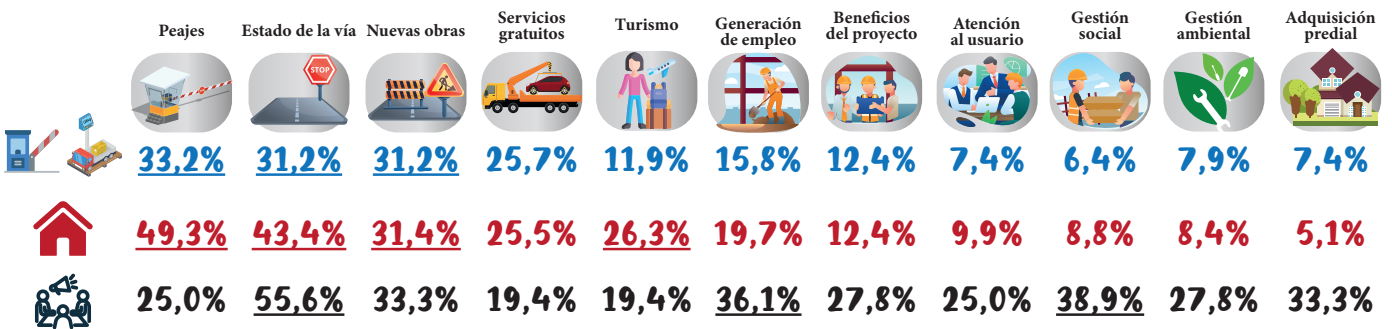


Figura 4 Aspectos informados del proyecto vial, por tipo de usuario

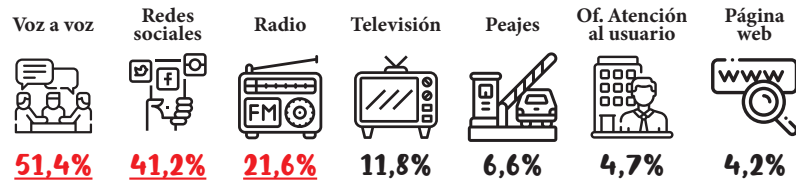


Posteriormente, se preguntó ¿Por qué medios recibió información del proyecto vial? en donde se pudo evidenciar que el voz a voz es el medio por el cual en mayor proporción (51,4%) reciben información los usuarios del corredor vial, seguido por las redes sociales (41,2%) y la radio (21,6%) principalmente (Figura 5); para los residentes en la UF3 (74,7%), 2 (70,8%) y 4 (69,6%) y para el departamento de Cundinamarca

⁹ Figura 3, 4 y Cartograma 9 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

el principal medio fue el voz a voz (Cartograma 10); así como para los conductores encuestados en el Peaje San Pedro (Figura 6); mientras que las redes sociales fueron el principal medio para los asistentes a reuniones y para los residentes de la UF6 (66,7%) y 7 (44,2%) (Anexo CD).

Figura 5 Medios de recepción de información sobre aspectos del proyecto, total usuarios



Cartograma 10 Medios de recepción de información sobre aspectos del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia

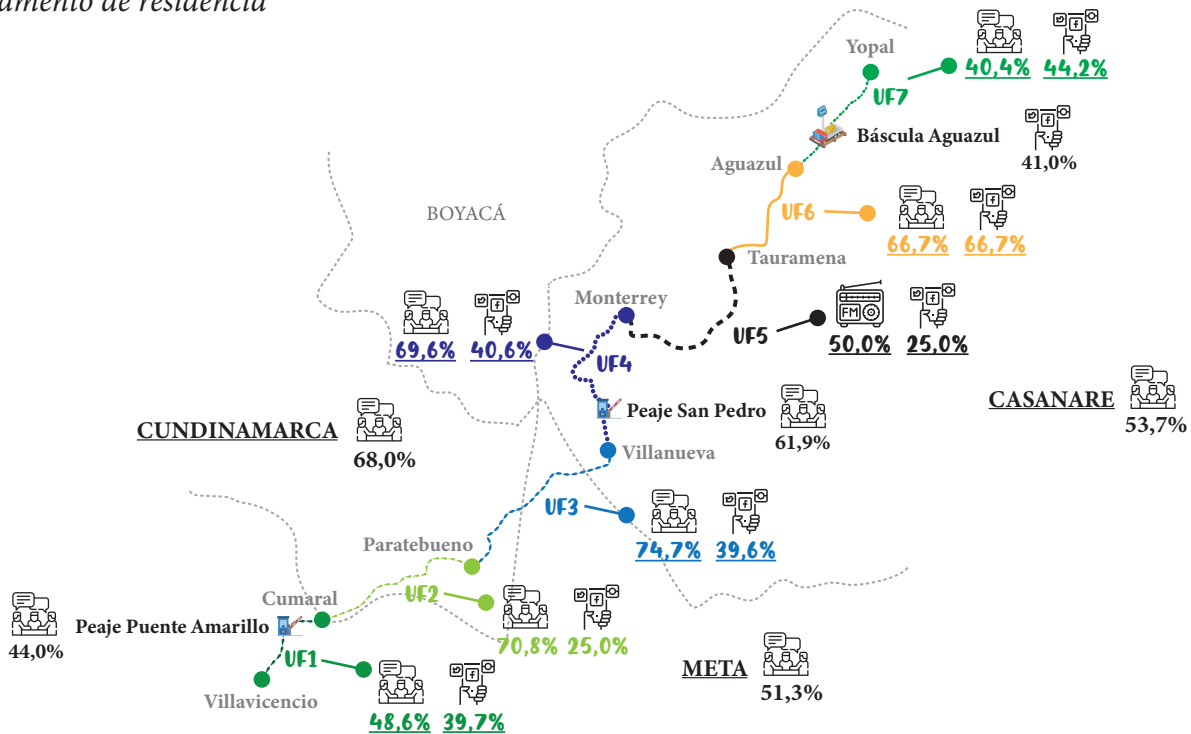
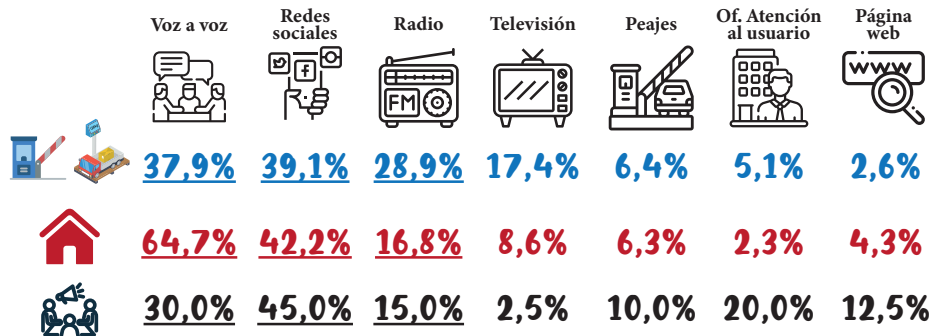


Figura 6 Medios de recepción de información sobre aspectos del proyecto, por tipo de usuario



Para ahondar específicamente por cuales medios los usuarios recibieron información del proyecto vial, se les preguntó por cuales emisoras, canales de televisión, redes sociales, pagina web, oficinas de atención al

¹⁰ Figura 5 y 6 y Cartograma 10 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

usuario y peajes fue entregada dicha información, encontrando lo siguiente:

5.1.3.1. Emisoras de radio

La información del proyecto entregada mediante emisoras de radio, fue recibida principalmente por Blu Radio (8,9%), Ondas de Upía (6,2%), Olímpica (5,3%) y La Voz de Yopal (4,9%) (Figura 7); sin embargo, por unidad funcional funcional y departamento de residencia en mayor proporción fue recibida por Blu Radio y Ondas de Upía (Cartograma 11); mientras que los asistentes a reuniones recibieron la información por La Voz de Yopal y Radio Azul, los usuarios viales por Blu Radio Violeta Stereo y los residentes de los predios aleñaos al corredor vial por Ondas de Upía y Blu Radio (Figura 8).

Figura 7 Emisoras por las que los usuarios recibieron información del proyecto, total usuarios



Cartograma 11 Emisoras por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia

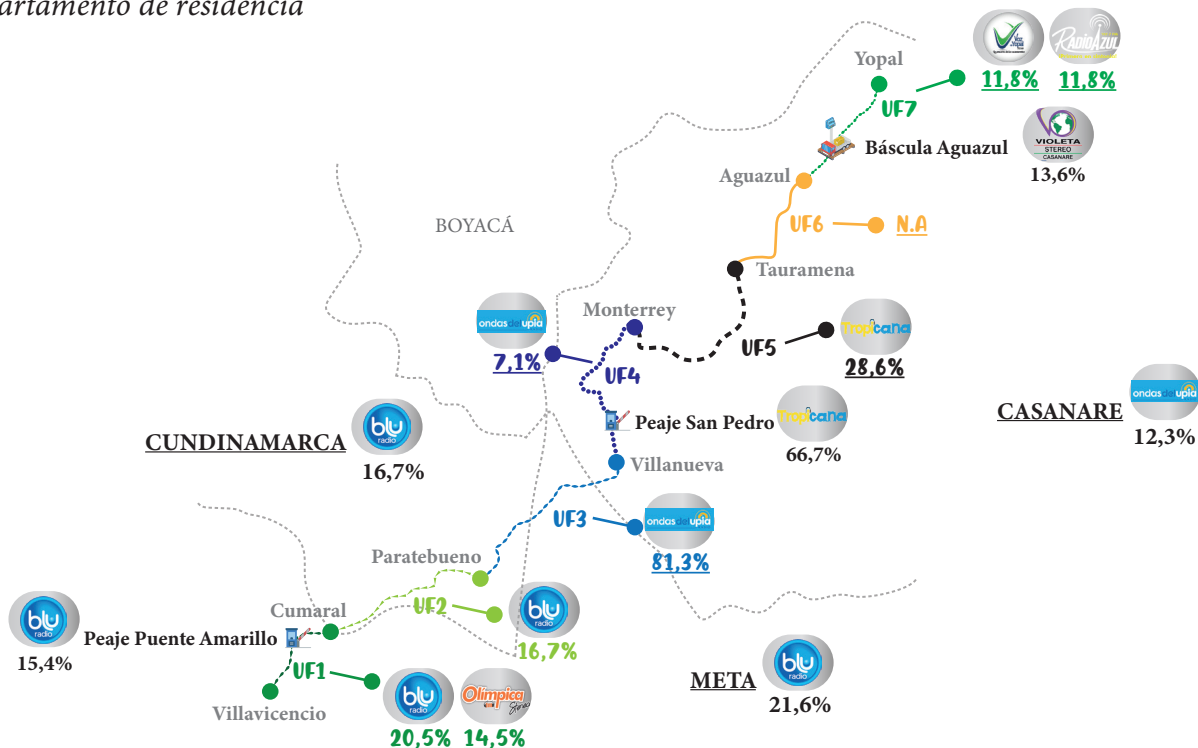
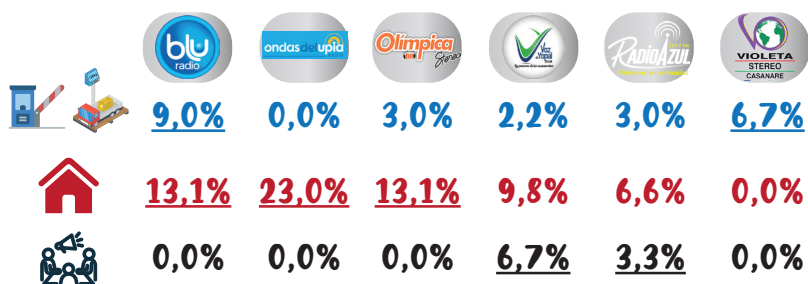


Figura 8 Emisoras por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por tipo de usuario

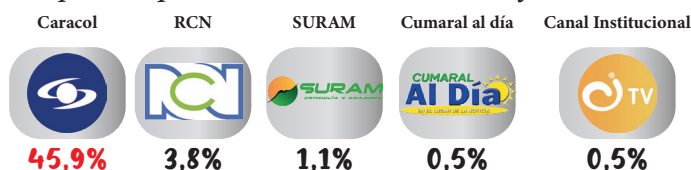


¹¹. Figura 7 y 8 y Cartograma 11 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

5.1.3.2. Canales de Televisión

La información del proyecto entregada mediante canales de televisión, fue recibida principalmente por el canal Caracol (81,2%), seguido de RCN (14,5%), Canal 2 (2,9%) y Canal Institucional (1,4%) (Figura 9); el mismo orden se presentó por unidad funcional funcional, departamento de residencia (Cartograma 12) y por tipo de usuario entrevistado (Figura 10).

Figura 9 Canales de televisión por los que los usuarios recibieron información del proyecto, total usuarios



Cartograma 12 Canales de televisión por los que los usuarios recibieron información del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia

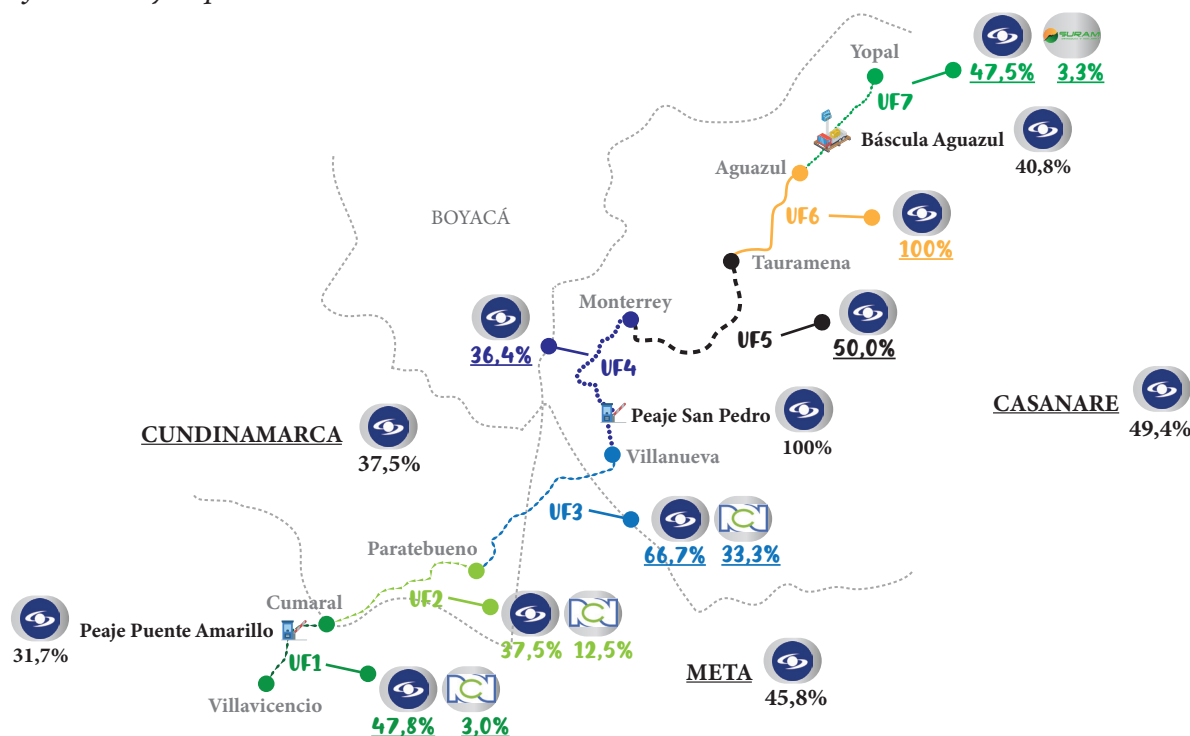
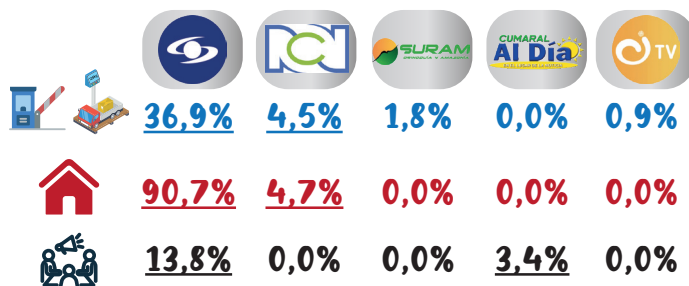


Figura 10 Canales de televisión por los que los usuarios recibieron información del proyecto, por tipo de usuario



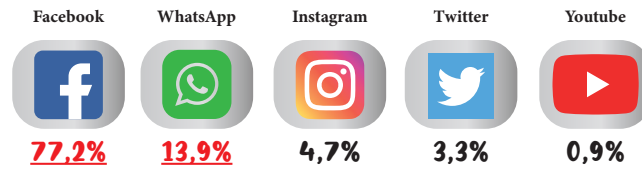
5.1.3.3. Redes sociales

La información del proyecto entregada mediante redes sociales, fue recibida principalmente por Facebook

¹² Figura 9 y 10 y Cartograma 12 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

(77,2%) y WhatsApp (13,9%) (Figura 11); el mismo orden se presentó por unidad funcional funcional, departamento de residencia (Cartograma 13) y por tipo de usuario entrevistado (Figura 12). Como complemento, se tiene que el tercer medio por el que reciben información es Instagram (4,7%) para todos los usuarios encuestados (Anexo CD).

