

INFORME EJECUTIVO ANÁLISIS REPUTACIONAL DE EPC 1ER SEMESTRE 2026

1. Resumen Ejecutivo

El presente diagnóstico evalúa la percepción de la reputación institucional a través de tres componentes: la percepción de los usuarios (Satisfacción al Cliente), la evaluación de los puntos de contacto (Efectividad de Canales) y la conversación digital (Social Listening).

Si bien los índices de favorabilidad en las encuestas completadas son sobresalientes (promedios superiores a 4.5/5.0), el análisis revela **dos alertas críticas de gestión**: un rezago masivo en la muestra de canales de comunicación y un vacío absoluto de información en el frente de PQRS.

2. Análisis Cuantitativo

A. Cumplimiento de Metas de Recolección

El despliegue de los instrumentos de medición muestra un comportamiento asimétrico que impacta la representatividad estadística:

Instrumento de Medición	Meta de Encuestas	Logradas	% de Cumplimiento	Estado
Satisfacción al Cliente	349	287	82.23%	En rango aceptable
Efectividad Canales de Comunicación	177	10	5.65%	Alerta Crítica
Total Interacciones Redes Sociales	N/A	38	N/A	Informativo

B. Evaluación de Atributos Reputacionales (Escala 1 a 5)

A pesar de la disparidad en las muestras, los usuarios encuestados otorgan calificaciones altamente positivas a los pilares estratégicos de la entidad:

Encuesta de Satisfacción al Cliente (N = 286 registros en base de datos)

- **Contribución al desarrollo comunitario:** Promedio de **4.54** (61.19% otorgó la calificación máxima de 5).
- **Responsabilidad ambiental e hídrica:** Promedio de **4.53** (60.14% de calificación 5).
- **Transparencia y ética corporativa:** Promedio de **4.52** (58.39% de calificación 5).
- **Cumplimiento de compromisos:** Promedio de **4.50** (57.34% de calificación 5).

Encuesta de Efectividad de Canales de Comunicación (N = 10 registros)

- **Honestidad y transparencia informativa:** Promedio de **4.60** (60% con nota 5, 40% con nota 4).
- **Referente confiable de información regional:** Promedio de **4.60** (60% con nota 5, 40% con nota 4).
- **Escucha y atención de inquietudes:** Promedio de **4.50** (50% con nota 5, 50% con nota 4).

C. Análisis de Sentimiento en Canales Digitales (Social Listening)

Se identificaron 38 interacciones distribuidas equitativamente entre los perfiles institucionales: **Facebook (19)** e **Instagram (19)**. La distribución del sentimiento es la siguiente:

- **Sentimiento Positivo (+):** 27 interacciones (**71.05%**). Predominan felicitaciones por la gestión en territorio y el soporte técnico.
- **Sentimiento Negativo (-):** 7 interacciones (**18.42%**). Focalizado enteramente en la plataforma de Facebook.
- **Sentimiento Neutro (o):** 4 interacciones (**10.53%**). Consultas comerciales u ofertas de servicios de infraestructura.

3. Análisis Cualitativo

A. Fortalezas Reputacionales (Ventaja Competitiva)

Las interacciones positivas y las encuestas evidencian un fuerte arraigo institucional y validación del liderazgo en la región:

- **Validación de Presencia Institucional:** Los despliegues como la "Gira del Gerente" en municipios como Fúquene, Yacopí y las atenciones de emergencias en La Mesa generan picos de interacción positiva y agradecimientos expresos de la comunidad hacia la gerencia y el equipo de trabajo.

- **Identidad Verde:** El atributo mejor consolidado cualitativamente es la percepción de la entidad como un actor responsable y protector del recurso hídrico y del medio ambiente.

B. Debilidades e Insatisfacciones (Focos de Riesgo)

El procesamiento del texto de las sugerencias de clientes y los comentarios negativos en redes sociales arroja tres patrones claros:

1. **Incumplimiento de Cronogramas y Tiempos de Entrega:** Existe una percepción de discontinuidad o "abandono" temporal tras iniciar proyectos. Los usuarios solicitan explícitamente planeación, operatividad presupuestal y respeto por los tiempos pactados en las obras viales o de infraestructura.
2. **Necesidad de Lenguaje Claro:** Se reitera la solicitud de traducir los reportes del personal técnico a un formato comprensible para las comunidades rurales.
3. **Ataques Reputacionales Directos en Redes:** Las interacciones negativas en Facebook recurren al uso de adjetivos de fuerte calibre ("ratas", "bandidos", acusaciones de desvío de recursos) vinculados a eventos específicos de socialización política o giras en territorio.

4. Brechas Críticas y Alertas de Riesgo de Gestión

Zona de Vulnerabilidad 1: Subrepresentación en Canales

El cumplimiento del 5.65% en la encuesta de canales invalida cualquier inferencia estadística sólida sobre cómo se está comunicando la organización. No es posible trazar una estrategia de medios confiable sobre una base de solo 10 respuestas contra una meta de 177.

Zona de Vulnerabilidad 2: Silencio Operativo en PQRSD

El hecho de que el área encargada de PQRSD no haya registrado información constituye el **punto ciego más crítico del análisis**. Las PQRSD son el termómetro directo de las crisis reputacionales latentes (fallas del servicio, facturación, demoras). Sin estos datos, la entidad se encuentra operando a ciegas ante los riesgos legales y de insatisfacción ciudadana.

5. Recomendaciones Estratégicas

1. **Intervención Inmediata al Proceso de PQRSD:** Auditar el flujo de captura de datos del área responsable de PQRSD. Es mandatorio unificar esta base con la matriz de análisis de sentimiento para prevenir crisis en medios locales y redes sociales antes de que escalen.
2. **Rediseño de Captura en Canales:** Integrar la encuesta de canales de comunicación (hoy rezagada) de forma obligatoria o automatizada al finalizar las interacciones de los usuarios en los puntos de atención virtual o chatbots institucionales.
3. **Mitigación de Expectativas en Territorio:** Acompañar cada hito de comunicación de obras públicas con un cronograma transparente de hitos verificables y de fácil acceso, contrarrestando la percepción de retrasos expresada en los comentarios cualitativos.