PRODUCTO 18.

DÉCIMO INFORME DEL PROCESO DE SENSIBILIZACIÓN INCLUYENDO ANEXAS LAS PIEZAS DE SENSIBILIZACIÓN NOVIEMBRE DE 2025 V1

Contrato 1042 de 2024 suscrito entre Secretaría Distrital de Planeación y Consorcio Infometrika-DeProyectos-AOC 2025.

Objetivo: Desarrollar y aplicar una encuesta continua de percepción de bienestar ciudadano en el área urbana de Bogotá D.C.

03 de Diciembre de 2025

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN **3**

1. OBJETIVOS **3**

1.1 Objetivos de la encuesta 3

1.2 Objetivo del informe 3

2. ALCANCE **3**

3. INDUMENTARIA Y PIEZAS DE SENSIBILIZACIÓN **4**

3.1 INDUMENTARIA **4**

3.2 PIEZAS DE SENSIBILIZACIÓN **4**

4. SENSIBILIZACIÓN **4**

4.1 SENSIBILIZACIÓN Y RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL 5

4.2 SENSIBILIZACIÓN HOGARES 5

5. NOVEDADES EN LA SENSIBILIZACIÓN **5**

6. RESULTADOS SENSIBILIZACIÓN **6**

7. ANEXOS **7**

INTRODUCCIÓN

El presente informe describe el proceso de sensibilización llevado a cabo en el marco de la Encuesta Distrital de Percepción - EDP. Este proceso es fundamental dado que busca generar confianza en los hogares seleccionados en la muestra, promoviendo su participación mediante la explicación de los objetivos de la encuesta. Además, durante este proceso se establece el relacionamiento con las instituciones locales. Para llevar a cabo la sensibilización, el equipo de campo cuenta con indumentaria que los identifica y con piezas de sensibilización como lo son volantes y cartas, fundamentales para esta actividad.

1. OBJETIVOS

1.1 Objetivos de la encuesta

Obtener información estadística precisa y desagregada territorialmente sobre la percepción de los habitantes del área urbana de Bogotá D.C. en relación con su bienestar y los factores puedan afectar el mismo, a través de la aplicación de la Encuesta Distrital de Percepción, con el fin de proporcionar datos que respalden la toma de decisiones informadas en el marco del Plan de Desarrollo Distrital "Bogotá Camina Segura 2024-2027".

1.2 Objetivo del informe

Presentar el proceso de sensibilización llevado a cabo con los hogares seleccionados en la muestra, así como la sensibilización e interrelacionamiento institucional, las limitaciones e inconvenientes presentados, y las acciones de mejora implementadas.

2. ALCANCE

Este informe presenta el proceso de sensibilización realizado con los hogares seleccionados en la muestra, así como la sensibilización e interrelacionamiento institucional llevadas a cabo en el desarrollo del operativo realizado entre el 1 y el 30 de noviembre de 2025.

El operativo de campo incluye no solo la recolección de información, sino también una serie de actividades logísticas y técnicas previas, tales como la planificación, entrega de muestra y mapas, la organización de

rutas, la asignación de personal y materiales, la supervisión en terreno, el control de calidad y el cierre del proceso

3. INDUMENTARIA Y PIEZAS DE SENSIBILIZACIÓN

3.1 INDUMENTARIA

El equipo de campo continúa con la utilización de la indumentaria aprobada, tal como se señaló en el segundo informe, consistente en el chaleco rojo en conjunto con el resto de la indumentaria aprobada. Esta indumentaria es fundamental, ya que funciona como un elemento de identificación visible que facilita el reconocimiento del equipo por parte de los ciudadanos. Esto contribuye a generar confianza y credibilidad, ya que los participantes se sienten más seguros al interactuar con personal identificado debidamente. Además, la indumentaria facilita la recordación por parte de la ciudadanía, mejora la interacción con la comunidad y aporta a la efectividad en la recolección de información.

Los detalles de la indumentaria del personal operativo de la Encuesta Distrital de Percepción – EDP, fueron concertados con la supervisión bajo los requisitos de la Oficina de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Planeación - SDP y pueden ser consultados en el segundo informe de sensibilización correspondiente a marzo de 2025.

3.2 PIEZAS DE SENSIBILIZACIÓN

Durante este periodo de recolección de información se continuó utilizando material de sensibilización, como volantes y cartas de presentación, que desempeñaron un papel clave en la generación de confianza tanto en las instituciones como en los hogares seleccionados. Por esta razón, es fundamental contar con cartas de presentación dirigidas a Estaciones de Policía y CAI. Además, dado que más del 60% de las edificaciones que existen en Bogotá son conjuntos residenciales y propiedad horizontal, resulta igualmente importante las cartas de presentación dirigidas a los administradores de estos lugares.

En este mismo sentido, las piezas de sensibilización entregadas brindan a los ciudadanos un mecanismo para verificar la acreditación del encuestador, lo que ayuda a prevenir el uso indebido de la imagen institucional por parte de personas inescrupulosas y proporciona herramientas de seguridad para la comunidad. El detalle de las piezas de sensibilización (volantes y cartas de presentación) puede ser consultado en el segundo informe de sensibilización, correspondiente a marzo de 2025.

4. SENSIBILIZACIÓN

En el operativo, se inicia con la sensibilización y el relacionamiento institucional, ya que es fundamental que los actores clave en los territorios cuenten con la información antes de la llegada del equipo de recolección. A continuación, se lleva a cabo la sensibilización a los hogares seleccionados, seguido del recuento, y finalmente, se lleva a cabo la recolección de la información, es decir, la aplicación de las encuestas. En caso de que no se encuentre un hogar seleccionado en la muestra para la sensibilización, se recurrirá a los hogares de la manzana backup.