Figura 11 Redes sociales por las que los usuarios recibieron información del proyecto, total usuarios



Cartograma 13 Redes sociales por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia

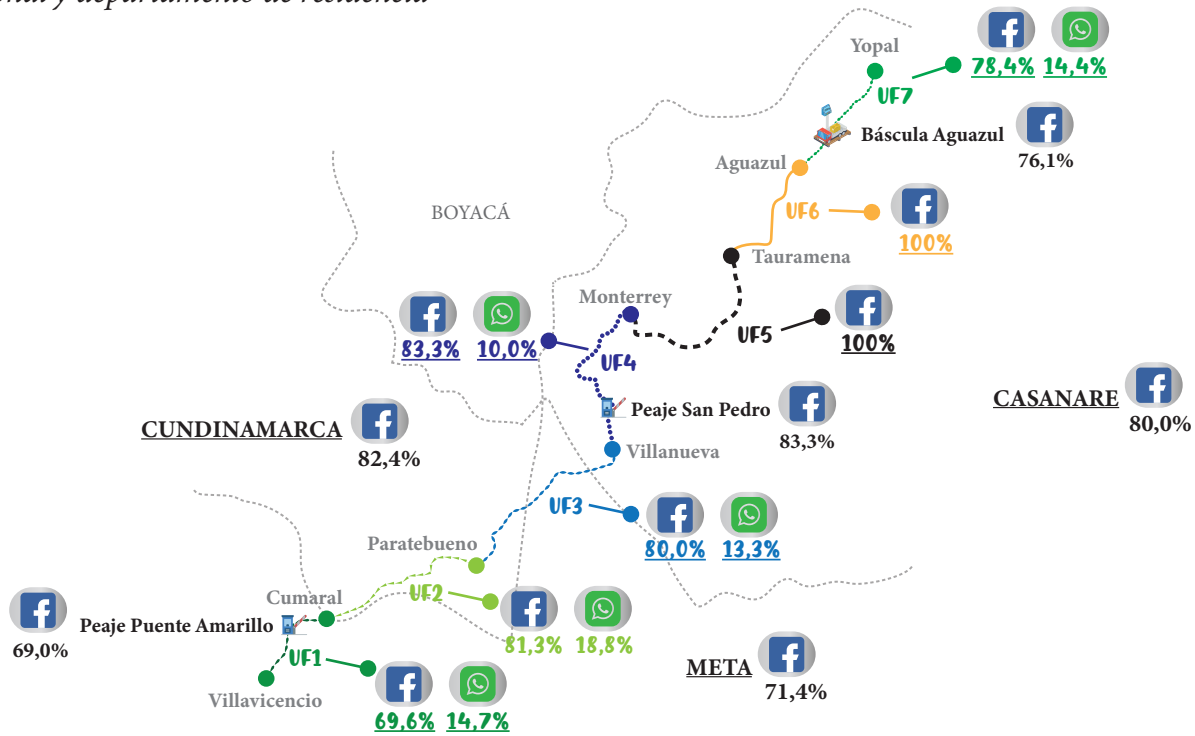
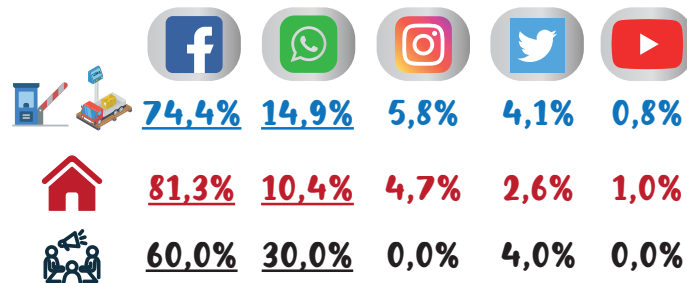


Figura 12 Redes sociales por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por tipo de usuario



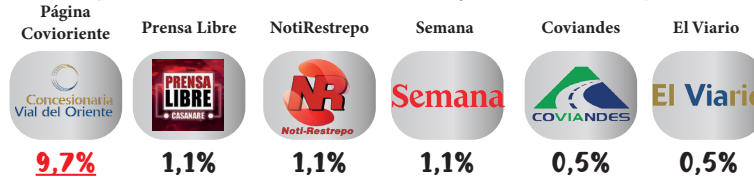
5.1.3.4. Página web

La información del proyecto entregada mediante páginas web, fue recibida principalmente por la página web de la Concesionaria Vial del Oriente (9,7%), seguido de la Prensa Libre (1,1%), NotiRestrepo (1,1%),

¹³. Figura 11 y 12 y Cartograma 13 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

Semana (1,1%) principalmente (Figura 11); el mismo orden se presentó por unidad funcional funcional, departamento de residencia (Cartograma 13) y por tipo de usuario entrevistado (Figura 12). Es importante resaltar, que los conductores encuestados en el Peaje San Pedro y los residentes de la UF3, 5 y 6 no han recibido información mediante páginas web (Anexo CD).

Figura 11 Páginas web por las que los usuarios recibieron información del proyecto, total usuarios



Cartograma 13 Páginas web por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia

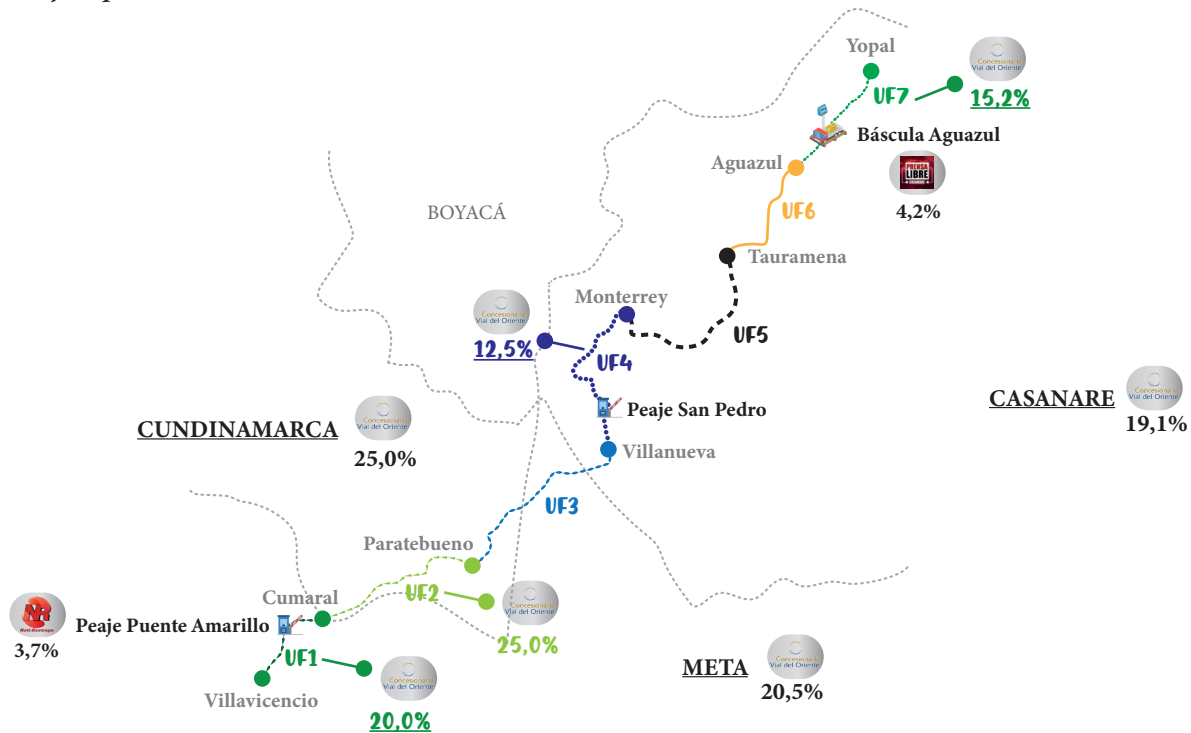
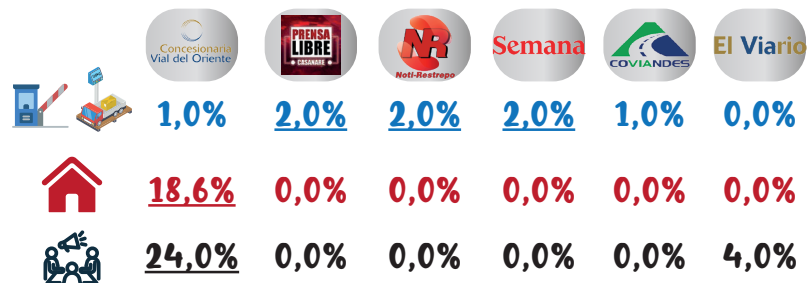


Figura 12 Páginas web por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por tipo de usuario



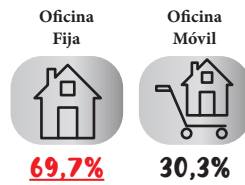
5.1.3.5. Oficinas de atención al usuario

En mayor proporción la Concesionaria ha entregado información en la oficina fija de atención al usuario (Figura 13), tanto para los usuarios residentes en las unidades funcionales a lo largo del corredor vial y en

¹⁴. Figura 11 y 12 y Cartograma 13 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

los 3 departamentos aledaños al corredor vial (Cartograma (14); así como para los tres tipos de usuarios encuestados (Figura 14)

Figura 13 Oficinas de atención al usuario por las que los usuarios recibieron información del proyecto, total usuarios



Cartograma 14 Oficinas de atención al usuario por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia

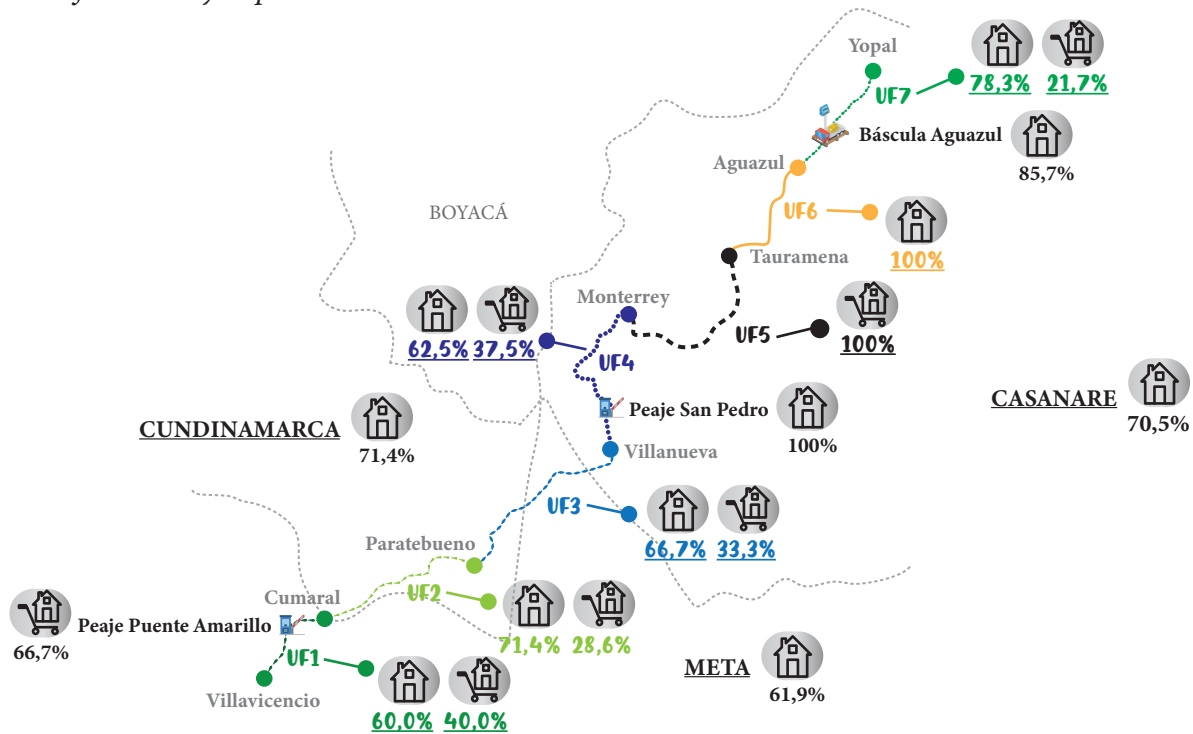
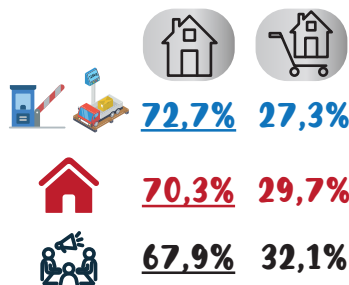


Figura 14 Oficinas de atención al usuario por las que los usuarios recibieron información del proyecto, por tipo de usuario



5.1.3.6. Peajes

El peaje que en mayor proporción ha entregado información al total de usuarios encuestados es Punte Amarillo (53,4%) (Figura 15), sin embargo, los residentes de la UF2 han recibido información en el Peaje Veracruz (Cartograma 15) y los asistentes a reuniones en el Peaje San Pedro (Figura 16). Es de resaltar, que

¹⁵. Figura 13 y 14 y Cartograma 14 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

los conductores entrevistados manifestaron no recibieron información en ninguno de los tres peajes del corredor vial (Anexo CD).

Figura 15 Peajes por los que los usuarios recibieron información del proyecto, total usuarios



Cartograma 15 Peajes por los que los usuarios recibieron información del proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia

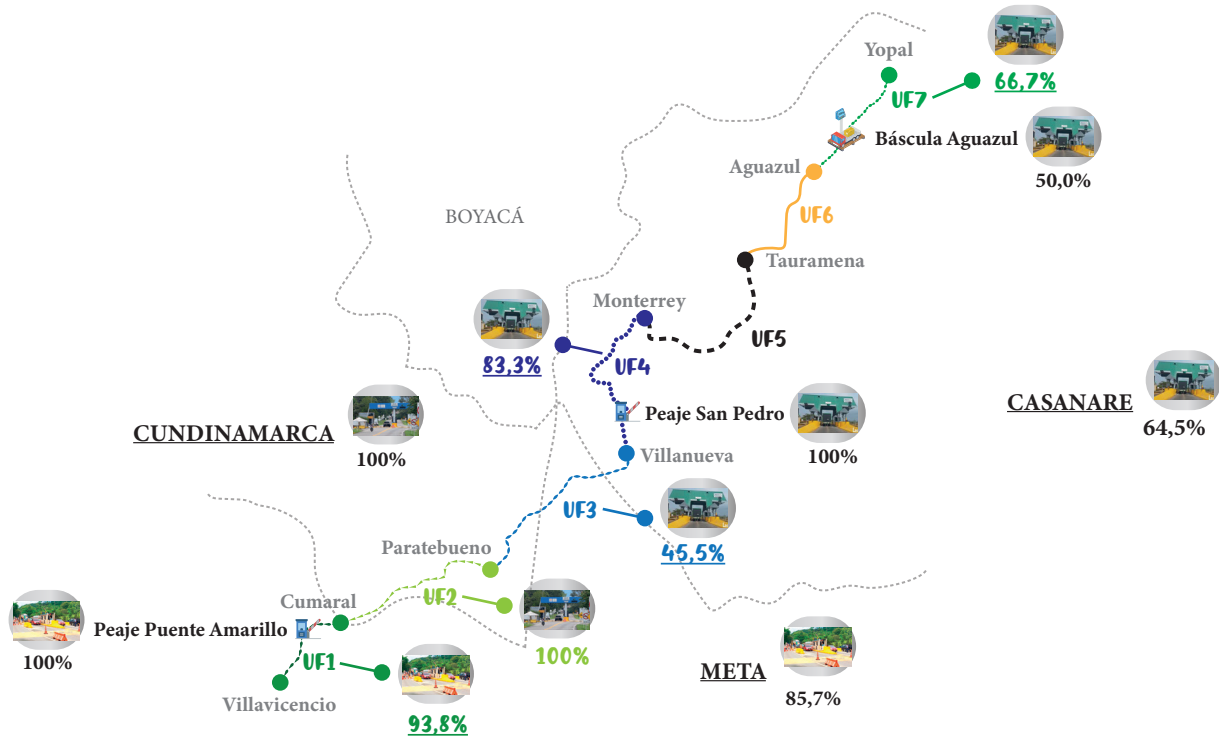
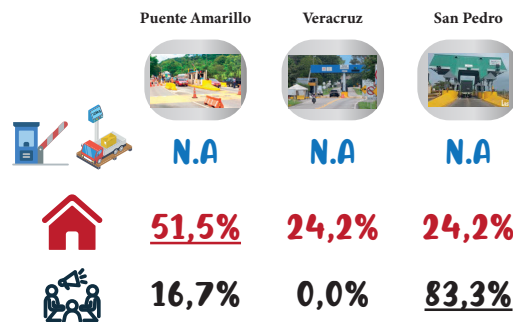


Figura 16 Peajes por los que los usuarios recibieron información del proyecto, por tipo de usuario



5.1.4. Capítulo IV. Canales y medios

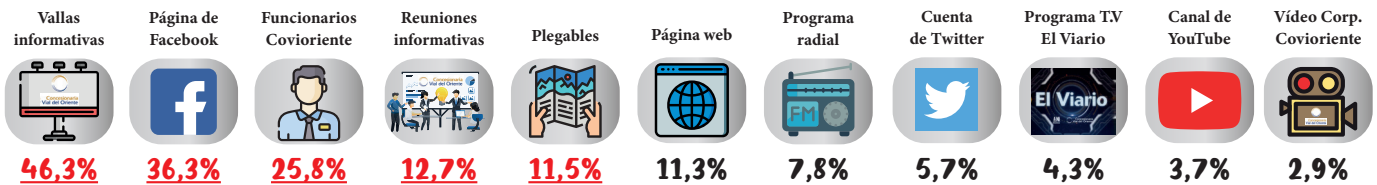
Se realizaron dos preguntas en este capítulo, con la intención de identificar si los usuarios conocen los canales de comunicación del proyecto “corredor vial Villavicencio - Yopal” y los medios que utiliza frecuentemente para mantenerse informado.

