Diseño de la estrategia censal y del operativo de campo para la recolección de información cuantitativa que sirva como insumo para el proceso de evaluación de impacto de la estrategia de transferencias monetarias implementada por la Secretaría Distrital de Integración Social dirigida a población usuaria de soluciones habitacionales temporales tipo pagadiario en Bogotá.

PRODUCTO 3. INFORME DE PRUEBA PILOTO

Secretaría Distrital de Planeación
Bogotá D.C
17 de marzo de 2026

Contenido

1. Introducción 3
2. Descripción del proceso de prueba piloto 5
3. Evaluación de la prueba piloto y ajustes para el campo 15
4. Equipo para el trabajo de campo 27
5. Presentación de ajustes para la convocatoria o búsqueda de la población objetivo, cambios en el diseño de la muestra que permitan mejorar los rendimientos, ajuste en el marco muestral y/o cambios en la definición de la sobremuestra para el estudio 30

1. Introducción

La firma consultora Ipsos Napoleón Franco fue contratada por la Secretaría Distrital de Planeación para desarrollar el diseño de la estrategia censal y del operativo de campo para la recolección de información cuantitativa que sirva como insumo para el proceso de evaluación de impacto de la estrategia de transferencias monetarias implementada por la Secretaría Distrital de Integración Social dirigida a población usuaria de soluciones habitacionales temporales tipo pagadiario en Bogotá.

El objetivo principal de la encuesta es recolectar datos fiables y técnicamente pertinentes sobre las condiciones de vida de la población residente en soluciones habitacionales temporales tipo "pagadiario" en Bogotá. Este ejercicio es de alta pertinencia, ya que constituye la fase de seguimiento de una evaluación de impacto en curso, permitiendo la construcción de una robusta línea de tiempo para analizar los cambios y efectos asociados a la intervención sobre los hogares beneficiarios y de comparación. La información recolectada busca visibilizar a una población históricamente excluida y proveer evidencia sólida para el diseño y ajuste de políticas públicas orientadas a garantizar el derecho a una vivienda digna y mejorar la calidad de vida.

La encuesta corresponde a un estudio de tipo panel, cuyo objetivo es dar seguimiento a participantes de mediciones anteriores. El trabajo de campo se concentrará principalmente en 14 localidades de Bogotá: Teusaquillo, Chapinero, Barrios Unidos, La Candelaria, Suba, Engativá, Fontibón, Kennedy, Los Mártires, San Cristóbal, Tunjuelito, Santa Fe, Rafael Uribe Uribe y Antonio Nariño. No obstante, se buscará contactar a los participantes del panel incluso si su residencia actual se encuentra fuera de estas áreas. El universo de estudio está compuesto por los hogares y personas contactadas en los levantamientos de 2024 y 2025, con una meta mínima de 4,400 encuestas efectivas para esta nueva medición.

Metodológicamente, los casos ubicados fuera de las localidades inicialmente definidas serán tratados de manera estricta como seguimiento del panel longitudinal. Su inclusión tiene como propósito fundamental minimizar el sesgo de atrición y garantizar la validez interna de la evaluación de impacto, reconociendo que la movilidad residencial puede ser un efecto asociado a la intervención. En este sentido, estos hogares harán parte exclusiva del dominio de estudio longitudinal (la cohorte original) y no tendrán implicaciones en la inferencia territorial transversal de sus nuevas ubicaciones. Para el posterior modelamiento de impactos, los factores de expansión de estos casos conservarán su diseño base, aplicando únicamente los ajustes longitudinales correspondientes por no respuesta o atrición.

Para dar cumplimiento a la evaluación, se plantearon una serie de etapas entre las que se encuentra la **realización de una prueba piloto**, la cual tiene como propósito:

- Retroalimentar acerca del instrumento cuantitativo diseñado para esta nueva medición de impacto, en relación con su coherencia y pertinencia para el cumplimiento de objetivos técnicos y operativos de la evaluación.
- Señalar posibles problemas o inconvenientes en el diseño o aplicación del instrumento, con el fin de hacer los ajustes pertinentes antes de iniciar el trabajo de campo de la evaluación
- Probar los mecanismos de contacto y agendamiento con los hogares de interés de esta evaluación, es decir los participantes de los levantamientos anteriores, para tener una mejor noción de la efectividad de las bases de datos y hacer cualquier ajuste que sea necesario en las estrategias de aproximación planteadas en el Informe Metodológico de esta evaluación para alcanzar los objetivos de la misma.
- Además, el piloto permite verificar que los procesos de selección, contratación y capacitación conduzcan a la conformación de un equipo sólido,