A continuación, se presenta el cronograma del operativo de campo llevado a cabo entre el 1 y el 30 de noviembre de 2025.

Tabla 1. Cronograma del operativo de campo noviembre 2025

Mes	Mes noviembre			
Muestra	Muestra noviembre			
Semana	S1*	S2	S3	S4
Sensibilización				
Recuento				
Encuestas				

*Fecha de inicio del operativo de campo 01 noviembre 2025

4.1 SENSIBILIZACIÓN Y RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL

La sensibilización se lleva a cabo en dos momentos. El primer momento consiste en el relacionamiento e información dirigido a las autoridades locales, como lo son las Alcaldías Locales, Estaciones de Policía y Centros de Atención Inmediata CAI. Durante este periodo no se radicaron nuevas cartas, dado que dichas gestiones se habían realizado en meses anteriores.

4.2 SENSIBILIZACIÓN HOGARES

El segundo momento se enfoca en sensibilizar a los hogares seleccionados en la muestra para la aplicación de la encuesta. Este proceso es clave, ya que tiene como objetivo generar confianza entre los hogares,

promoviendo su participación mediante la explicación de los objetivos de la encuesta y aclarando que la selección de direcciones se realizó de manera aleatoria. En este caso, se distribuyen volantes y cartas de presentación dirigidas a los ciudadanos y a los administradores de los conjuntos residenciales, cuando corresponda.

5. NOVEDADES EN LA SENSIBILIZACIÓN

Se adjunta al presente documento el Anexo 2. correspondiente a un archivo en hoja de cálculo con la información cruzada por localidad, UPL, nombre del encuestador y hogares efectivos para el mes de noviembre.

Se observa en el archivo adjunto que 2 de los 9 encuestadores presentaron los niveles más altos de dificultad para realizar la totalidad de las encuestas en los hogares de las viviendas con más de un hogar, esto se aprecia en UPL como Barrios Unidos, Chapinero y Puente Aranda en donde se presentaron viviendas tipo edificio con 6, 8 y 9 hogares de las cuales solo contestaron uno o dos hogares.

Las razones expresadas por estos encuestadores fueron las siguientes:

En el mes de noviembre en el desarrollo del operativo se mantienen las dificultades para la obtención de la información evidenciadas en octubre, entre las que manifestaron los encuestadores se encuentra el descontento de la población con la cantidad de estudios con recolección presencial en las viviendas de la ciudad de Bogotá, por ejemplo la Encuesta Continua de Hogares del DANE, la Encuesta de Percepción de la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá, la Encuesta de la Defensoría del Pueblo y las Encuestas de Percepción sobre Seguridad de la Cámara de Comercio de Bogotá – CCB, adicional a las personas que trabajan en la venta de planes puerta a puerta de telefonía celular, en especial los de la empresa Claro, con los cuales las personas frecuentemente confunden el chaleco debido a su color. Situación que hace que cada vez más personas se nieguen a abrir las puertas de los hogares.

Se siguen manteniendo las dificultades para acceder a las viviendas tipo edificio, con sistema de monitoreo inteligente, sin administración o personal de atención al público, y los conjuntos cerrados de viviendas que no permiten ni aceptan la presentación y comunicación respecto al proyecto.

Se tramitaron y presentaron cartas expedidas directamente por la SDP, utilizadas durante el proyecto a las cuales es necesario realizarles varias visitas, sin obtención de respuesta. Así mismo, en algunos lugares ni siquiera permiten la presentación del proyecto, ni la radicación de la carta por parte del personal de vigilancia.

El proceso de sensibilización en el mes de noviembre se continuó llevando a cabo por parte de los supervisores de campo, quienes a partir de la entrega de la muestra se dedican a realizar esta actividad. Sin embargo, como en el mes anterior se sigue manteniendo una baja efectividad de este proceso debido al número de hogares que reportan dentro de las viviendas.

Teniendo en cuenta los periodos de finalización de los contratos de las distintas empresas de recolección de los datos que en su mayoría tienen fecha de cierre para finales de diciembre, probablemente esta situación de baja respuesta se siga manteniendo durante el último mes del año.

6. RESULTADOS SENSIBILIZACIÓN

- Para este periodo de recolección se logró radicar cartas emitidas por la Secretaría Distrital de Planeación ante los administradores de conjuntos residenciales y de propiedad horizontal, tanto de manera presencial como por correo electrónico, según la solicitud de las administraciones o cuando el personal de seguridad proporcionó la información de contacto para su envío.

- Nuevamente se evidencia que contar con indumentaria adecuada (con logos de la alcaldía y nombre de la encuesta) y con las piezas de sensibilización ha sido clave para generar confianza en la ciudadanía durante el proceso de recolección de la información.

A continuación, se presenta una tabla con el número de piezas de sensibilización entregadas y radicadas durante el periodo correspondiente a este informe:

Tabla 2. Piezas de sensibilización entregadas y radicadas

Piezas de sensibilización	Medio de entrega o radicación	Total Entregados/ Radicados	Total Radicados	Resultados
Volantes	Presencial	2200	2200	1083
Cartas Ciudadano	Presencial	1050	1050	
Carta Administradores Conjuntos residenciales	Presencial	13	16	
	Correo electrónico	3		
Total		3266	3266	

De las 16 cartas radicadas a administradores: 8 ingreso efectivo, 4 rechazo, 4 sin respuesta.

7. ANEXOS

Anexo 1. Registro fotográfico noviembre sensibilización.

Anexo 2. Resumen de no respuesta, por estrato de diseño y cruzando con supervisor-encuestador.