¹⁶ Figura 15 y 16 y Cartograma 15 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

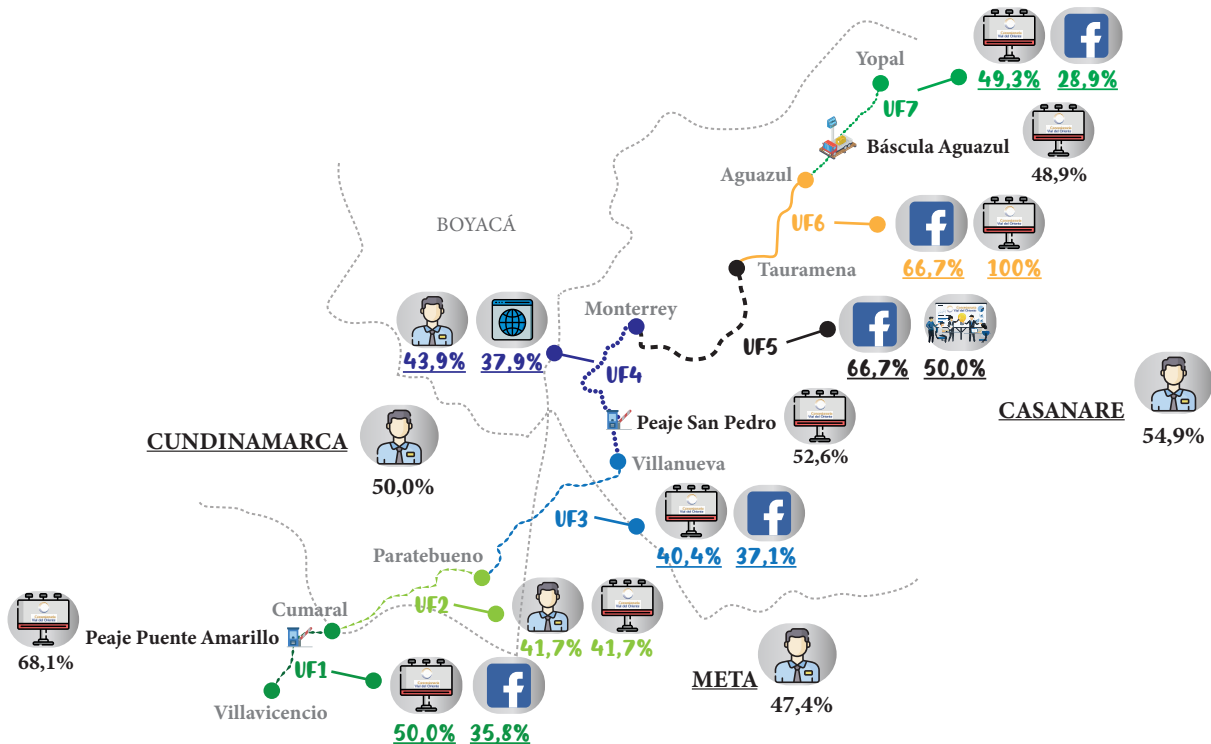
Al respecto, los resultados arrojaron que el principal medio de comunicación del proyecto que conocen los encuestados son las vallas informativas que se encuentran a lo largo del corredor vial (46,3%), seguido de la página de Facebook de la Concesionaria (36,3%) y dirigirse directamente a la Concesionaria Vial del Oriente “Covioriente” (25,8%) (Figura 15); en su mismo orden, se presentó por unidad funcional y departamento de residencia (Cartograma 15); mientras que por tipo de usuario se evidenció que los asistentes a reuniones conocen en mayor proporción se dirigen directamente a la Concesionaria (41,7%) y la página de Facebook (33,3%), los residentes en los predios aledaños al corredor vial por la página de Facebook (42,0%) y las vallas informativas (41,2%) y los conductores de vehículos que transitan por la vía conocen las vallas informativas (57,9%) y la página de Facebook (29,2%) (Figura 16).

Como complemento al análisis de esta pregunta, se tiene que el tercer medio de comunicación del proyecto conocido por los conductores de vehículos y los residentes aledaños a la vía es dirigirse directamente a la Concesionaria; así mismo se presentó por punto de aplicación a conductores, para las UF 1, 3, 5 y 7 y para los residentes de los departamentos de Casanare y Meta (Anexo CD).

Figura 15 Canales de comunicación del proyecto conocidos, total usuarios

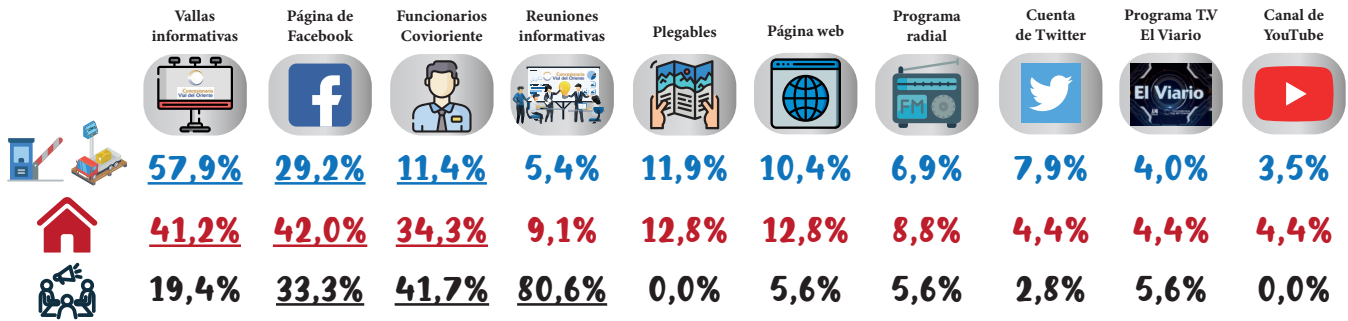


Cartograma 15 Canales de comunicación del proyecto conocidos, por unidad funcional y departamento de residencia



17. Figura 15 y Cartograma 15 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

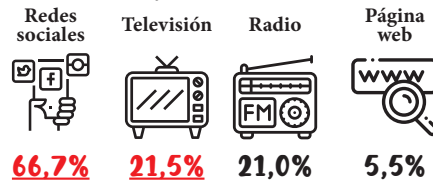
Figura 16 Canales de comunicación del proyecto conocidos, por tipo de usuario



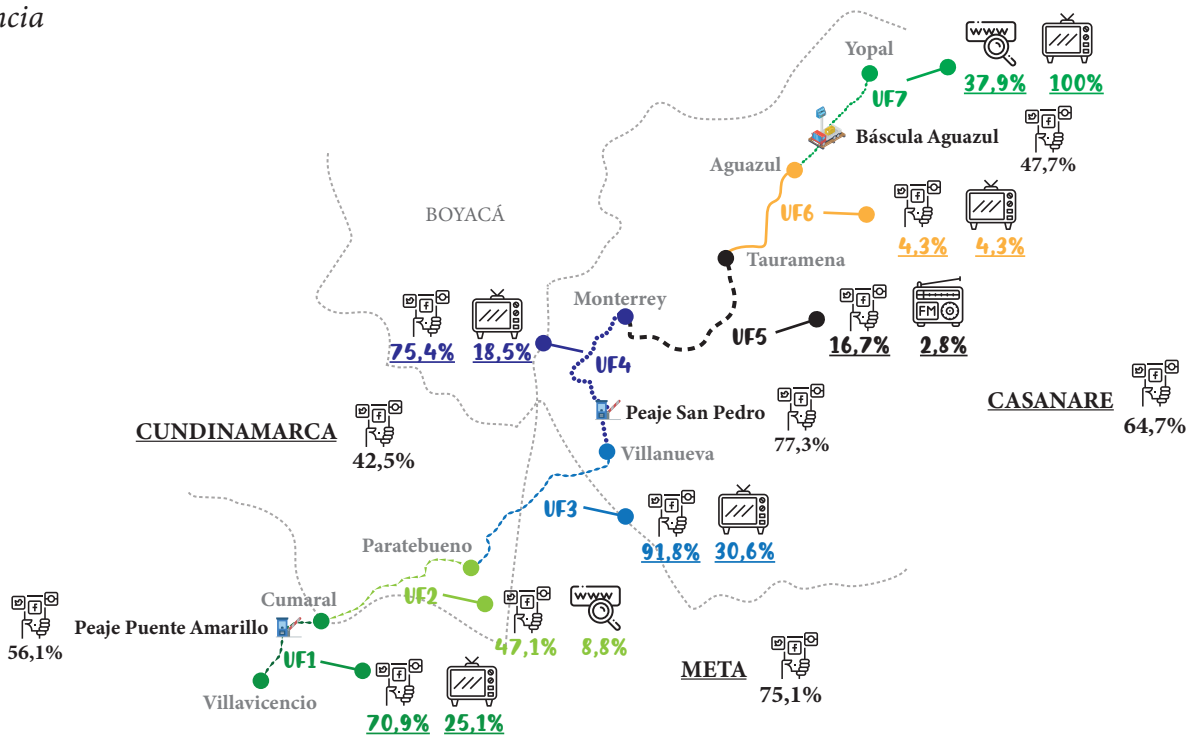
Como segunda pregunta en este apartado se formuló ¿Qué medios utiliza para mantenerse informado?, que permitió identificar que el medio más utilizado por los usuarios del corredor vial encuestados son las redes sociales (66,7%) y la radio (21,0%) (Figura 17); así mismo se presentó para los residentes de la UF3 (91,8%), y 4 (75,4%) y en el departamento de Casanare (64,7%) y Meta (75,1%) (Cartograma 16) y por tipo de usuario principalmente para los residentes de los predios aledaños al corredor vial (Figura 18).

Como complemento al análisis de esta pregunta, se tiene que el tercer medio más utilizado para mantenerse informado es la televisión para los conductores de vehículos y los asistentes a reuniones; por punto de aplicación a conductores, el segundo medio más conocido es la radio; en las UF7 es la página web; para los residentes de los departamentos de Casanare es la televisión y para los de Cundinamarca es la radio (Anexo CD).

Figura 17 Medios utilizados para mantenerse informado, total usuarios

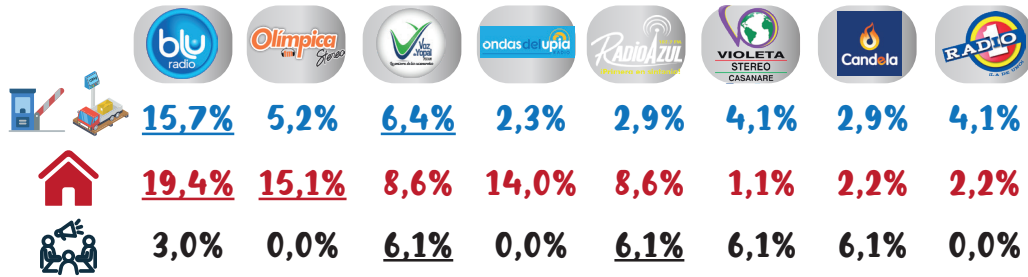


Cartograma 16 Medios utilizados para mantenerse informado, por unidad funcional y departamento de residencia



18. Figura 16, 17 y Cartograma 16 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

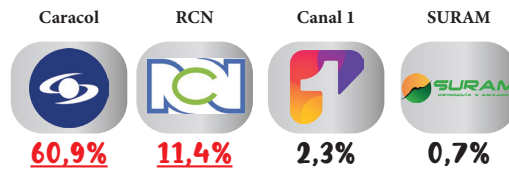
Figura 20 Emisoras escuchadas frecuentemente, por tipo de usuario



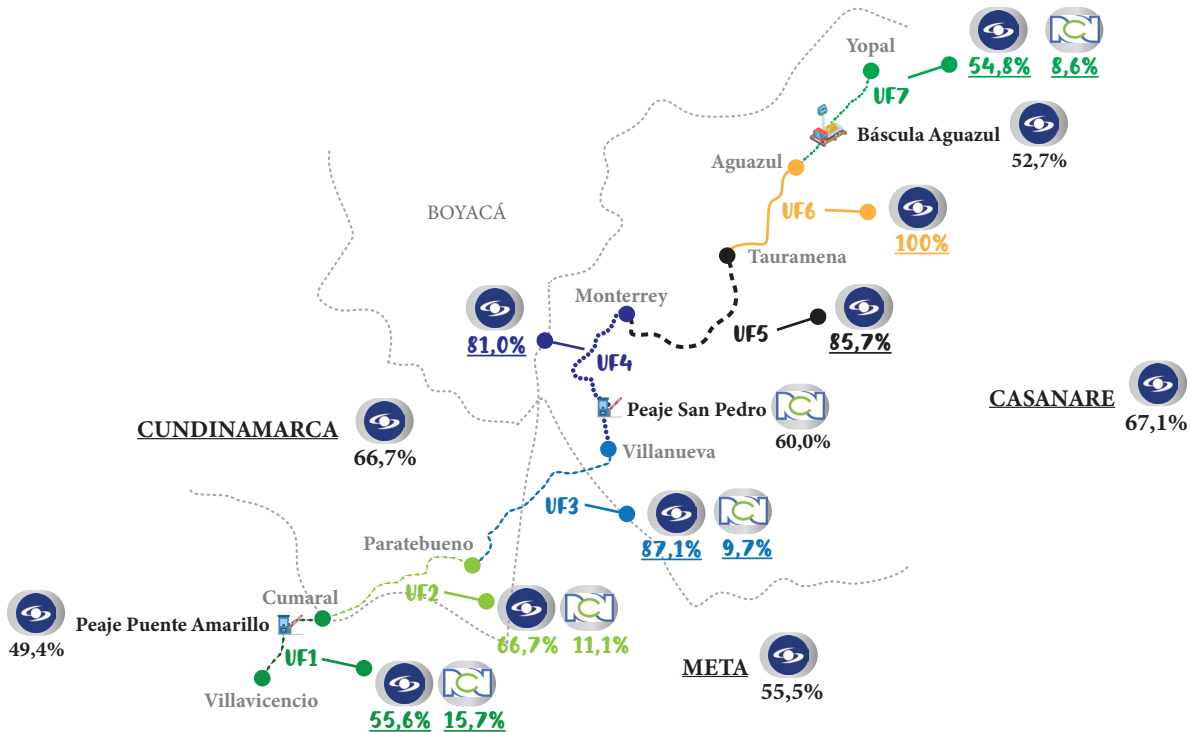
5.1.4.2. Canales de televisión

Los canales televisión vistos con mayor frecuencia por el total de usuarios encuestados es Caracol (82,1%) y RCN (9,6%) (Figura 21); así mismo se presentó por unidad funcional funcional y departamento de residencia (Cartograma 18) y por tipo de usuario (Figura 22).

Figura 21 Canales de televisión vistos frecuentemente, total usuarios

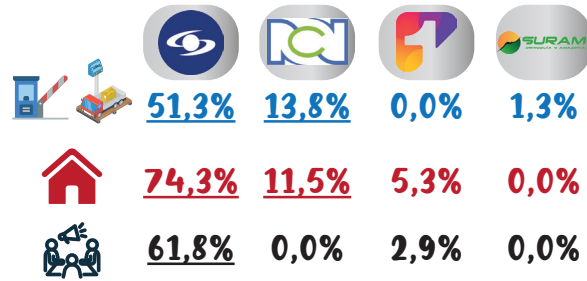


Cartograma 18 Canales de televisión vistos frecuentemente, por unidad funcional y departamento de residencia



²⁰ Figura 20, 21 y Cartograma 18 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

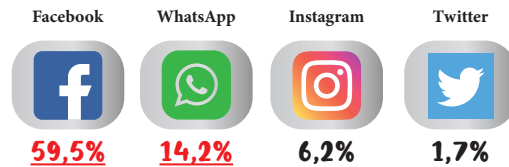
Figura 22 Canales de televisión vistos frecuentemente, por tipo de usuario



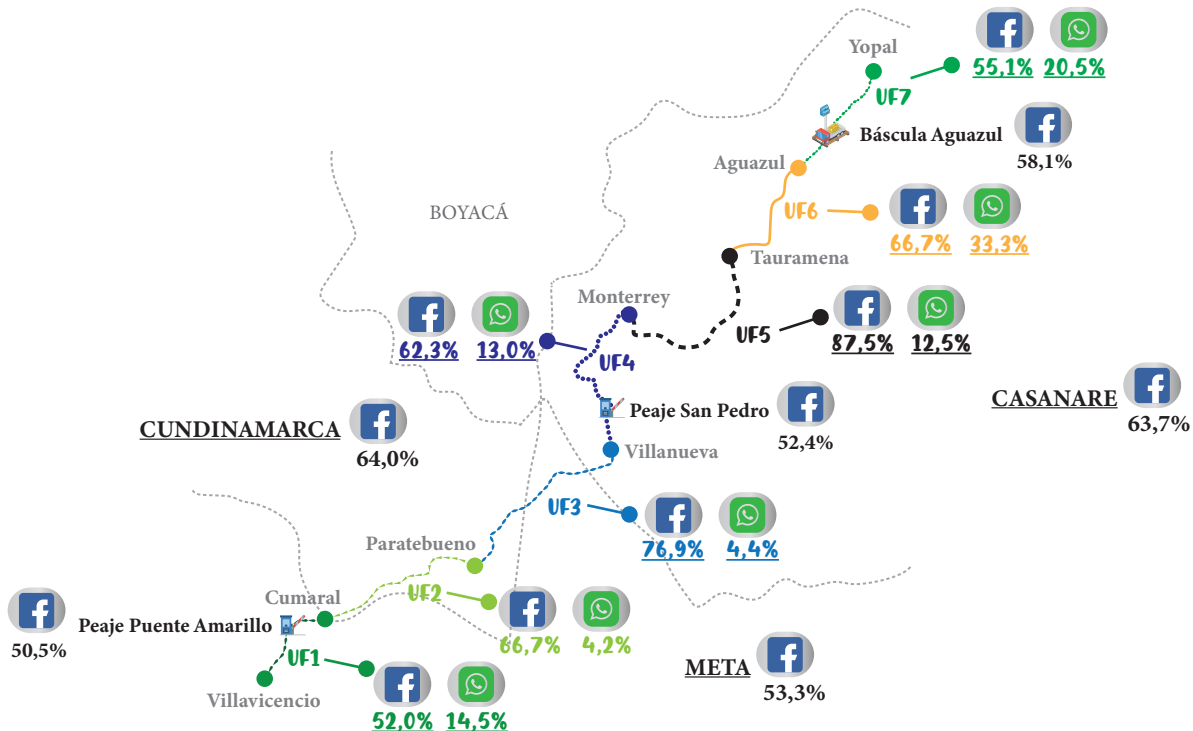
5.1.4.3. Redes sociales

Las redes sociales utilizadas con mayor frecuencia por el total de usuarios encuestados es Facebook (59,5%) y WhatsApp (14,2%) (Figura 23); así mismo se presentó por unidad funcional funcional y departamento de residencia (Cartograma 19) y por tipo de usuario (Figura 24). Es de resaltar, que el 15,9% de los usuarios encuestados no utiliza redes sociales, especialmente los asistentes a reuniones (Anexo CD).