Para la realización de la prueba piloto, objeto del presente informe, se seleccionó un subconjunto de 18 hogares de la base de datos unificada de las mediciones 2024 y 2025 con el fin de evaluar diferentes condiciones de contactabilidad y operación. La selección de tipo intencional (no probabilística), orientada a cubrir escenarios operativos diversos consideró características como el tamaño del hogar (unipersonal o multipersonal), el tipo de población residente y la posible repetición de números de contacto entre hogares de un mismo pagadiario. Territorialmente, se eligieron las localidades de Santa Fe y Kennedy por su alta concentración de pagadiarios y por la diversidad de dinámicas urbanas que presentan. Mientras Santa Fe permite probar el instrumento en contextos de alta densidad y movilidad poblacional, Kennedy aporta variabilidad operativa al incluir sectores consolidados y periféricos, permitiendo evaluar distintos retos logísticos y de acceso. Además, la selección de estas dos localidades tuvo en cuenta el número total de hogares encuestados por localidad en las mediciones 2024 y 2025, que, para ambos casos, resulta mayor en comparación con las demás localidades bajo estudio. De esta manera se tuvo en cuenta que el uso de los hogares seleccionados para la prueba piloto no impactara sustancialmente en el número de hogares disponibles por localidad para la siguiente etapa del estudio: Recolección de campo. Es importante señalar que los hogares seleccionados para la prueba piloto no serán incluidos en la muestra definitiva.

Este documento describe el desarrollo de la prueba piloto y presenta los resultados obtenidos. También propone ajustes para la siguiente etapa de la evaluación: el trabajo de campo. Primero, se describe a los equipos de trabajo que participaron en el desarrollo de la prueba piloto. Luego, se explica el entrenamiento que recibió cada

equipo. Posteriormente, se detallan los aspectos evaluados en esta fase, así como los problemas técnicos y operativos encontrados. Con base en estos resultados, el informe expone ajustes al operativo de campo y al instrumento de aplicación.

2. Descripción del proceso de prueba piloto

Para la realización de la prueba piloto se llevaron a cabo procesos de selección y capacitación de equipos para el desarrollo del operativo. A continuación se describen estos procesos.

2.1 Selección equipo prueba piloto

Para el desarrollo de la prueba piloto se integró un equipo diverso de profesionales cuantitativos con experiencia en investigación y recolección de datos en campo. El diseño y preparación de la prueba fue liderado por el director de la evaluación, la experta muestrista y la coordinadora de trabajo de campo. Además, para la ejecución de la prueba piloto fueron incluidos otros miembros de la firma quienes tuvieron a cargo actividades específicas para el desarrollo de la prueba. El equipo que participó en el diseño y ejecución de la prueba fue seleccionado para asegurar una representación equilibrada de habilidades y conocimientos, alineados con los objetivos del estudio.

A continuación, se detallan los perfiles de los integrantes del equipo principal responsable del diseño de la prueba piloto:

- Director de evaluación

  Rol: Responsable del diseño y preparación de la prueba piloto. Realizó la supervisión general de instrumentos de recolección y también la retroalimentación de los resultados de la prueba piloto.

  Perfil: Politólogo con magister en Gobierno y Políticas Públicas. Tiene experiencia de más de 10 años en dirección de estudios o evaluaciones.

- Experto muestrista

  Rol: Responsable el diseño metodológico de la evaluación. En el marco específico de la prueba piloto, lideró la definición y selección del subconjunto muestral, asegurando la inclusión de hogares con características y ubicaciones diversas. Esta selección estratégica tuvo como propósito capturar la alta variabilidad de la población objetivo y validar la efectividad de las estrategias de abordaje en campo. Asimismo, participó en la evaluación de los resultados operativos del piloto (tasas de contacto y rechazo), traduciendo estos hallazgos en propuestas de ajustes

metodológicos y recomendaciones para fortalecer el operativo de recolección definitivo

Perfil: Profesional en matemáticas y estadística con Maestría en Estadística de la Universidad del Tolima con Especialización en Gerencia de proyectos de la Universidad Nacional. Tiene experiencia de más de 20 años construyendo y ejecutando diseños muestrales para encuestas nacionales y análisis multivariado y de machine learning para análisis estadístico de la data en diferentes sectores.

- Coordinadora principal de trabajo de campo de la evaluación

Rol: Responsable de la planeación estratégica del operativo de recolección de información.

Perfil: Psicóloga de la Universidad de los Andes con Maestría en Administración de Empresas de la misma Universidad. Tiene experiencia de más de 17 años en el levantamiento de información para la investigación de mercados y estudios sociales.

Además, para el desarrollo de la prueba piloto se incluyeron los siguientes miembros del equipo cuantitativo de la firma, quienes cuentan con experiencia previa en levantamiento de información para estudios sociales y de mercados con ciudadanía.

