

INFORME MENSUAL DE EJECUCIÓN										
DATOS DEL INFORME										
CONTRATO	TIPO DE COMPROMISO (contrato)	NUMERO	ANO	PERIODO A COBRAR (mes o días) O ACTIVIDAD A COBRAR	08 de enero 2025 a 7 febrero 2025					
	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS		504				2024			
DATOS DEL CONTRATO										
Objeto del contrato	RBL198 Prestación de servicios profesionales especializados para acompañar la implementación de estrategias destinadas a la participación ciudadana en el desarrollo de campañas de educación para la mitigación de puntos críticos en Bogotá.				Fecha inicio del contrato			Fecha terminación del contrato <small>(modificar en caso de prórroga o suspensión)</small>		
					Día	Mes	Año	Día	Mes	Año
					8	11	2024	7	2	2025
EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES										
Obligación específica del contrato			Actividades realizadas							
Prestar asesoría a la UAESP para la realización de estudios cualitativos y cuantitativos para la evaluación de las percepciones, creencias, incentivos, existencias y sesgos en la ciudadanía frente a la UAESP y las problemáticas en la gestión de los residuos en Bogotá, mediante el desarrollo de encuestas, entrevistas y sondeos públicos en grupos estratégicos e inclusivos, que sirvan de parámetro para el diagnóstico general de las opiniones de toda la ciudadanía.			No aplica para este mes							
Apoyar a la UAESP en la estructuración de los informes de resultados con los hallazgos de los estudios de la obligación anterior, que incluyan el análisis de los datos recopilados y su relevancia para la elaboración de campañas educativas de participación ciudadana efectivas.			No aplica para este mes							
Acompañar a la UAESP en el proceso de consolidación de resultados y socialización de los mismos.			No aplica para este mes							
Apoyar a la Subdirección de Recolección Barrido y Limpieza de la UAESP en el diseño de una estrategia de comunicación, con narrativas claras, persuasivas y con enfoques diferenciales, para mejorar la interacción y participación de los diferentes sectores de la población en las campañas educativas y proyectos de la UAESP.			<p>Por solicitud del jefe de comunicaciones, el 18 de febrero se llevó a cabo el taller de aterrizaje de la narrativa que tenía como objetivos socializar el encuadre de comunicación y guiar el uso del encuadre de narrativa en diferentes escenarios de comunicación a los que el equipo se pueda enfrentar en su día a día.</p> <p>Este espacio presencial de cuatro horas presentó el resultado final de las sesiones de co-creación e investigación para construir una narrativa de comunicación que fortalezca las acciones ciudadanas con los residuos. Se inició con una contextualización del proceso, destacando el tipo de historia, los elementos clave y la usabilidad del documento, complementado con ejemplos y una herramienta de IA para su desarrollo. En la segunda parte, se aplicó la narrativa en escenarios reales de comunicación, iniciando con una pregunta guiada y luego ejercicios en parejas para adaptar el encuadre según la audiencia. El cierre incluyó un resumen de tareas y estrategias para dar vida a la narrativa en mensajes y coyunturas clave.</p>							
Apoyar a la UAESP en la construcción de una estrategia de campañas de cultura ciudadana que promueva prácticas adecuadas de la gestión de los residuos, partiendo de los resultados obtenidos en los estudios y la propuesta de comunicaciones elaborada.			<p>En los ejercicios de encuestas de percepción y grupos focales se hizo una validación de 4 propuestas de campañas de comunicación enfocadas en la promoción de buenas prácticas en la gestión de residuos, como resultado de la investigación los comentarios de la ciudadanía reflejan que las campañas tienen buenas intenciones, pero presentan fallas en su ejecución, especialmente en términos de claridad del mensaje y efectividad visual. En una socialización de los resultados el 17 de enero con el equipo de comunicaciones se abordaron las principales oportunidades de mejora para fortalecer las campañas de cultura ciudadana, que incluyen:</p> <p>Optimización del diseño: Asegurar que los colores y elementos gráficos refuercen el tema de gestión de residuos y no generen confusión con otros ámbitos.</p> <p>Mayor claridad en los mensajes: Explicar mejor qué acciones específicas debe realizar la ciudadanía y cuál será el impacto de su participación.</p> <p>Conexión emocional con el público: Reforzar el sentido de pertenencia y la responsabilidad compartida sobre la limpieza y sostenibilidad de la ciudad.</p> <p>Teniendo en cuenta esto, las propuestas de campaña mejor valoradas fueron "Hechos NO Desechos" y "Barriendo Pa' Dentro"</p>							
Apoyar a la UAESP el proceso de implementación de herramientas y metodologías de medición de medios de comunicación y redes sociales, en cuanto al impacto generado de las estrategias de comunicación y las campañas educativas implementadas, mediante indicadores claros que evalúen el cambio en las percepciones y comportamientos de la ciudadanía respecto a la UAESP y la gestión de los residuos.			<p>Implementación de la metodología de medición Smart Tracking, diseñada para rastrear y analizar las menciones a la UAESP y su directora en medios de comunicación y redes sociales, así como para evaluar la gestión de los canales oficiales de la entidad en redes. La metodología incluye 10 categorías temáticas en ambos entornos, lo que permite segmentar la conversación y entender la agenda predominante en la percepción pública sobre la UAESP. Adicionalmente, se incorporó un análisis de sentimiento, clasificando las opiniones en negativas, positivas y neutras, con el objetivo de identificar narrativas favorables y críticas hacia la entidad y su directora. Como parte del análisis, se definieron indicadores clave que permiten identificar los medios y cuentas más activos, logrando así reconocer a los stakeholders que generan mayor volumen de opiniones y lideran la conversación en torno a la UAESP.</p> <p>Para el mes de enero se incorporó una nueva categoría de análisis correspondiente a las menciones de localidades, este indicador tiene como objetivo mapear las principales zonas de la ciudad donde los ciudadanos relacionan la gestión de la UAESP, y de esta manera poder focalizar estrategias de comunicación en las zonas de más interés para la ciudadanía.</p>							
Prestar asesoría especializada a la UAESP para la consolidación de un informe que contenga el análisis de los resultados de las mediciones realizadas, que incluya la medición del impacto de las estrategias de comunicación y las campañas implementadas, y la generación de recomendaciones para la toma de decisiones oportunas frente a estas estrategias.			<p>Como resultado de la metodología se diseñó un tablero interactivo en Power Bi, que incluye todos los indicadores y que permite hacer diferentes cruces con la data recolectada para profundizar en los detalles que la entidad considere necesarios para la estrategia de comunicación. El 7 de febrero se realizó la entrega correspondiente al mapeo de la conversación en enero, donde se exponen los principales hallazgos de la medición, así como las recomendaciones y sugerencias que pueden servir al fortalecimiento de la estrategia de comunicación.</p>							
Acompañar a la UAESP poniendo a su servicio su equipo especializado para la construcción del informe final de resultados que incluya todo el material desarrollado, el análisis de los resultados obtenidos y las recomendaciones futuras para la mejora continua de las estrategias de comunicación y campañas de participación ciudadana propuestas			<p>Se brindó apoyo a la UAESP en la elaboración del informe final, integrando el conocimiento y la experiencia del equipo especializado para consolidar y analizar los hallazgos. Durante la sesión de validación de la narrativa, se implementaron los ajustes finales propuestos por la Directora Consuelo Ordóñez y el jefe de comunicaciones Sergio Ibarregaray. El documento final se entregó el 18 de febrero y recopiló los principales aprendizajes derivados de las metodologías de investigación aplicadas, además de un análisis detallado de los resultados obtenidos y una serie de recomendaciones clave para fortalecer futuras estrategias de comunicación y fomentar una mayor participación ciudadana.</p>							


**OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES** (si aplica)

Como contratista, proveedor o prestador de servicio declaro bajo la Gravedad de Juramento que la información adjunta es Legal y su contenido es cierto. Así mismo que los documentos que soportan las actividades realizadas (evidencias de ejecución) se adjuntaron a la solicitud de pago del periodo informado, de conformidad con el Instructivo para Radicación y Trámite de Pagos vigente.

**SUSCRIPCIÓN DEL INFORME**

Los abajo firmantes damos fe de que la información diligenciada junto con los anexos del presente informe son verídicos y su contenido es cierto.

**SUPERVISOR**

<b>Firma:</b>	Supervisor 1: <i>Andrea C. Maru R.</i>	Supervisor 2:	Supervisor 3:
<b>Nombre:</b>	ANDREA CAROLINA MARU RUIZ		
<b>Cargo:</b>	Subdirector técnico		
<b>Dependencia:</b>	Subdirección de Recolección, Barrido y Limpieza – RBL		

**CONTRATISTA** **INTERVENTOR**

<b>Firma:</b>	<i>Carlos Alberto Villa Murra</i>	<b>Firma:</b>	
<b>Nombre contratista:</b>	BÚHO MEDIA SAS	<b>Nombre:</b>	
<b>Nombre representante Legal (persona jurídica):</b>	CARLOS ALBERTO VILLA MURRA	<b>Cargo:</b>	
		<b>Entidad:</b>	
		<b>NIT:</b>	

**VoBo APOYO A LA SUPERVISION DE LAS ACTIVIDADES** (si aplica)

<b>Firma:</b>	Apoyo a la supervisión 1: <i>Sergio Ibarnegaray Chiari</i>	Apoyo a la supervisión 2:	
<b>Nombre:</b>	SERGIO IBARNEGARAY CHIARI		
<b>Cargo:</b>	Jefe de comunicaciones		

NOTA AL FORMATO: este documento no puede ser alterado en su estructura, encabezados, pie de página y logos. La altura y anchos de las celdas puede ser modificado si por el contenido de las celdas lo requiere. Cualquier otra modificación dará para no aceptación del documento como soporte para pago. TODA INFORMACIÓN PROPORCIONADA O CORRESPONDIENTE AL FORMATO DEBE SER TOTALMENTE VISIBLE y cualquier información propia del formato que sea borrada es una causal de no aceptación del documento como soporte de pago. LAS FIRMAS NO DEBEN QUEDAR SOLAS EN UNA SOLA PÁGINA.