Figura 23 Redes sociales utilizadas frecuentemente, total usuarios

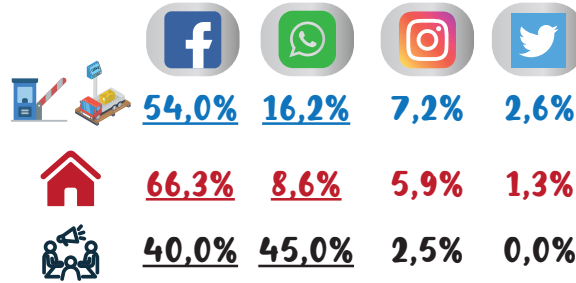


Cartograma 19 Redes sociales utilizadas frecuentemente, por unidad funcional y departamento de residencia



²¹. Figura 22, 23 y Cartograma 19 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

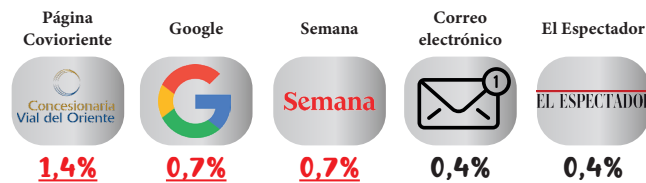
Figura 24 Redes sociales utilizadas frecuentemente, por tipo de usuario



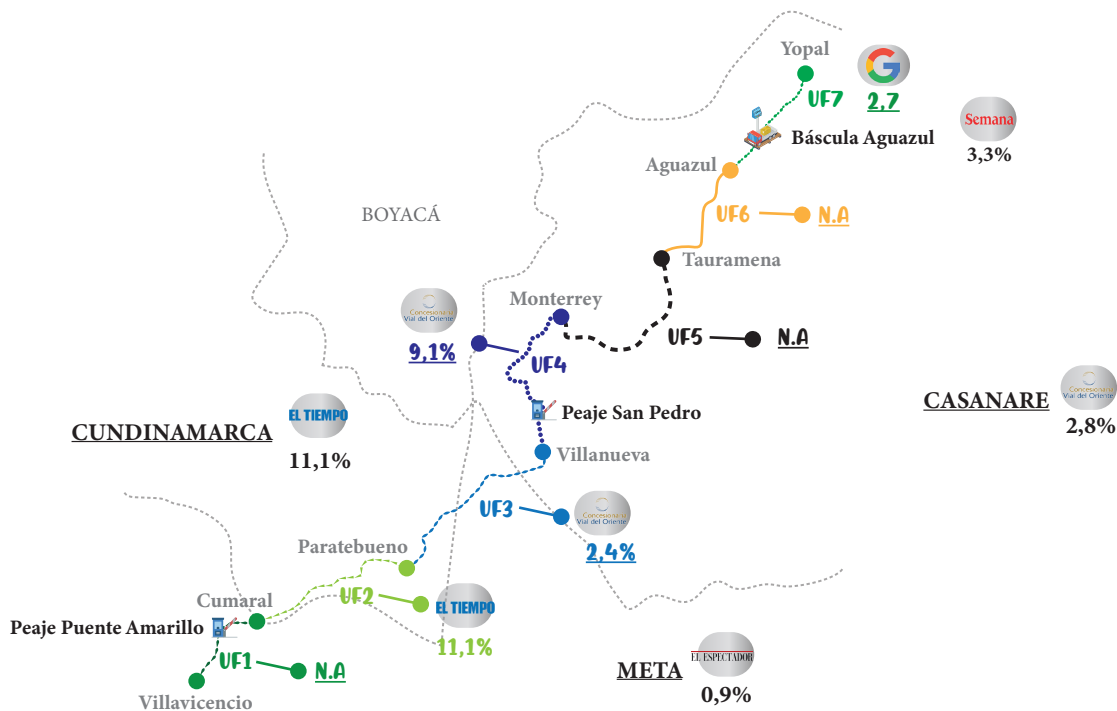
5.1.4.4. Páginas web

Las páginas web utilizadas con mayor frecuencia por el total de usuarios encuestados es la página de la ANI (35,1%) y de Covioriente (16,2%) (Figura 25); así mismo se presentó por unidad funcional funcional, departamento de residencia (Cartograma 20) y por tipo de usuario (Figura 26). Sin embargo, con menor frecuencia se evidenció el correo electrónico, Wikipedia, El Tiempo y de noticias en general (Anexo CD).

Figura 25 Páginas web utilizadas frecuentemente, total usuarios

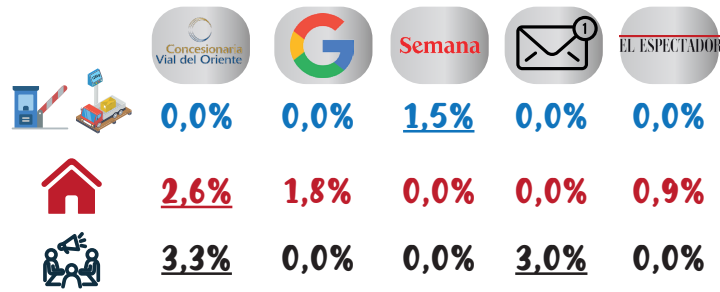


Cartograma 20 Páginas web utilizadas frecuentemente, por unidad funcional y departamento de residencia



22. Figura 24, 25 y Cartograma 20 realizados con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

Figura 26 Páginas web utilizadas frecuentemente, por tipo de usuario

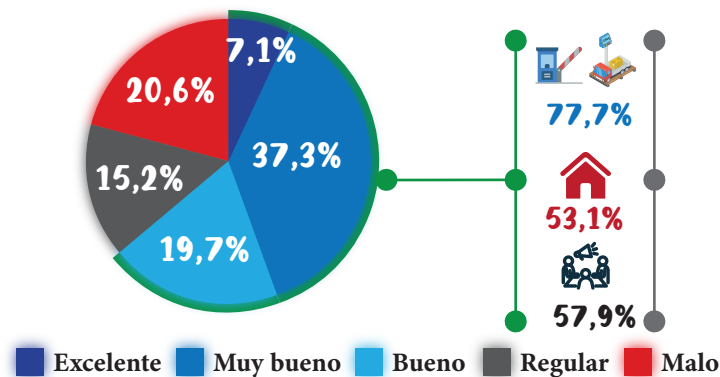


5.1.5. Capítulo V: Evaluación final

En este último capítulo, se pidió a los usuarios que calificaran en una escala de 1 a 10, teniendo en cuenta que 1 es muy malo y 10 es excelente, el desempeño social, ambiental, financiero, operativo y empresarial de la Concesionaria Vial del “Covioriente”. Es de resaltar, tal como se mencionó en la metodología en el apartado 4.3 que se realizó un promedio de la calificación cuantitativa de 1 a 10.

Es así como se preguntó a los usuarios *¿Cómo califica el desempeño social de Covioriente?*, evidenciando que para el 64,1% del total de entrevistados el desempeño social es excelente (7,1%;), muy bueno (37,3%) y bueno (19,7%), especialmente para los usuarios viales (77,7%) entrevistados en el peaje San Pedro (93,3%) (Gráfica 6, Cartograma 21).

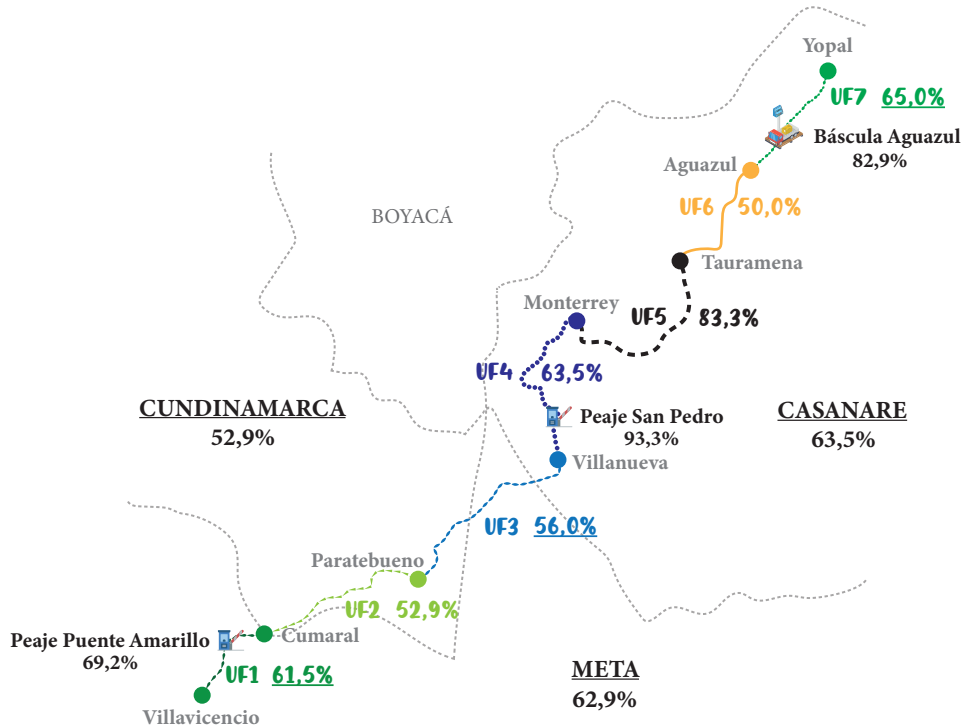
Gráfica 6 Calificación del desempeño social de Covioriente, por tipo de usuario



²³. Figura 26 y Gráfica 6 realizadas con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

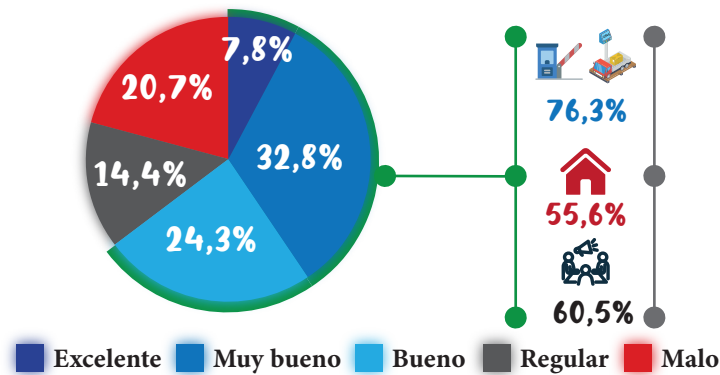
* Calificación promedio dada por los usuarios, teniendo en cuenta la apreciación cuantitativa de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es excelente (Dirigirse a la metodología al apartado 4.3)

Cartograma 21 Calificación del desempeño social de Covioriente, por unidad funcional y departamento de residencia



Posteriormente, se preguntó a los usuarios *¿Cómo califica el desempeño ambiental de Covioriente?*, evidenciando que para el 65,0% del total de entrevistados el desempeño ambiental es excelente (7,8%), muy bueno (32,8%) y bueno (24,3%), especialmente para los usuarios viales (76,3%) entrevistados en la Báscula Aguazul (82,7%) y los asistentes a reuniones (60,5%) (Gráfica 7, Cartograma 22).

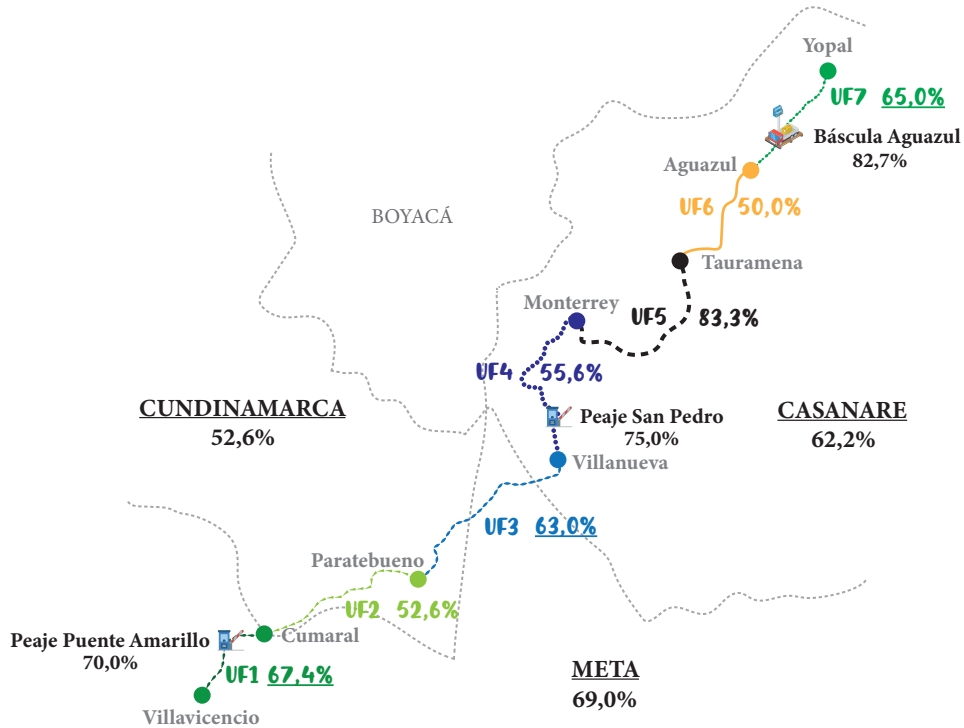
Gráfica 7 Calificación del desempeño ambiental de Covioriente, por tipo de usuario



²⁴. Cartograma 21 y Gráfica 7 realizadas con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

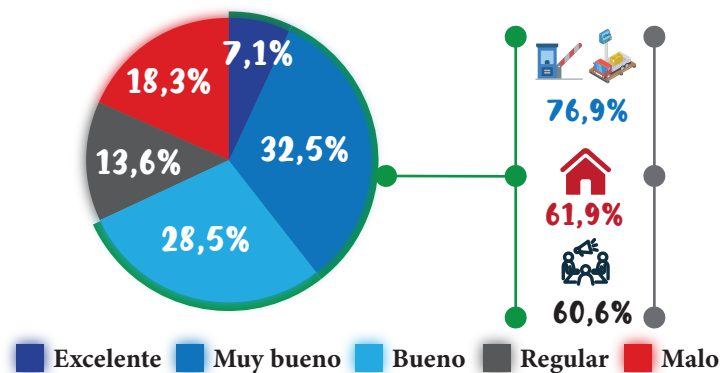
* Calificación promedio dada por los usuarios, teniendo en cuenta la apreciación cuantitativa de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es excelente (Dirigirse a la metodología al apartado 4.3)

Cartograma 22 Calificación del desempeño ambiental de Covioriente, por unidad funcional y departamento de residencia



Posteriormente, se preguntó a los usuarios *¿Cómo califica el desempeño financiero de Covioriente?*, evidenciando que para el 68,1% del total de entrevistados el desempeño financiero es excelente (7,1%), muy bueno (32,5%) y bueno (28,5%), especialmente para los usuarios viales (76,9%) entrevistados en la Báscula de Aguazul (88,7%) y los residentes de los predios (61,9%) (Gráfica 8, Cartograma 23).