- Gerente de proyectos cuantitativos

Perfil: Profesional con más de 5 años de experiencia específica en gerencia de proyectos de investigación cuantitativos.

Rol: Responsable de la generación del cronograma interno de la prueba piloto, preparación de la presentación para el espacio de capacitación y capacitación al equipo de campo.

- Gerente operativo de campo

Perfil: Profesional con más de 5 años de experiencia específica en gerencia de operaciones de proyectos de investigación cuantitativos.

Rol: Responsable de la gestión interna de recursos y presupuesto del operativo para la prueba piloto.

- Coordinadores de campo gestión telefónica y presencial

Perfil: Bachilleres con experiencia en coordinación de equipos para recolección de información telefónica y presencial de estudios tipo panel por medio de la gestión de bases de datos y conocimiento del software de captura para poder resolver dudas técnicas de su equipo en el momento. Específicamente para la gestión presencial debe contar con la capacidad de diseñar rutas de trabajo diarias

optimizadas, considerando la geografía de las 14 localidades, los horarios de mayor contactabilidad y los puntos de riesgo.

Rol: Responsables de la coordinación y seguimiento de la gestión realizada por los equipos de campo telefónico y presencial.

- Supervisor del levantamiento presencial

Perfil: Bachiller con experiencia en supervisión de recolección de información presencial, con capacidad para entender las dificultades de sus encuestadores, pero al mismo tiempo ser firme en la exigencia de calidad, el cumplimiento de metas y la correcta aplicación de los protocolos.

Rol: Responsable de la supervisión del trabajo de los encuestadores durante el operativo de campo para verificar el cumplimiento de los parámetros de calidad del estudio por medio de acompañamientos directos, es decir observación de encuestas en directo sin intervenir. Además con manejo de protocolos de seguridad en articulación con los funcionarios de la Secretaría de Integración Social y otras entidades que apoyen el operativo de campo.

- Operadora telefónica para el agendamiento de citas

Perfil: Bachiller con experiencia en atención telefónica.

Rol: Responsable de la gestión de la base de datos para el agendamiento de citas presenciales para la realización de las encuestas.

- Equipo de encuestadores para recolección presencial

Perfil: Bachilleres con experiencia en realización de encuestas presenciales.

Rol: Responsables de la realización de las encuestas.

- Crítico de calidad

Perfil: Bachiller con experiencia en auditoría y control de calidad para la recolección de encuestas. Capacidad para escuchar grabaciones de audio de las encuestas y compararlas con las respuestas registradas en la base de datos para verificar la fidelidad de la información.

Rol: Responsable de la crítica y verificación de las encuestas. Su función es revisar sistemáticamente la información que llega desde el campo para detectar errores, inconsistencias o patrones anómalos que puedan indicar problemas de calidad o fraude, asegurando que la base de datos final sea limpia y confiable.

2.2 Capacitación a equipos de campo

Para el desarrollo de la prueba piloto se llevaron a cabo dos espacios de capacitación, cada uno enfocado en el tipo de gestión a realizar: telefónica y presencial.

2.2.1 Capacitación gestión telefónica

Este primer espacio de capacitación se llevó a cabo el 23 de febrero de 2026 en horas de la mañana, en modalidad virtual, con una duración de una (1) hora. El propósito de esta capacitación específica para el equipo de gestión telefónica fue dar las instrucciones para la gestión de agendamiento de citas que permitieran el desarrollo de la prueba piloto.

Para esta capacitación se contó con la participación de las siguientes personas por parte de la firma consultora:

- Director de la evaluación
- Gerente de proyectos cuantitativos
- Gerente operativo de campo
- Coordinadora de campo gestión telefónica
- Operadora telefónica para el agendamiento de citas

Adicionalmente, por parte de la SDP se contó con el acompañamiento del Líder de la evaluación y dos personas de la Dirección de Diversidad Sexual, Poblacionales y Géneros de la SDP.

Como herramienta para la sesión de capacitación se utilizaron los siguientes documentos: manual de capacitación piloto cuantitativo (ver anexo 1), guion de gestión telefónica y agendamiento de citas (ver anexo 2), carta de presentación emitida por la SDP (ver anexo 3), listado de hogares seleccionados para la prueba piloto (ver anexo 4).

La agenda del entrenamiento al equipo de gestión telefónica comprendió los siguientes temas:

i. **Presentación de la evaluación**: contextualización sobre el objetivo de la evaluación, la población objetivo y la descripción de la estrategia de Pagadiarios.

ii. **Técnica de recolección**: explicación de la técnica de recolección para este estudio, la cual es presencial, con posibilidad de realizar encuestas telefónicas con el fin de minimizar la atrición del panel. Se habilitará la aplicación telefónica (CATI) exclusivamente bajo las siguientes condiciones específicas: (a) cuando se identifique que el hogar se ha reubicado fuera de Bogotá o de las zonas de cobertura del operativo presencial; (b) cuando existan restricciones de acceso o de seguridad en la zona que impidan la visita en terreno; o (c) cuando el hogar rechace la visita presencial pero acepte expresamente responder por vía telefónica tras agotar los intentos de contacto físico reglamentarios.

Para garantizar la comparabilidad de la información recolectada entre ambos modos de aplicación, se implementarán tres medidas metodológicas:

1. Se utilizará exactamente el mismo cuestionario, parametrizado en la misma plataforma de captura, conservando idénticas reglas de validación, flujos y opciones de respuesta.
2. El equipo de encuestadores recibirá capacitación específica para estandarizar la neutralidad, el fraseo y el ritmo de la entrevista, mitigando posibles sesgos de interacción.
3. Se incluirá una variable de control en la base de datos final que identifique el modo de aplicación de cada encuesta (presencial o telefónica). Esto permitirá al equipo encargado de la evaluación de impacto aislar y controlar estadísticamente cualquier posible efecto durante el modelamiento.

iii. **Pasos del operativo**: revisión de los pasos definidos en el *Informe metodológico* de esta evaluación para el contacto con la población objetivo. Estos son: Paso 1- Barrido exhaustivo de todos los números de teléfono disponibles en la base de datos para cada hogar, y Paso 2 - Agendamiento y realización de encuestas (presenciales y telefónicas).

iv. **Objetivo de la prueba piloto:** explicación del objetivo de la etapa de prueba piloto y de los criterios a evaluar a través de esta etapa.

v. **Registro de incidencias:** explicación de la importancia del registro completo y detallado de incidencias de la gestión realizada con cada hogar, cuya información permitirá el análisis del funcionamiento del operativo planteado para la prueba piloto y a su vez es requisito del estudio, dada la naturaleza del marco muestral (panel).

vi. **Guion para gestión telefónica:** revisión del contenido del guion de gestión telefónica para el agendamiento de citas.

vii. **Estructura de la base de datos:** revisión de la estructura de la base de datos de los hogares, en la que se encuentra disponible información para intentar contactar telefónicamente a los hogares de interés del estudio (números telefónicos y otros datos de contactos indicados anteriormente por los participantes de los levantamientos previos).

viii. **Muestra definida para la prueba piloto:** Se estableció una meta de 10 encuestas efectivas (5 por localidad) para evaluar el funcionamiento del cuestionario y del operativo de campo. Para garantizar el cumplimiento de esta meta, se definió un tamaño total de 18 hogares seleccionados (muestra emitida).

La diferencia entre los hogares seleccionados y las encuestas efectivas esperadas responde a la necesidad de contar con una muestra de reserva y a contingencias operativas propias de la población objetivo, desarrolladas en dos momentos:

1. Emisión inicial y reserva: En un primer momento, se seleccionaron 12 hogares (6 en la localidad de Kennedy y 6 en Santa Fe). Este número contemplaba las 10 encuestas efectivas esperadas más un margen de reserva de 2 hogares para mitigar posibles rechazos o no contactos iniciales.
2.Emisión adicional por contingencia operativa: Durante el abordaje en la localidad de Santa Fe, se registró una baja tasa de efectividad debido al cierre definitivo del establecimiento tipo "pagadiario" donde se ubicaban los hogares seleccionados. Para mitigar esta situación y alcanzar la meta de encuestas efectivas, se realizó una selección y emisión adicional de 6 hogares en esta misma localidad. De manera estratégica, estos nuevos hogares se seleccionaron en diferentes "pagadiarios" con el objetivo de validar si la volatilidad y el cierre de estos establecimientos era una dinámica persistente en el sector, permitiendo así evaluar el riesgo real de atrición y afinar las estrategias de rastreo para el seguimiento longitudinal del panel.

Al finalizar la capacitación, el personal de campo para la gestión telefónica respondió una evaluación por medio de *Microsoft forms*. Las evaluaciones aplicadas, así como los criterios de calificación y aprobación de la evaluación se encuentran en el documento “Evaluación a personal de campo” (ver anexo 5). Respecto a los resultados obtenidos por cada encuestador, estos se encuentran en los documentos “Resultados de la evaluación capacitación” (ver anexo 6).

2.2.2 Capacitación gestión presencial

Este segundo espacio de capacitación se llevó a cabo el 26 de febrero de 2026 en horas de la mañana, en modalidad presencial, con duración de cuatro (4) horas. Esta capacitación tuvo como propósito explicar al equipo de gestión presencial el objetivo de la evaluación, conocer el cuestionario a emplear durante la realización de las encuestas, y comprender los pasos del operativo, que implicarían la gestión de visitas presenciales a los Pagadiarios, cuando no se hubiese logrado contacto telefónico.