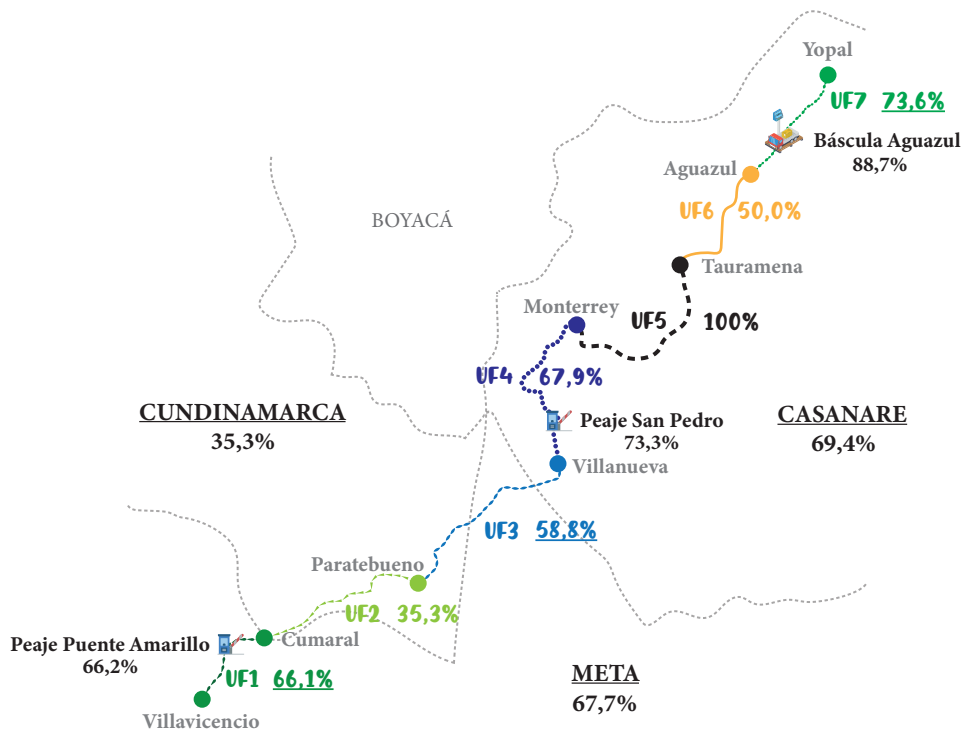
Gráfica 8 Calificación del desempeño financiero de Covioriente, por tipo de usuario



²⁵ Cartograma 22 y Gráfica 8 realizadas con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

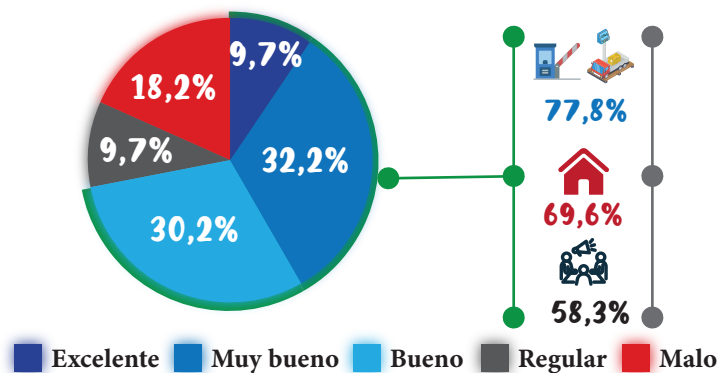
* Calificación promedio dada por los usuarios, teniendo en cuenta la apreciación cuantitativa de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es excelente (Dirigirse a la metodología al apartado 4.3)

Cartograma 23 Calificación del desempeño financiero de Covioriente, por unidad funcional y departamento de residencia



Posteriormente, se preguntó a los usuarios *¿Cómo califica el desempeño operativo de Covioriente?*, evidenciando que para el 72,1% del total de entrevistados el desempeño operativo es excelente (9,7%), muy bueno (32,2%) y bueno (30,2%), especialmente para los usuarios viales (77,8%) entrevistados en la Bóscula de Aguazul (92,5%) y los residentes aledaños al corredor vial (69,6%) (Gráfica 9, Cartograma 24).

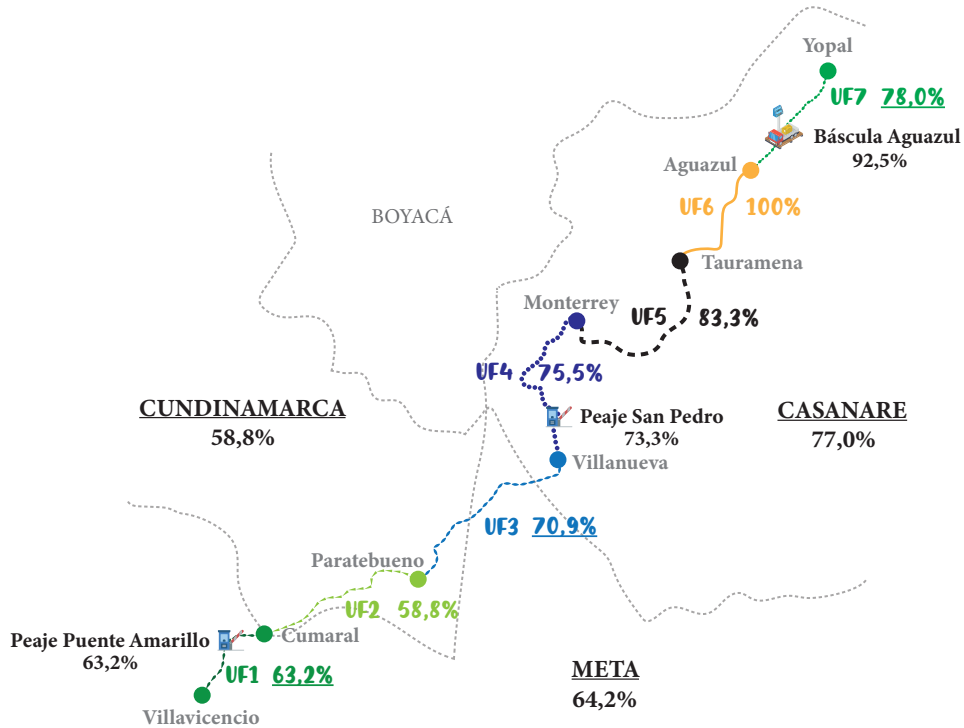
Gráfica 9 Calificación del desempeño operativo de Covioriente, por tipo de usuario



²⁶ Cartograma 23 y Gráfica 9 realizadas con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

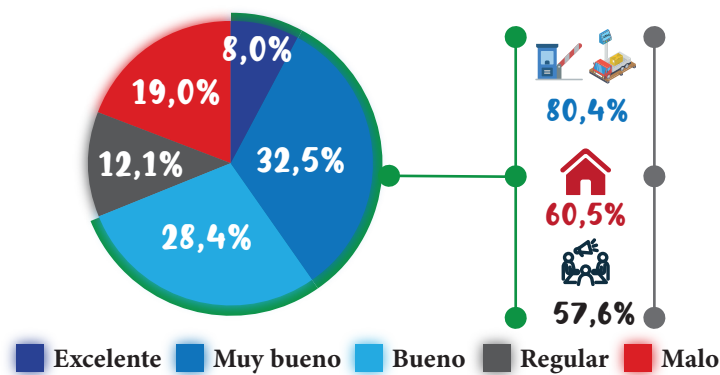
* Calificación promedio dada por los usuarios, teniendo en cuenta la apreciación cuantitativa de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es excelente (Dirigirse a la metodología al apartado 4.3)

Cartograma 24 Calificación del desempeño operativo de Covioriente, por unidad funcional y departamento de residencia



Posteriormente, se preguntó a los usuarios *¿Cómo califica el desempeño empresarial de Covioriente?*, evidenciando que para el 68,9% del total de entrevistados el desempeño empresarial es excelente (8,0%), muy bueno (32,5%) y bueno (28,4%), especialmente para los usuarios viales (80,4%) entrevistados en el peaje San Pedro (85,7%) y los residentes en los predios a lo largo del corredor vial (60,5%) (Gráfica 10, Cartograma 25).

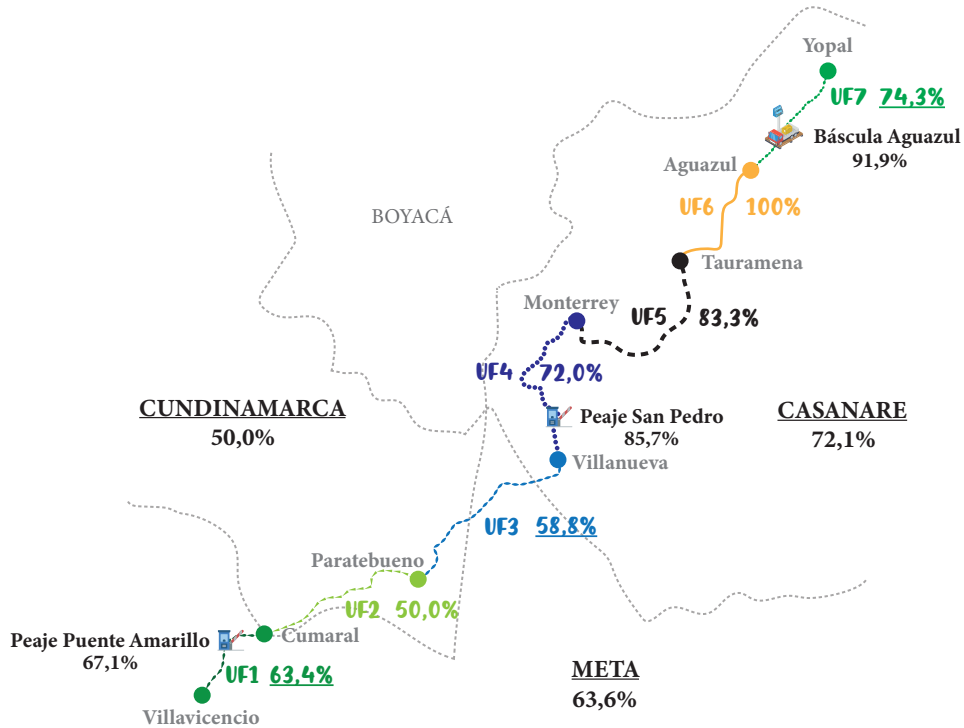
Gráfica 10 Calificación del desempeño empresarial de Covioriente, por tipo de usuario



²⁷. Cartograma 24 y Gráfica 10 realizadas con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

* Calificación promedio dada por los usuarios, teniendo en cuenta la apreciación cuantitativa de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es excelente (Dirigirse a la metodología al apartado 4.3)

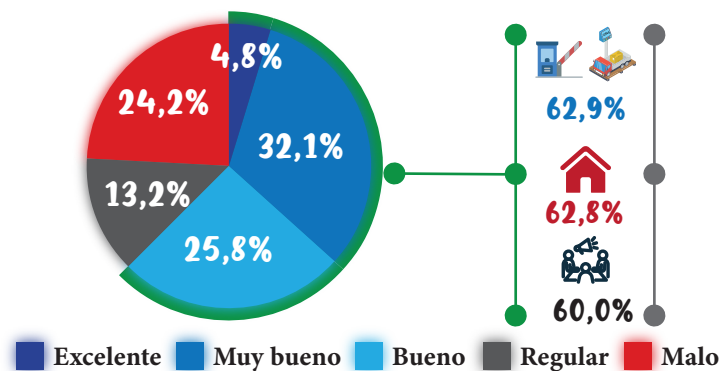
Cartograma 25 Calificación del desempeño empresarial de Covioriente, por unidad funcional y departamento de residencia



Finalmente, se pidió a los usuarios que calificaran en una escala de 1 a 10, teniendo en cuenta que 1 es muy malo y 10 es excelente, la accesibilidad, pertinencia y contenido de la información y el diseño de las piezas comunicativas de la Concesionaria Vial del “Covioriente”.

En cuanto a la pregunta *¿Cómo califica la accesibilidad a la información sobre el proyecto?*, evidenciando que para el 62,6% del total de entrevistados la accesibilidad a la información es excelente (4,8%), muy bueno (32,1%) y bueno (25,8%), especialmente para los usuarios viales (62,9%) entrevistados en el peaje San Pedro (84,2%) y los residentes de los predios (62,8%) (Gráfica 11, Cartograma 26).

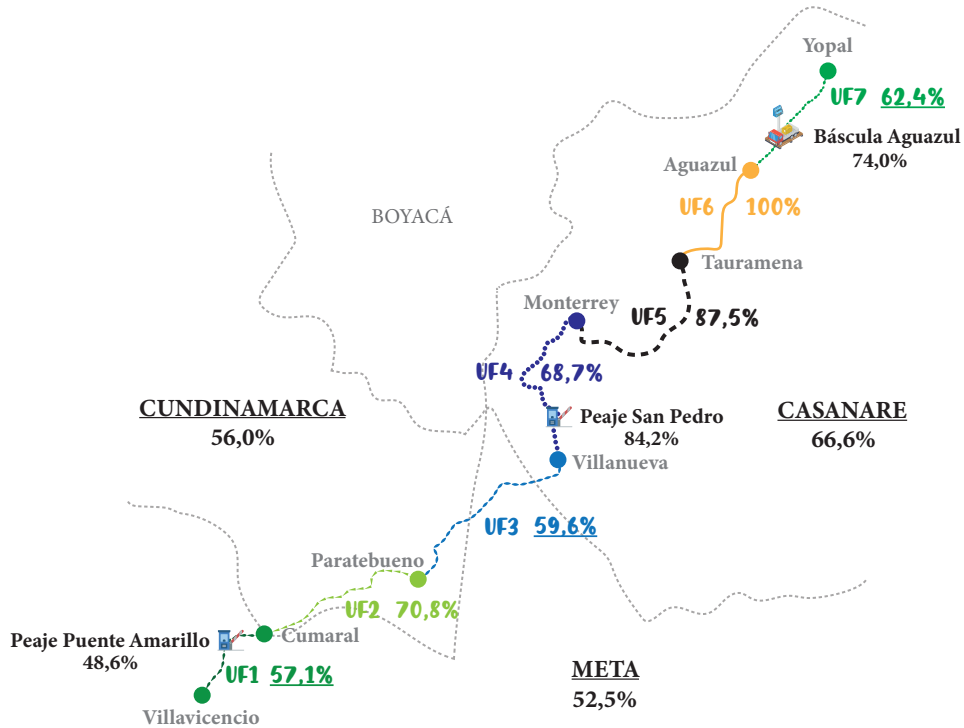
Gráfica 11 Calificación de la accesibilidad a la información sobre el proyecto, por tipo de usuario



28. Cartograma 25 y Gráfica 11 realizadas con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

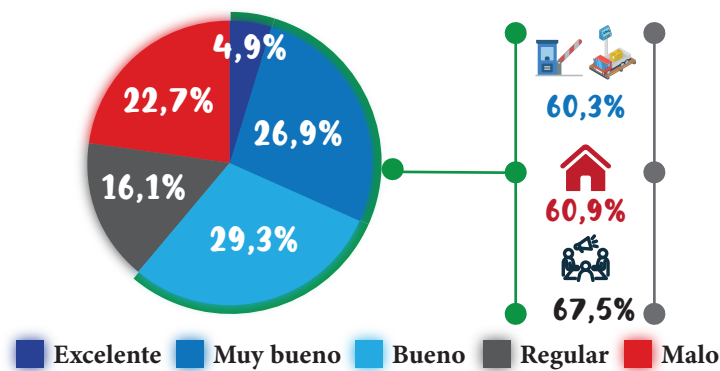
* Calificación promedio dada por los usuarios, teniendo en cuenta la apreciación cuantitativa de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es excelente (Dirigirse a la metodología al apartado 4.3)

Cartograma 26 Calificación de la accesibilidad a la información sobre el proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia



Respecto a la pregunta *¿Cómo califica la pertinencia y contenido de la información sobre el proyecto?*, evidenciando que para el 61,2% del total de entrevistados la pertinencia y contenido de la información es excelente (4,9%), muy bueno (26,9%) y bueno (29,3%), especialmente para los asistentes a reuniones (67,5%) entrevistados en la Báscula Aguazul (72,1%) y los residentes de los predios (60,9%) (Gráfica 12, Cartograma 27).

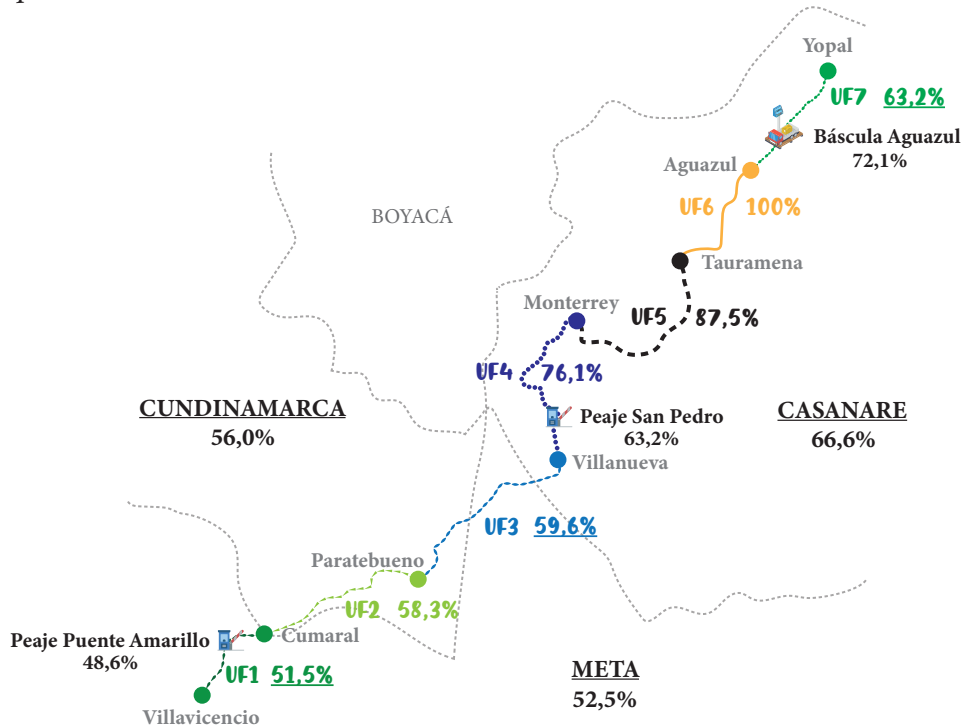
Gráfica 12 Calificación de la pertinencia y contenido de la información sobre el proyecto, por tipo de usuario



²⁹. Cartograma 26 y Gráfica 12 realizadas con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

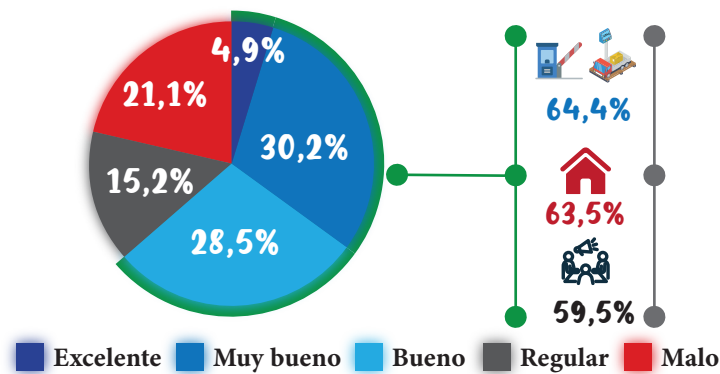
* Calificación promedio dada por los usuarios, teniendo en cuenta la apreciación cuantitativa de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es excelente (Dirigirse a la metodología al apartado 4.3)

Cartograma 27 Calificación de la pertinencia y contenido de la información sobre el proyecto, por unidad funcional y departamento de residencia



Finalmente, en relación a la pregunta *¿Cómo califica el diseño de las piezas comunicativas?*, se encontró que para el 63,6% del total de entrevistados el diseño de las piezas comunicativas es excelente (4,9%), muy bueno (30,2%) y bueno (28,5%), especialmente para los usuarios viales (64,4%) entrevistados en la Bóscula Aguazul (78,8%) y los residentes de los predios (63,5%) (Gráfica 13, Cartograma 28).