Para esta capacitación se contó con la participación de las siguientes personas por parte de la firma consultora:

- Director de la evaluación
- Gerente de proyectos cuantitativos

- Gerente operativo de campo
- Coordinador de campo gestión presencial
- Supervisor de campo
- Encuestadores presenciales
- Crítico de calidad.

Adicionalmente, se contó con el acompañamiento de las siguientes personas por parte de la SDP:

- Líder de la evaluación
- Experto cuantitativo de la evaluación
- Funcionarias por parte de la Dirección de Diversidad Sexual, Poblacionales y Géneros, de la SDP.
- Un representante por parte de IPA, empresa que realizará el análisis de los resultados de esta evaluación.

Como herramientas para esta sesión de capacitación se utilizaron los siguientes documentos: manual de capacitación elaborado por la firma para la realización de piloto cuantitativo (ver anexo 1), manuales provistos por las personas de la Dirección de Diversidad Sexual, Poblacionales y Géneros de la SDP para abordar las temáticas de enfoque de género, ejercicios prácticos de lenguaje claro e incluyente, orientación sexual e Identidad de género; carta de presentación emitida por la SDP (ver anexo 3), listado de hogares seleccionados para la prueba piloto (ver anexo 4), y cuestionario para la realización de la prueba piloto (ver anexo 8), el cual se encontraba programado en la plataforma de recolección iField.

La agenda del entrenamiento al equipo de campo presencial comprendió la siguiente agenda:

i. **Presentación de la evaluación**: contextualización sobre el objetivo de la evaluación, la población objetivo y la descripción de la estrategia de Pagadiarios.
ii. **Enfoque de género y Ejercicios prácticos de lenguaje claro e incluyente:** a cargo de la SDP.
iii. **Orientación sexual e Identidad de género:** a cargo de la SDP.
iv. **Etapas del levantamiento de campo y objetivo de la prueba piloto:** explicación del objetivo de la etapa de prueba piloto, así como de los criterios que serán evaluados a través de esta etapa.
v. **Técnica de recolección:** explicación de la técnica de recolección (F2F) por medio de DMC, con posibilidad de que para la realización de las encuestas ya existieran citas previamente agendadas a través de la gestión telefónica realizada inicialmente por parte del equipo de gestión telefónica[1].

[1] Corresponde a lo señalado en el numeral 2.2.1 Capacitación para la gestión telefónica.

vi. **Pasos del operativo**: revisión de los pasos definidos en el *Informe metodológico* de esta evaluación para el contacto con la población objetivo. Estos son: Paso 1- Barrido exhaustivo de todos los números de teléfono disponibles en la base de datos para cada hogar, Paso 2 - Agendamiento y realización de encuestas (presenciales y telefónicas); y Paso 3 - Último recurso - búsqueda en el punto de origen para los hogares que resultaron incontactables tras agotar todos los intentos del Paso 1 (ningún teléfono funcionó) y de los cuales se tiene la dirección o georeferenciación del pagadiario donde fueron encuestados en 2024 o 2025.

vii. **Registro de incidencias:** explicación de la importancia del registro completo y detallado de incidencias de la gestión realizada con cada hogar, cuya información permitirá el análisis del funcionamiento del operativo planteado para la prueba piloto y a su vez es requisito del estudio, dada la naturaleza del marco muestral (panel).

viii. **Revisión de instrumentos y juego de roles:** el equipo, en conjunto, revisó el cuestionario programado en Ifield por medio de un juego de roles o simulacro en el que los encuestadores, por turnos, realizaron lectura de la encuesta, y el equipo a cargo de la capacitación cumplió el rol de respondiente. En la lectura de cada pregunta se realizaron las aclaraciones técnicas o temáticas que correspondiera, por ejemplo, revisión y explicación de las notas aclaratorias para el encuestador. También fueron resueltas las inquietudes expresadas por parte del equipo de campo. En este momento de la agenda también fueron abordados los protocolos éticos considerados para la realización de encuestas a esta población en alta situación de vulnerabilidad. Estos son: consentimiento informado como requisito para la realización de la encuesta, por medio del cual se informa a los participantes acerca de la confidencialidad de la información suministrada y el tratamiento de sus datos personales.

Al finalizar la capacitación, el personal de campo para la gestión presencial respondió una evaluación por medio de *Microsoft forms*. Las evaluaciones aplicadas, así como los criterios de calificación y aprobación de la evaluación se encuentran en el documento “Evaluación a personal de campo” (ver anexo 5). Respecto a los resultados obtenidos por cada encuestador, estos se encuentran en los documentos “Resultados de la evaluación capacitación” (ver anexo 6).

Ambos espacios de capacitación, correspondientes a la gestión telefónica y gestión presencial, tuvieron como objetivo garantizar la coherencia metodológica y la efectividad en la ejecución de la prueba.

2.3 Agendamiento, aplicación de instrumentos y control de calidad

Luego de realizadas las capacitaciones específicas para la gestión telefónica y presencial de los registros seleccionados para la prueba piloto, se inició la gestión de

agendamiento telefónico y realización de encuestas presenciales, siguiendo el procedimiento que se describe a continuación.

2.3.1 Procedimiento de agendamiento y contacto de registros

De acuerdo con la metodología de recolección definida para la evaluación, la gestión de cada registro se hizo a través del barrido telefónico exhaustivo[2] (Pasos 1 y 2) de los diferentes números telefónicos disponibles de los distintos contactos registrados para cada hogar, de acuerdo con la información recabada por parte de la SDP en los levantamientos anteriormente realizados. Con base en esta información, a partir del 24 de febrero de 2026 se gestionó de manera telefónica el agendamiento de citas presenciales (F2F) con los hogares. En la gestión de agendamiento de citas se empleó un guion o protocolo de llamada (ver anexo 2) en el cual se presentaba el motivo de la llamada y por medio del cual fueron validados los siguientes aspectos:

i. Nombre, nombre identitario y número de documento de identificación de la persona contactada en el hogar de la base de datos.
ii. Municipio actual de residencia del hogar.
iii. Fecha, hora y lugar para la realización de la encuesta.

Según lo acordado inicialmente con el CTS, las citas presenciales para la realización de las encuestas fueron agendadas en un punto de convocatoria[3] por localidad, donde el equipo de campo esperaría a los participantes para la aplicación de la encuesta. Para el caso de la localidad de Kennedy, el punto de convocatoria elegido fue la entrada del Coliseo del Parque Cayetano Cañizales; esto debido a su cercanía con el pagadiario donde fueron realizadas las encuestas iniciales a los hogares seleccionados para la prueba piloto. Por su parte, para la localidad de Santa Fe se eligió la entrada del Planetario de Bogotá, por los mismos motivos de cercanía y ubicación estratégica para facilitar el encuentro con la población objetivo.

Es importante señalar que la gestión de agendamiento en punto de convocatoria se implementó para los 12 hogares seleccionados inicialmente para la prueba piloto (6 de Kennedy y 6 de Santa Fe); sin embargo, luego de la reunión de alineación entre la firma y el CTS de la evaluación, llevada a cabo el 9 de marzo de 2026, se definió que también se realizarían agendamientos en los sitios señalados por los hogares, para poder determinar si esto pudiese facilitar el cumplimiento de citas por parte de las personas contactadas.

[2] Corresponde a un mínimo de tres intentos de llamada a cada número disponible, en diferentes días y horarios.
[3] Lugar previamente definido dentro de la localidad donde se reúne o concentra la población objetivo para facilitar las actividades de recolección de información, seleccionado con base en criterios de accesibilidad, seguridad y eficiencia logística.

Finalmente, de acuerdo con lo señalado en el Paso 3 del proceso de recolección, para los hogares con los cuales no se logró contacto telefónico luego de tres (3) intentos en diferentes horarios/jornadas se procedió a realizar dos (2) visitas presenciales en la dirección de ubicación del pagadiario indicada en el marco muestral: estas visitas también se realizaron en diferentes horarios/jornadas, a partir de las 6 am, debido a que en este horario existe mayor posibilidad de encontrar a la población objetivo en los Pagadiarios.

2.3.2 Recolección de campo

El levantamiento de encuestas de la prueba piloto se realizó en las localidades de Kennedy y Santa Fe a partir del 27 de febrero de 2026. En total se realizaron 7 encuestas luego de 12 días de trabajo de campo, en los cuales fueron gestionados en total 18 hogares 12 hogares para el piloto en una primera etapa y 6 hogares adicionales en Santa Fe[4], cuya inclusión responde a un propósito exploratorio dentro del piloto y no a un mecanismo de reemplazo bajo un diseño probabilístico.

A continuación se presenta la distribución de la muestra alcanzada por localidad, según el diseño muestral propuesto en el *Producto 2-Plan de prueba piloto*.

Tabla 1. *Avance de campo Prueba piloto*

Localidad	Muestra prevista	Muestra lograda	% alcanzado
Santa Fe	5	3	60%
Kennedy	5	4	80%
TOTAL	**10**	**7**	**70%**

Fuente: Elaboración propia. Ipsos. 2026

En la tabla 2, se presenta el resultado final obtenido luego de completada la gestión telefónica y presencial a los 18 hogares seleccionados para la prueba piloto.