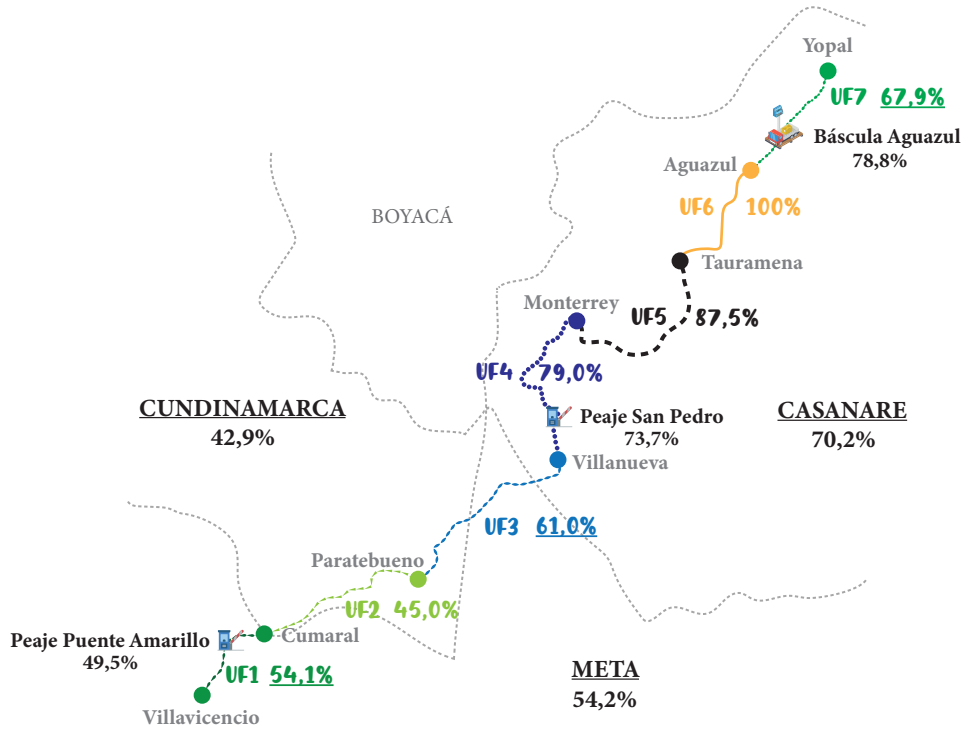
Gráfica 13 Calificación del diseño de las piezas comunicativas, por tipo de usuario



³⁰. Cartograma 27 y Gráfica 13 realizadas con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

* Calificación promedio dada por los usuarios, teniendo en cuenta la apreciación cuantitativa de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es excelente (Dirigirse a la metodología al apartado 4.3)

Cartograma 28 Calificación del diseño de las piezas comunicativas, por unidad funcional y departamento de residencia



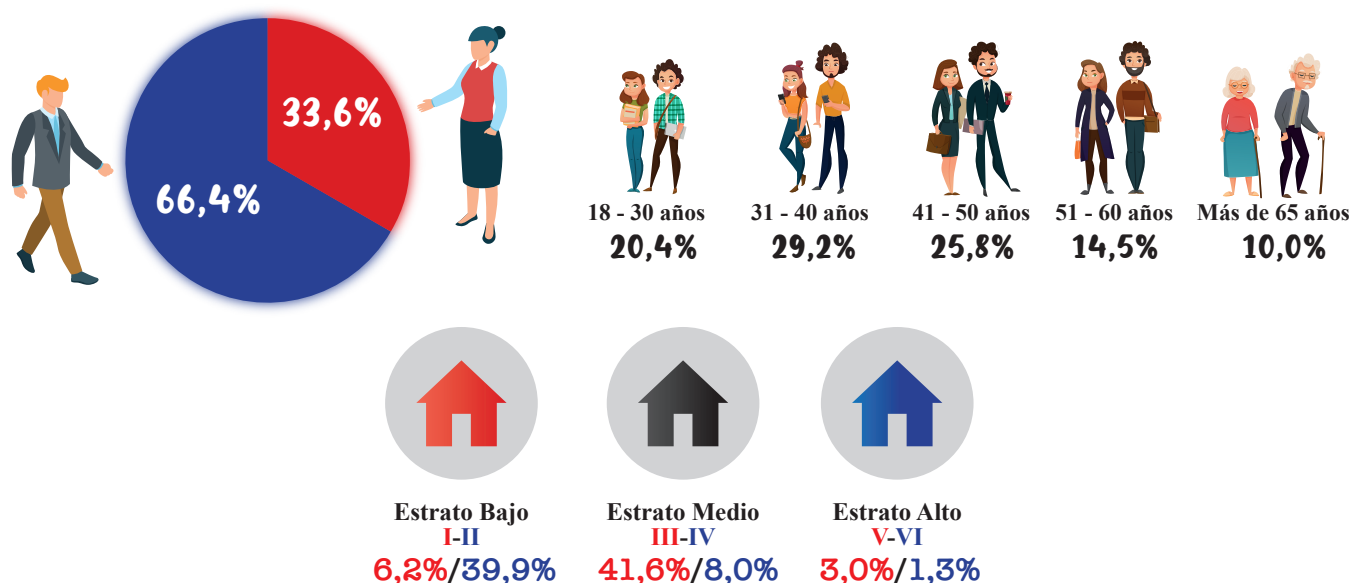
³¹. Cartograma 28 realizado con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

* Calificación promedio dada por los usuarios, teniendo en cuenta la apreciación cuantitativa de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es excelente (Dirigirse a la metodología al apartado 4.3)

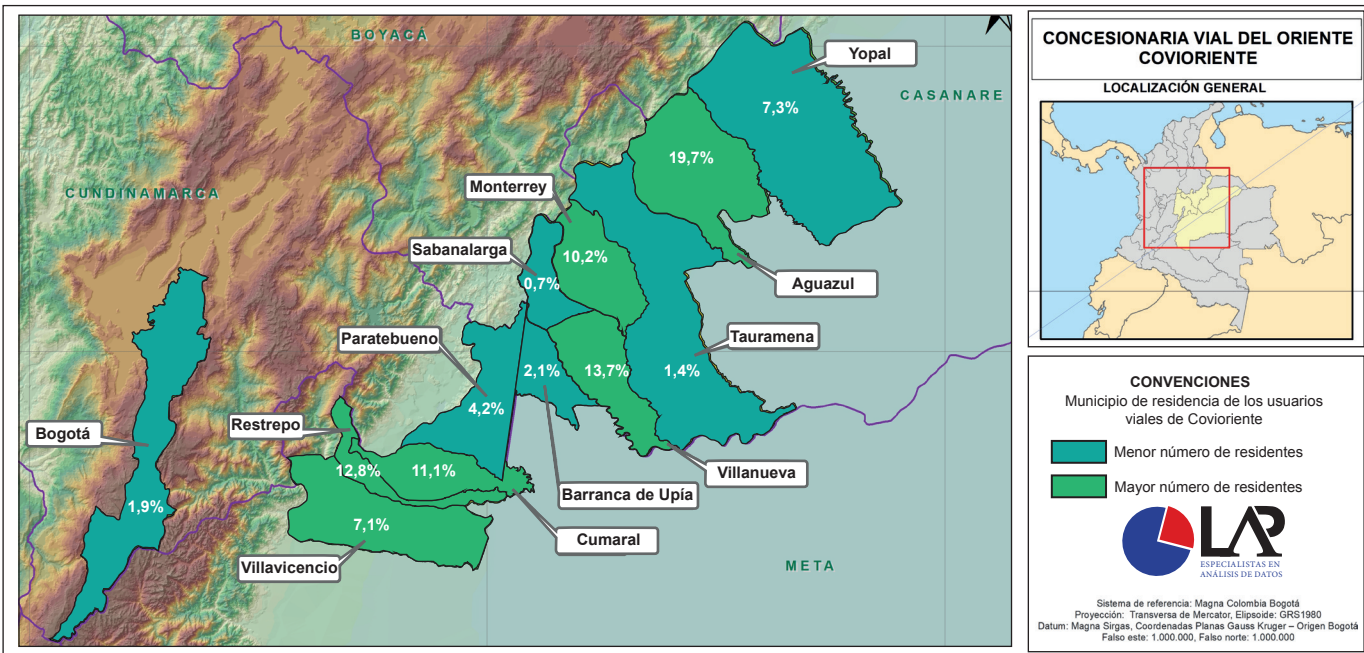
6. Control muestral

Se entrevistó un total de 578 usuarios impactados por el proyecto vial, de los cuales el 66,4% fueron hombres y el 33,6% fueron mujeres; entre los 18 y 50 años de edad (75,4%) de estratos 2 (39,9%) y 3 (41,6%) principalmente (Infografía 1), residentes de los municipios del pareto extendido (91,3%), en su mayoría aledaños al corredor vial Villavicencio - Yopal tales como: Aguazul (19,7%), Villanueva (13,7%), Restrepo (12,8%), Cumaral (11,1%), Monterrey (10,2%), Yopal (7,3%), Villavicencio (7,1%), Paratebueno (4,2%), Barranca de Upía (2,1%), Bogotá (3,2%) y Tauramena (1,4%) (Mapa 1). El restante 8,7% corresponden a municipios como Sogamoso, Aguacalara, Raizal, Acacias, Maní, Sabanalarga, Arauca, Carabina, entre otros (Anexo Cd).

Infografía 1 Perfil sociodemográfico



Mapa 1 Municipio de residencia



32. Infografía 1 y Mapa 1 realizadas con base en la información suministrada por los usuarios encuestados por LAP.

7. Conclusiones

Al finalizar el estudio desarrollado por la firma encuestadora independiente **LAP Especialistas en Análisis de Datos**, que obtuvo información acerca del impacto de la estrategia de comunicaciones implementada por la **Concesionaria Vial del Oriente “Covioriente”**, los usuarios de la vía, vecinos de la vía y asistentes a reuniones en el área de influencia del proyecto corredor vial Villavicencio - Yopal, se enuncian a continuación los principales resultados; en este mismo sentido se concluye:

◦ Las audiencias que más han escuchado sobre el proyecto corredor vial Villavicencio - Yopal son las asistentes a reuniones (90,0%) y los residentes de los predios (90,4%) entrevistados en el peaje San Pedro (90,5%), Puente Amarillo (83,5%) y Báscula Aguazul (87,6%). En relación a las audiencias que más han escuchado sobre la Concesionaria, se encontró que son los asistentes a reuniones (97,5%) y los usuarios viales (90,6%) en su mayoría encuestados en la Báscula Aguazul (96,2%).

◦ Así mismo, por unidades funcionales se evidenció que los usuarios residentes en la **UF2 y 6** son quienes han escuchado en mayor proporción sobre del proyecto vial (100% respectivamente); mientras que los residentes de la **UF5 y 6** son quienes más han escuchado sobre la Concesionaria (100% respectivamente).

◦ La mayoría de los usuarios encuestados han recibido información sobre los peajes (41,2%), el estado de la vía (39,5%), las nuevas obras (31,4%) y los servicios gratuitos en la vía (25,2%); cuyo medio de comunicación por el cual se han informado es principalmente por el voz a voz de amigos y familiares (51,4%), seguido por las redes sociales (41,2%), la radio (21,6%) y la televisión (11,8%).

◦ Por otro lado, se evidenció que los canales y herramientas de comunicación de la Concesionaria que más conocen los usuarios del corredor vial son las vallas informativas (46,3%), la página de Facebook (36,3%), las oficinas de la Concesionaria (25,8%), las reuniones informativas (12,7%) y los plegables (11,5%). Así mismo, el principal medio que utilizan los usuarios viales para mantenerse informados son las redes sociales (66,7%) especialmente la red social Facebook (59,5%); las emisoras radio (21,0%), esencialmente las emisoras Blu Radio (15,4%) y Olímpica (7,7%) y el canal de televisión Caracol (60,9%).

◦ Respecto a la calificación de las obras desarrolladas en el proyecto Corredor vial Villavicencio - Yopal, a nivel general fueron calificadas como excelentes, muy buenas y buenas (86,7%) por el total de encuestados, principalmente por los residentes de los predios (87,8%) cuya calificación promedio es de 5,9 y para los residentes de la **UF5 y 6** (100% respectivamente) cuya calificación promedio es de 7,4 y 6,4; quienes justifican sus buenas calificaciones por el *“avance de la obra, la agilidad en la movilidad, los beneficios a futuro y la amplitud del corredor vial”*.

◦ En relación a los beneficios que aportan las obras, la mayoría considera que los principales beneficio son: el mejoramiento de la movilidad (37,0%), seguido de la activación turística (36,9%), las vías en buen estado (34,1%), la generación de empleo (27,3%) y la seguridad vial (26,8%).

◦ Finalmente, respecto al desempeño de la Concesionaria en el aspecto social, ambiental, financiero, operativo y empresarial, se evidenció que los aspectos mejor calificados en términos de la favorabilidad y confianza que tienen los usuarios de **“Covioriente”** son: el desempeño empresarial (68,9%) y financiero (68,1%); y en cuanto a la información sobre el proyecto, el aspecto mejor calificado fue el diseño de las piezas comunicativas (63,6%).

8. Sugerencias

- Continuar con las reuniones informativas con la comunidad, en el entendido que son estos usuarios quienes tienen mayor conocimiento en los diferentes aspectos del proyecto corredor vial.
- Se sugiere continuar emitiendo información por la red social Facebook y WhatsApp, teniendo en cuenta que para un alto porcentaje de personas entrevistadas es un medio de gran importancia, a través del cual pueden obtener información de la Concesionaria.
- Aumentar el flujo de información en aspectos como la gestión ambiental, adquisición predial y social, pues son los menos mencionados por los usuarios.
- Continuar pautando en la Emisora Blu Radio, dado que, en esta medición fue la más nombrada por los entrevistados, tanto para recibir información de la Concesionaria como para informarse frecuentemente.
- Se sugiere especialmente continuar publicitando las oficinas móviles del corredor vial, en especial la de la UF7 y generar información en los peajes, particularmente en el Peaje Veracruz.
- Generar nuevas estrategias de promoción para el portafolio de servicios, programa de televisión “El Viario”, la publicación escrita “El Viario”, canal de Youtube y las cápsulas informativas radiales; dado que estos canales tienen bajo nivel de audiencia.
- Pautar en las emisoras Blu Radio, Olímpica, La Voz de Yopal y Ondas del Upía para que los mensajes que lleguen a las unidades funcionales 6 y 5.
- Por último, se sugiere tener en cuenta que los servicios gratuitos (especialmente para la comunidad de la UF 1 y 2) y las actividades de capacitación en especial en las comunidades de las unidades funcionales 5 y 6) son aspectos muy importantes a incluir en los beneficios que el proyecto trae a la comunidad.

9. Ficha técnica

Población objetivo	Hombres y mujeres que transita y/o residen en el corredor vial Villavicencio-Yopal
Cubrimiento geográfico	Municipios ubicados a lo largo del corredor vial Villavicencio - Yopal
Técnica	Entrevista cara a cara para conductores que transitan por el corredor vial y para vecinos de los predios. Entrevista telefónica para los asistentes a reuniones realizadas por la Concesionaria
Total de la muestra	578 personas encuestadas, de las cuales 303 son vecinos del corredor vial, ubicados principalmente en los municipios de Restrepo, Cumaral, Paratebuena, Villanueva, Monterrey, Tauramena, Aguazul y Yopal; 235 usuarios viales encuestados en el Peaje Puente Amarillo, San Pedro y la Báscula Aguazul y 40 asistentes a reuniones entrevistados vía telefónica.
Momento estadístico	Entre el 25 de mayo y 13 de junio de 2023
Diseño muestral	Muestreo aleatorio simple
Margen de error esperado	error estándar de 3,95%
Nivel de confianza	95%
Tema al que se refiere	Impacto de la estrategia de comunicaciones implementada por la Concesionaria Vial del Oriente “Covioriente”.