Tabla 2. *Resultado final gestión telefónica y presencial*

Resultado final gestión	Santa Fe	Kennedy	Total	%
No contactable	6	2	8	44%
Encuesta efectiva	3	4	7	39%
Rechazo	2	0	2	11%
Encuesta incompleta	1	0	1	6%
TOTAL	**12**	**6**	**18**	**100%**

[4] Para consultar el desglose detallado y la justificación metodológica de estos 18 hogares gestionados —manteniendo la consistencia entre la muestra inicial emitida, la ampliación y los hogares de validación adicional por contingencia operativa—, por favor remitirse al apartado 2.2.1 del presente documento.

Fuente: Elaboración propia. Ipsos. 2026

Las incidencias específicas de la gestión realizada con cada hogar mediante la gestión telefónica y presencial señalada en el diseño metodológico, se encuentran en el anexo 7 – Reporte de incidencias.

2.3.3 Control de calidad

De manera paralela al levantamiento de campo se realizó el proceso de control de calidad por medio de la verificación y crítica de la información recolectada. Para esto, un equipo centralizado de control de calidad revisó los audios de las encuestas, así como la data recabada con el fin de validar el cumplimiento de los parámetros de recolección establecidos. También se realizó el proceso de datacleaning para validar la consistencia de los datos recolectados por medio de la validación de flujos con el fin de confirmar que los saltos del cuestionario se aplicaron correctamente y que ningún encuestado respondió preguntas que no le correspondían. Como resultado del proceso de control de calidad no se encontraron fallas en la aplicación de la encuesta o en la programación del cuestionario implementado.

3. Evaluación de la prueba piloto y ajustes para el campo

A continuación se describen los hallazgos de la prueba piloto y los ajustes para la recolección de campo.

3.1 Hallazgos del piloto

A continuación en la tabla 3, se describen los criterios evaluados en la prueba piloto y su resultado. Se deben considerar las siguientes categorías de calificación:

Sí	**Cumplió totalmente el criterio evaluado**
No	**No cumple el criterio evaluado**
Parcial	**Cumple en parte el criterio evaluado**

Tabla 3. *Componentes evaluados en la Prueba piloto*

Criterio	Descripción	Cumple	Resultado
Receptividad	Se refiere a la actitud y apertura por parte de las personas participantes en su aproximación al instrumento y	Sí	Durante el agendamiento y la aplicación de las encuestas se evidenció receptividad y apertura por parte de la población con la cual se

Criterio	Descripción	Cumple	Resultado
	su desarrollo logístico y metodológico.		logró contacto efectivo, para lograr su participación en la encuesta.
Claridad y forma	Se entiende como la facilidad que tienen las personas participantes (incluyendo también investigadores) para la comprensión y seguimiento de las preguntas e instrucciones que constituyen el instrumento, considerando también aspectos de adecuación en el lenguaje y la gramática de la formulación de los enunciados.	Parcial	En la prueba piloto se pudo evidenciar que en general el formulario es fácil de comprender tanto por los encuestadores como los respondientes; sin embargo, se encuentra pertinente la realización de algunos ajustes, los cuales se detallan en el capítulo 3.3 *Ajuste del instrumento*.
Pertinencia Temática	Se entiende como la relevancia de las preguntas e instrucciones incluidas y su adecuación y aproximación según el perfil, la posición y el conocimiento de las diferentes personas a quienes se les aplica el instrumento.	Sí	Las temáticas abordadas en el cuestionario corresponden a las preguntas definidas para la evaluación de impacto.
Pertinencia Técnica	Se entiende como la relevancia de la forma de indagación propuesta (método) para el instrumento, según sus objetivos y en cuanto a la información que se espera recopilar.	Sí	La técnica de recolección presencial y la estructura del cuestionario, que incluye lectura de opciones de respuesta, permite recopilar la información planteada con la formulación del instrumento aplicado.
Extensión	Se refiere tanto a la longitud total del instrumento en cuanto a su tiempo de aplicación como la longitud interna de sus módulos y partes	Parcial	Si bien la duración de la encuesta está por encima del tiempo estimado (duración promedio: 50 minutos – duración esperada: 25 minutos), con los ajustes en el formulario y curva de aprendizaje de los encuestadores se propenderá a reducir la duración de las encuestas. Cabe anotar que la duración de las encuestas en la prueba piloto tuvo variaciones dependiendo del número de miembros que componen cada hogar, siendo la duración mayor 70 minutos para hogares compuestos por 2 personas y 45 minutos para hogares unipersonales. Por esta razón, dentro de los ajustes propuestos al formulario por parte de la firma se ha sugerido realizar algunas preguntas únicamente al respondiente principal.
Hilo conductor	Se entiende como la eficiencia y coherencia temática en las	Sí	Las transiciones entre los módulos del cuestionario fueron claras y fluidas.