10. Anexos

10.1. Anexo I. Encuesta de comunicaciones



Código: EC-ESCOM Versión: 02 Fecha: 01/01/2023 Vigencia: 31/12/2023
Encuesta de comunicaciones Covioriente



Lugar de aplicación: Peaje Categoría vehicular: I II III IV V VI VII Moto
Corredor vial (predios) Reuniones (llamada telefónica)

RECEPCIÓN DE INFORMACIÓN, CANALES Y MEDIOS

1. ¿Usted ha escuchado hablar de la concesionaria Vial del Oriente COVIORIENTE? (Encuestador: de ser necesario explicar que COVIORIENTE ejecuta el proyecto corredor vial Villavicencio - Yopal)
a. Sí b. No

2. ¿Usted ha escuchado hablar del proyecto vial Villavicencio - Yopal? (Encuestador: si la opción es No continuar con la pregunta 5)
a. Sí b. No

3. ¿Ha tenido información sobre algunos de los siguientes aspectos del proyecto vial?
a. Nuevas obras
b. Servicios gratuitos en la vía (carro taller, ambulancia, grúa, etc)
c. Generación de empleo Atención al usuario
e. Gestión ambiental f. Gestión social
g. Adquisición predial h. Beneficios del proyecto
i. Peajes j. Estado de la vía k. Otro, ¿Cuál? _____

4. ¿Por qué medios ha recibido información del proyecto vial? (Encuestador: especificar que es el proyecto corredor vial Villavicencio - yopal, gesticulación facial)
a. Radio Emisora _____
b. Televisión Canal de tv _____
c. Página web Cuál _____
d. Redes sociales Cual _____
e. Oficina de atención al usuario: Fija Móvil
f. Peajes: Puente Amarillo Veracruz San Pedro

5. ¿Conoce algunos de los canales y/o herramientas de comunicación del proyecto corredor vial Villavicencio - Yopal? (Selección múltiple)
a. Portafolio de servicios
b. Publicación escrita (El Viario) c. Plegables
d. Programa radial (El Viario) e. Página web
f. Publi-reportajes (Llano 7 días- Semana, Nuevo Oriente, Periódico del Meta y Hola Casanare) g. Canal en YouTube
h. Cápsulas informativas radiales de la vía
i. Cuenta en Twitter j. Reuniones informativas
k. Programa de TV "El Viario" l. Vallas informativas
m. Video Corporativo de Covioriente
n. Otro, ¿Cuál? _____

6. ¿Qué medios utiliza para mantenerse informado? (Encuestador: especificar que es estar informado sobre temas de su interés personal)
a. Radio Emisora _____
b. Televisión Canal de tv _____
c. Página web Cuál _____
d. Redes sociales Cual _____
e. Otro, ¿Cuál? _____

PARTICIPACIÓN, DESARROLLO COMUNITARIO, IMAGEN Y EVALUACIÓN FINAL

7. De 1 a 5 teniendo en cuenta de 1 es pésimo y 5 es excelente, ¿Cómo califica usted los canales de comunicación que tiene el proyecto corredor vial Villavicencio - Yopal en los siguientes aspectos?
a. Accesibilidad a la información: _____
b. Pertinencia de la información: _____
c. Contenido de la información: _____
d. Diseño de las piezas comunicativas: _____
e. Periodicidad de la información: _____

8. De 1 a 5 teniendo en cuenta de 1 es pésimo y 5 es excelente, ¿Qué opinión de favorabilidad y confianza le genera la Concesionaria Vial del Oriente respecto a los siguientes aspectos?
a. Desempeño social: _____
b. Desempeño ambiental: _____
c. Desempeño financiero: _____
d. Desempeño operativo: _____
e. Ética empresarial: _____

9. De 1 a 5 teniendo en cuenta de 1 es pésimo y 5 es excelente, ¿Cómo califica las obras realizadas en el proyecto corredor vial Villavicencio - Yopal?
a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5
¿Por qué ésta respuesta? _____

10. ¿Qué beneficios cree que aporta el proyecto corredor vial Villavicencio - Yopal?
a. Generación de empleo
b. Seguridad vial
c. Vías en buen estado
d. Capacitación a la comunidad
e. Servicios gratuitos en la vía (Grúa, carro taller, ambulancia e inspección vial)
f. Otro, ¿Cuál? _____

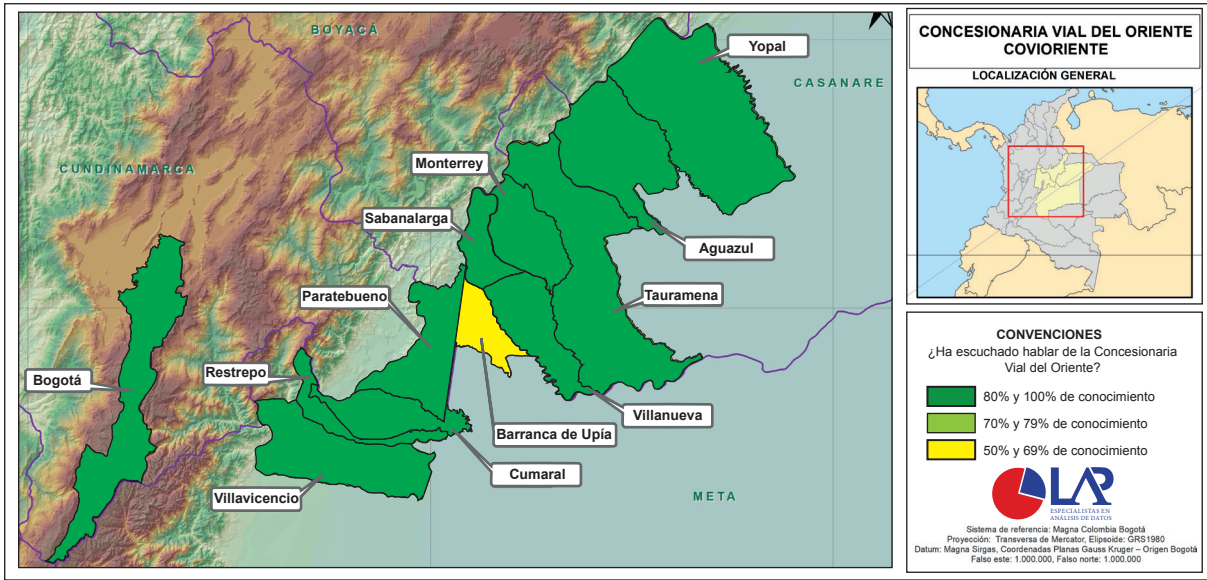
CONTROL MUESTRAL

Género: Femenino Masculino Edad: Entre 18 y 30 años Entre 31 y 40 años Entre 41 y 50 años Entre 51 y 60 años Más de 60 años Estrato: 1 2 3 4 5 6 Municipio de residencia: _____

10.2. Anexo II. Cartografía conocimiento del proyecto vial, por municipio de residencia

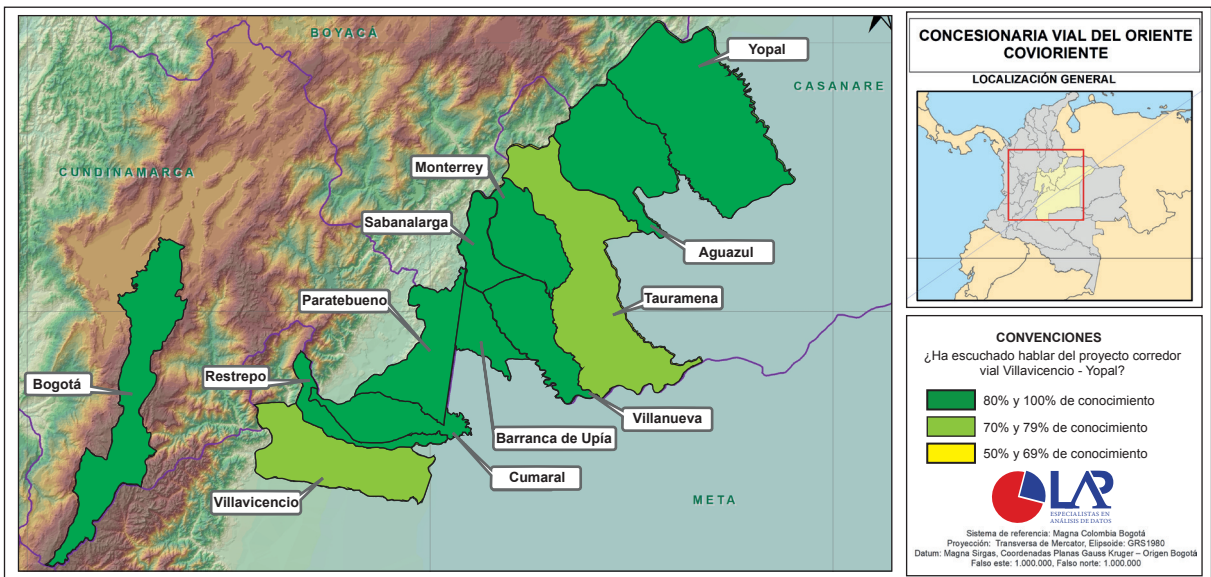
Pregunta 1. ¿Ha escuchado hablar de la Concesionaria vial del Oriente “Covioriente”?; del total de usuarios entrevistados en cada uno de los municipios de influencia del proyecto vial, se evidenció que quienes más han escuchado hablar de la Concesionaria residen a lo largo del corredor vial Villavicencio - Yopal (Mapa 2).

Mapa 2 Usuarios que han escuchado hablar de la Concesionaria Vial del Oriente “Covioriente”, por municipio de residencia



Pregunta 2. ¿Ha escuchado hablar del proyecto Corredor Vial Villavicencio - Yopal?; del total de usuarios entrevistados en cada uno de los municipios de influencia del proyecto vial, se evidenció que quienes más han escuchado hablar del proyecto corredor vial Villavicencio - Yopal residen en los municipios de Villavicencio, Restrepo, Cumaral, Paratebueno y Aguazul (Mapa 3).

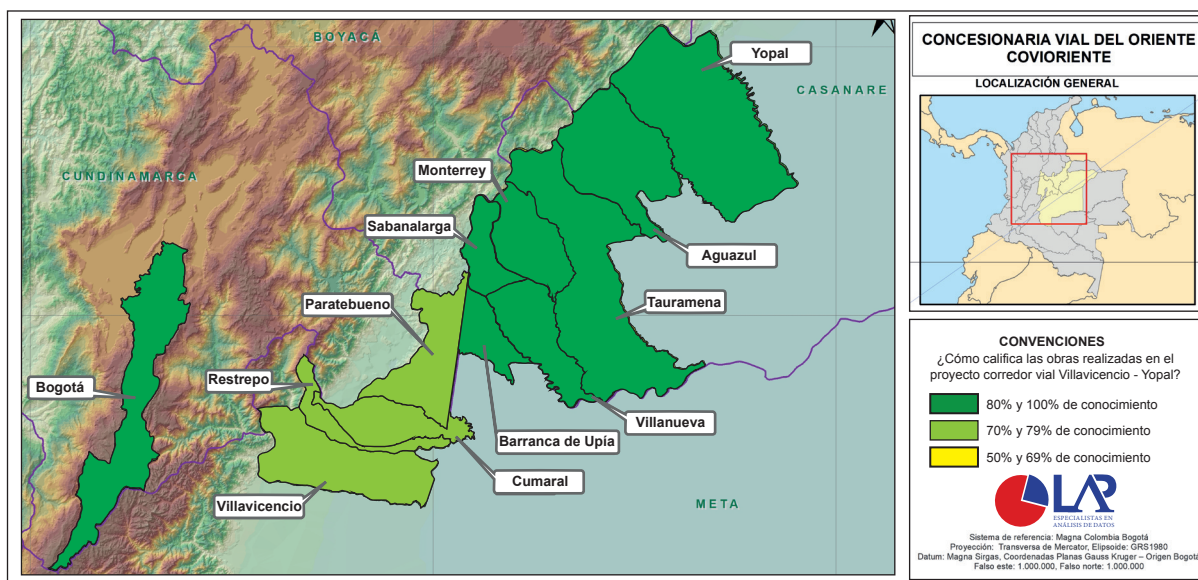
Mapa 3 Usuarios que han escuchado hablar del proyecto Corredor Vial Villavicencio - Yopal, por municipio de residencia



33. Mapa 2 y 3 realizado con base en las encuestas aplicadas por LAP.

Pregunta 10. ¿Cómo califica las obras realizadas en el proyecto corredor vial Villavicencio - Yopal?; del total de usuarios entrevistados en cada uno de los municipios de influencia del proyecto vial, se evidenció que los usuarios que mejor califican las obras residen Bogotá, Tauramena, Yopal y Villavicencio (Mapa 4).

Mapa 4 Calificación de excelente, muy bueno y bueno de las obras realizadas en el proyecto corredor vial, por municipio de residencia

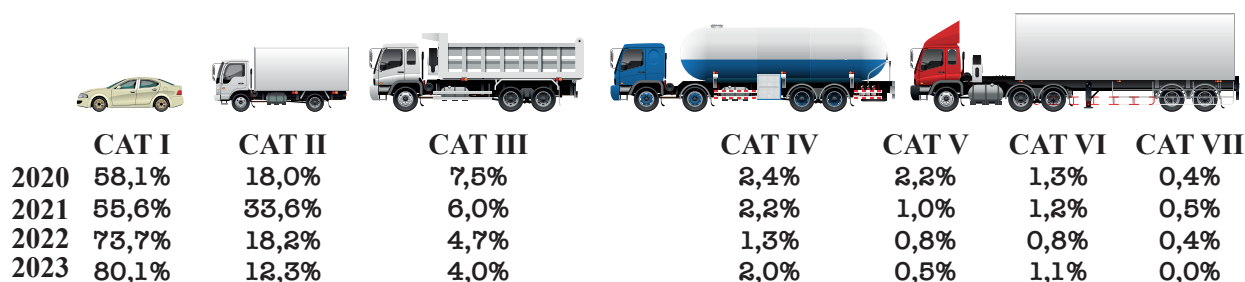


10.3. Anexo III. Análisis comparativo mediciones 2020, 2021, 2022 y 2023

10.3.1. Preguntas de uso, frecuencia, conocimiento y evaluación de la Concesionaria y el proyecto

Respecto a los indicadores generales, de acuerdo con las preguntas realizadas a los usuarios, se tiene en primera instancia que se aplicaron 578 encuestas en los cuatro puntos referenciados en la metodología; (frente a 600 entrevistas realizadas el año anterior) de los cuales el 92,4% corresponden a vehículos tipo I y II (el año anterior este porcentaje fue de 91,9%) (Figura 27).

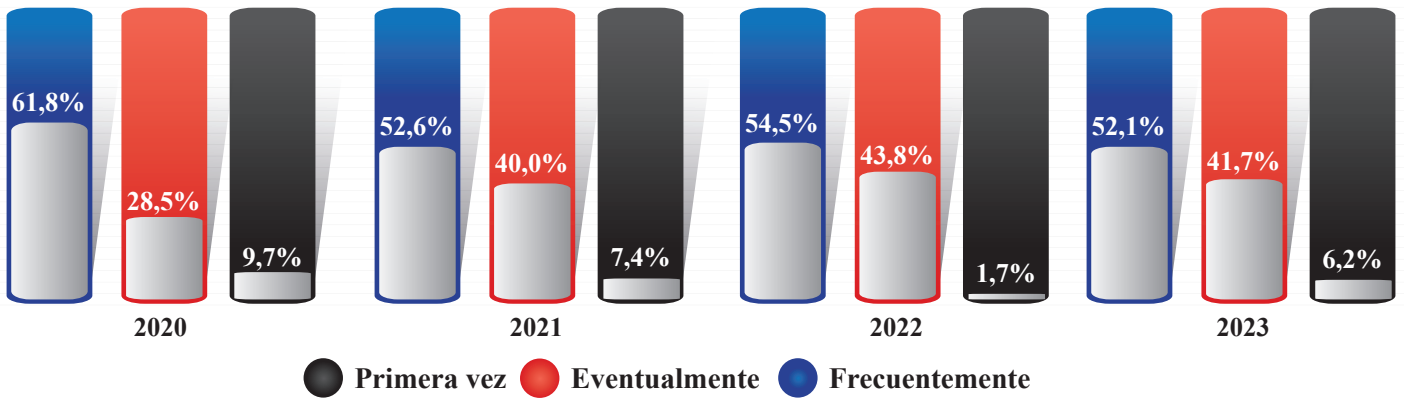
Figura 27 Categoría vehicular, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023



De otro lado, respecto a la pregunta “¿Con qué frecuencia usted ha transitado el corredor vial Villavicencio - Yopal?”, obtuvo como resultado que el 52,1% de usuarios entrevistados transitan frecuentemente, disminuyendo 2,4 puntos porcentuales frente al 54,5% de 2022 y el 41,7% eventualmente, disminuyendo 2,1 puntos porcentuales frente al 43,8% de 2022) por las rutas de la vía Villavicencio-Yopal (Gráfica 15).

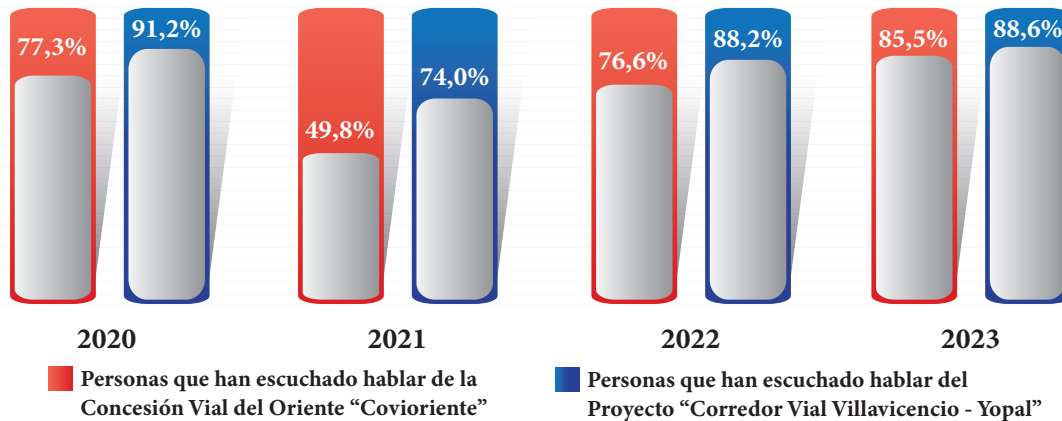
³⁴. Mapa 4, Figura 27 realizadas con base en las encuestas aplicadas por LAP.

Gráfica 14. Frecuencia general de tránsito por el corredor vial, comparativo 2020, 2021 y 2022



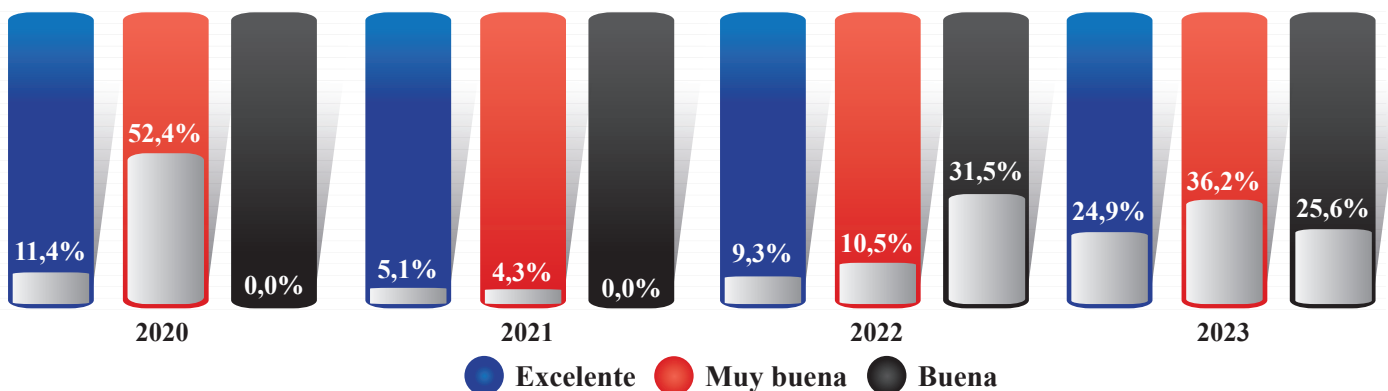
En relación a la pregunta *¿ha escuchado hablar de la Concesionaria Vial del Oriente?*, se evidenció un aumento estadísticamente significativo de 8,9% de usuarios que han escuchado de la Concesionaria, pasando de 76,6% en 2022 a 85,5% en la presente medición; así mismo, se presentó en la pregunta *¿ha escuchado hablar del proyecto corredor Vial Villavicencio - Yopal?*, aumentando 0,4% pasando de 88,2% en 2022 a 88,6% en 2023 (Gráfica 15).

Gráfica 15. Usuarios que han escuchado hablar de la Concesionaria y del proyecto vial, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023



A la pregunta *¿Cómo califica las obras realizadas en el proyecto correo vial Villavicencio - Yopal?*, se encontró que para la presente medición disminuyó 0,8 puntos porcentuales las calificaciones de excelente, muy bueno y bueno para las obras realizadas, en comparación a la medición de 2021 en la que el 52,1% manifestó calificaciones positivas de las obras en el corredor via (Gráfica 16).

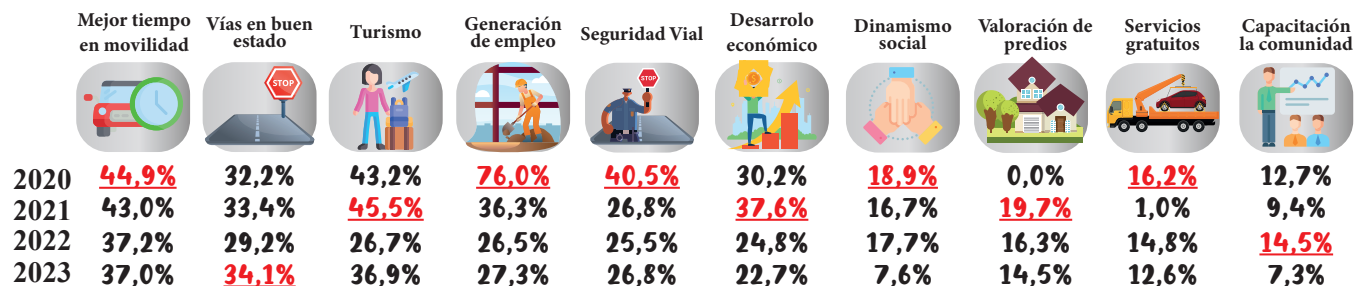
Gráfica 16. Calificación de excelente, muy buena y buena de las obras, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023



³⁵ Gráfica 14, 15 y 16 realizados con base en las encuestas aplicadas por LAP.

Por último en este segmento, se preguntó sobre los beneficios que los usuarios creen que aporta el proyecto “Corredor vial Villavicencio – Yopal” a la comunidad, a lo que en 2022 los beneficios más nombrados fueron el mejoramiento en tiempo en la movilidad para el 37,2%, seguido por las vías en buen estado para el 29,2%, del turismo con el 26,7% y la generación de empleo con el 26,5%; mientras que en la presente investigación el principal beneficio fue el mejoramiento en tiempo en la movilidad para el 37,0%, seguido del aumento en la actividad turística (36,9%), las vías en buen estado (34,1%), la generación de empleo (27,3%) y la seguridad vial (26,8%) (Figura 28).

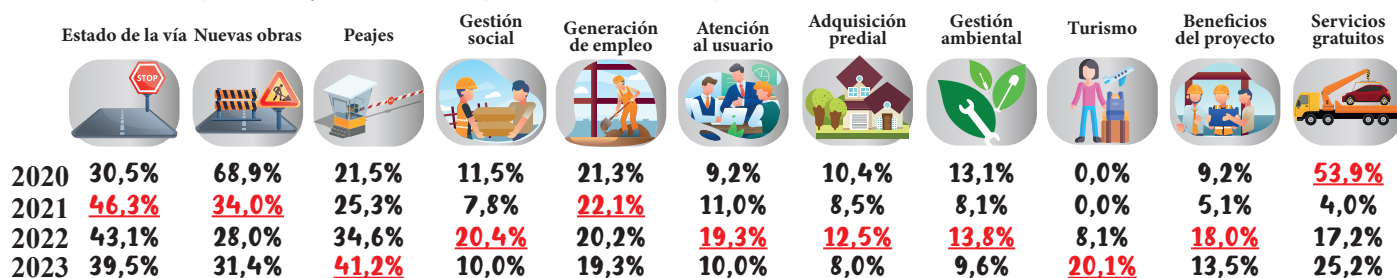
Figura 28. Beneficios que aporta el proyecto corredor vial, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023



10.3.2. Preguntas de recepción de información

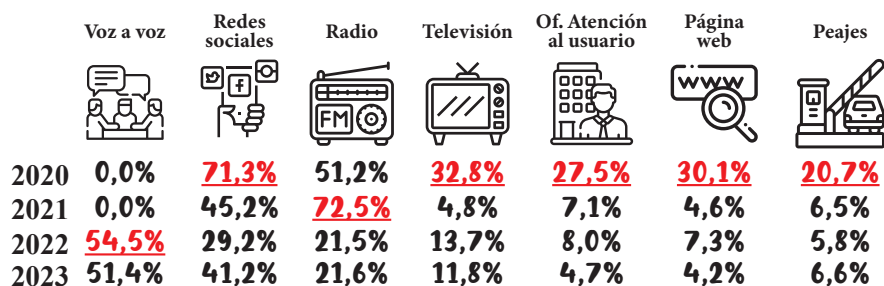
Respecto a la pregunta *¿ha recibido información sobre algunos de los siguientes aspectos del proyecto vial?*, se evidenció que los temas más informados del proyecto vial en 2022 fueron el estado de las vías, las nuevas obras, peajes, generación de empleo y atención al usuario y para el 2023 siguen siendo los principales temas informados (Figura 29).

Figura 29. Aspectos informados del proyecto vial, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023



Como segunda pregunta en este apartado se tiene *¿por qué medios ha recibido información del proyecto vial?*, encontrando que para 2022 los usuarios recibieron más información por fue el voz a voz y las redes sociales, así mismo se presentó en la presente medición siendo los principales medios (Figura 30).

Figura 30. Medios por los cuales los usuarios han recibido información del proyecto vial, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023

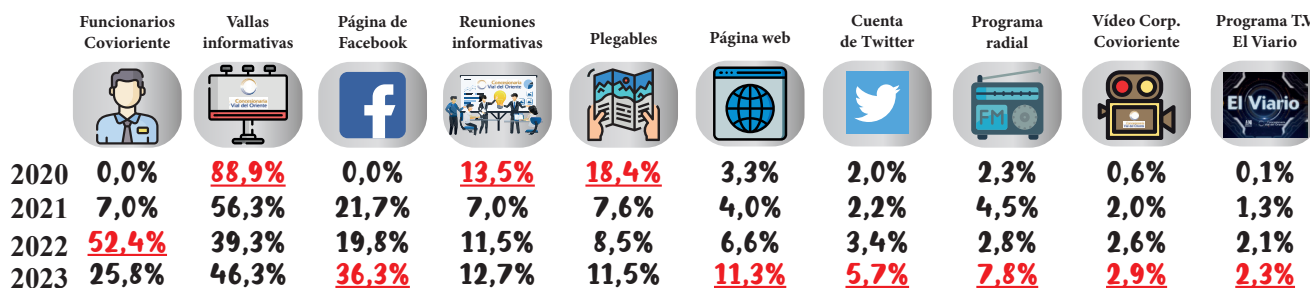


³⁶ Figura 28, 29 y 30 realizadas con base en las encuestas aplicadas por LAP.

10.3.3. Preguntas de canales y medios

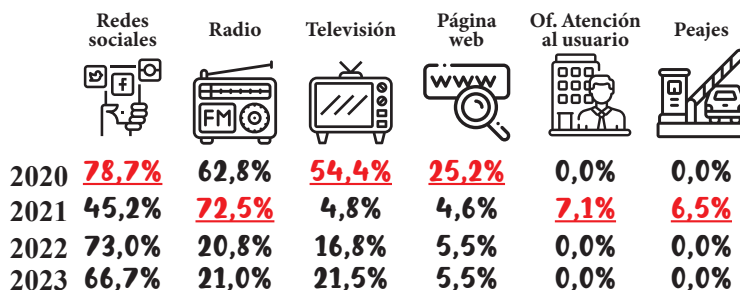
En este subcapítulo se realizaron tres preguntas, la primera pregunta fue *¿Conoce algunos de los canales y herramientas de comunicación del proyecto?*, encontrando que el principal canal reconocido son las vallas informativas, la página de Facebook y la Concesión directamente para la presente medición; mientras que en 2022 fue directamente con la Concesionaria Vial y las vallas informativas (Figura 31).

Figura 31. Aspectos informados del proyecto vial, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023



Como segunda pregunta en este apartado se tiene *¿qué medios utiliza para mantenerse informado?*, encontrando que para 2022 y 2023 los usuarios recibieron más información por redes y en segundo lugar la radio (Figura 32).

Figura 32. Medios por los cuales los usuarios han recibido información del proyecto vial, comparativo 2020, 2021, 2022 y 2023



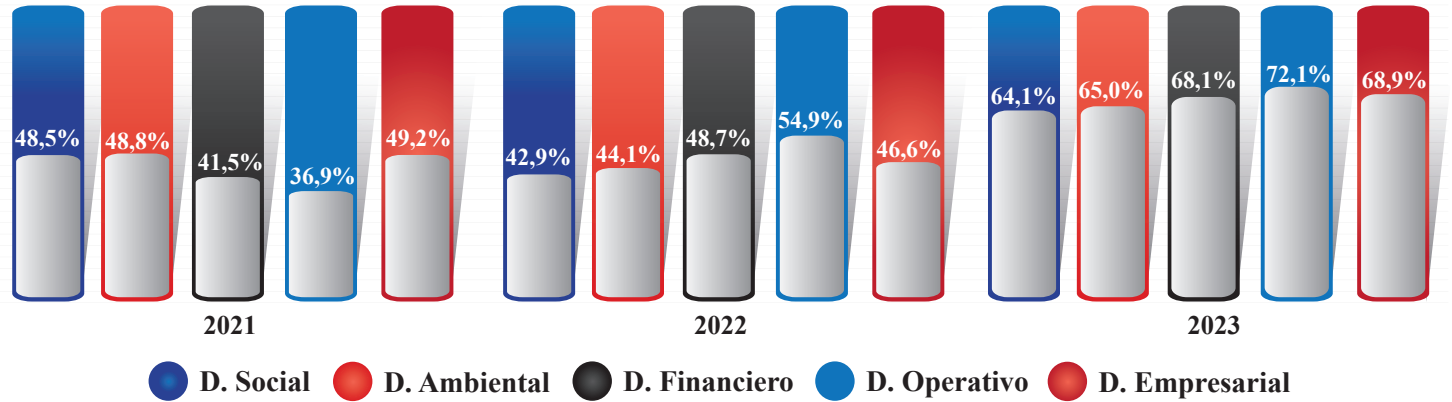
10.3.4. Evaluación final

Las respuestas obtenidas a las preguntas realizadas en el subcapítulo final, permitieron identificar la calificación dada por los usuarios al desempeño social, ambiental, financiero, operativo, empresarial, la accesibilidad, la pertinencia y contenido de la información y el diseño de las piezas comunicativas mediante la calificación de excelente, muy bueno, bueno, regular y malo. Para este apartado comparativo solo tendremos en cuenta las calificaciones positivas durante los tres últimos estudios.

Teniendo en cuenta lo anterior, en cuanto al desempeño social se presentó un aumento de 21,2 puntos porcentuales respecto a la medición de 2022 (42,9%) en comparación con el estudio actual (64,1%); seguido del desempeño ambiental que también aumentó 20,9%, pasando de 44,1% en 2022 a 65,0% en 2023; el desempeño financiero aumentó 19,4 puntos, pasando de 48,7% en 2022 a 68,1% en 2023; el desempeño operativo paso de 54,9% en 2022 a 72,1% en 2023, aumentando significativamente 17,2 puntos porcentuales; y en cuanto al desempeño empresarial aumentó su calificación positiva pasando de 46,6% en 2022 a 68,9% en 2023 (Gráfica 17).

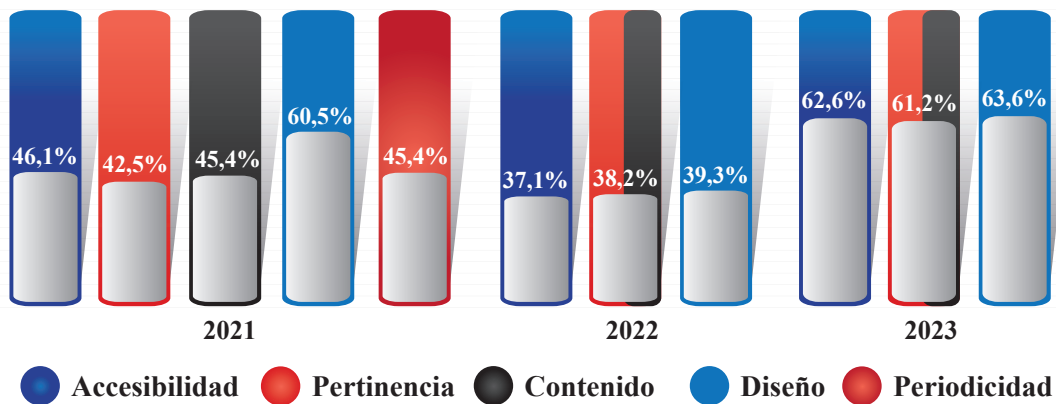
37. Figura 31 y 32 realizadas con base en las encuestas aplicadas por LAP.

Gráfica 17. Calificación de excelente, muy bueno y bueno de la favorabilidad y confianza de la Concesionaria, comparativo 2021, 2022 y 2023



Finalmente, en cuanto a la accesibilidad de la información se presentó un aumento de 25,5 puntos porcentuales respecto a la medición de 2022 (37,1%) en comparación con el estudio actual (62,6%); en relación a la pertinencia y contenido de la información en 2022 se unificaron con un 38,2% aumentando en la presente medición 23% y el diseño de las piezas comunicativas paso de 39,3% en 2022 a 63,6% en 2023 (Gráfica 18).

Gráfica 18. Calificación de excelente, muy bueno y bueno de los canales de comunicación de la Concesionaria, comparativo 2021, 2022 y 2023



³⁸ Gráfica 17 y 18 realizadas con base en las encuestas aplicadas por LAP.

“Los datos son el activo estratégico de las compañías por excelencia”

Christhian Gardiner.



 Calle 40 # 32 - 50 Centro Edificio Comité de Ganaderos, Oficina 1103
Villavicencio - Meta

 (+57) 314 335 77 97 / (8) 663 01 74

 contacto@lapespecialistas.com

 www.lapespecialistas.com