Criterio	Descripción	Cumple	Resultado
	transiciones, secuencias y/o procesos que constituyen el desarrollo del instrumento.		
Productividad	Se entiende como la cantidad de encuestas esperadas a realizarse en una unidad temporal, ejemplo: días.	Parcial	Para el desarrollo de la prueba piloto se planeó realizar 10 encuestas distribuidas en 5 días de recolección, esperando una productividad diaria de 2 encuestas. Si bien, hubo días en que se realizaron 2 encuestas, también hubo días de tan solo una, o sin productividad, lo cual depende del número de agendamientos logrados, así como de la efectividad de las visitas presenciales, siendo la consistencia y actualidad de los datos un factor que impacta en la ubicación de la población objetivo.
Capacidad del personal de apoyo y logístico	Se entiende como la coordinación logística general del equipo y de la comunicación con otros actores tales como los facilitadores de los espacios y los enlaces territoriales.	Sí	El equipo de levantamiento se presentó de manera oportuna con las herramientas necesarias para el desarrollo de las encuestas: dispositivos de captura con la carga suficiente, carta de presentación de la evaluación y carné de identificación. Además, el equipo de levantamiento tenía experiencia previa en levantamiento de información presencial, lo que facilitó la realización de las encuestas. De igual forma, durante el entrenamiento se precisaron las dudas que presentó el equipo de encuestadores; esto facilitó que hubiese entendimiento durante el desarrollo de la encuesta.
Capacidad y alcance de convocatoria	Se entiende como el índice de respuesta y de asistencia de la población convocada, considerando un proceso de reclutamiento previo vía telefónica.	Parcial	Las encuestas de la prueba piloto fueron realizadas por medio de agendamiento telefónico previo seguido de gestión presencial (según la metodología), no obstante, luego de realizados al menos 5 intentos por registro (3 telefónicos y 2 presenciales) tan solo se obtuvo una tasa de participación de 39%, que corresponde a 7 hogares que completaron la encuesta siendo 4 en Kennedy y 3 en Santa Fe; a lo que se suma un (1) hogar (6%) que pese a haber iniciado la encuesta no pudo concluirla debido a que se le presentó una situación personal que le llevó a retirarse de la encuesta, sin posibilidad

Criterio	Descripción	Cumple	Resultado
			de agendar otro espacio para completarla dentro de los tiempos establecidos para la prueba piloto. Respecto al 55% de los hogares restantes que fueron gestionados durante la prueba piloto y con los cuales no se logró efectividad, corresponde a 44% que no fueron contactables ni telefónica, ni presencialmente (8 hogares) y 11% (2 hogares) que rechazaron participar en el estudio a pesar de que se realizaron múltiples intentos para hacerles cambiar de opinión.
Condiciones técnicas de los DMC	Condiciones y eficiencia de los Dispositivos Móviles de Captura (DMC) en términos de condiciones técnicas, estrategias de prevención y eficiencia.	Sí	Los dispositivos empleados para la realización de las encuestas piloto presentaron un buen funcionamiento durante el operativo del piloto.
Almacenamiento de datos	Se entiende como la capacidad de los dispositivos de almacenar los datos recolectados y transmitir la información a los servidores de la firma consultora.	Sí	La información, en su totalidad, de las 7 encuestas completadas quedó debidamente sincronizada y almacenada en tiempo real en los servidores de la firma. Por consiguiente, se considera que este criterio se cumplió a satisfacción.
Motivo de No-respuesta o Respuesta Insatisfactoria	Se entiende como el índice de no respuesta dentro de la muestra seleccionada. Puede presentarse cuando el encuestado no contesta alguna pregunta del cuestionario o toda la encuesta.	Sí	En la gestión de campo de la prueba piloto se obtuvo una tasa de rechazo de 11%, posiblemente debido a desinterés o desconfianza por parte de los hogares a pesar de múltiples intentos y gestión por medio de la carta de presentación del estudio. También se presentó 44% de no contactabilidad telefónica y presencial, debido a información de contacto inconsistente o no vigente, como números no existentes o personas que ya no viven en los Pagadiarios censados anteriormente, y a quien ninguna de las personas que se encontraban en los Pagadiarios refiere conocer.

Fuente: Elaboración propia. Ipsos. 2026

3.2 Acciones de mitigación y planes de acción

En la siguiente tabla, se presentan los problemas operativos y metodológicos enfrentados durante la prueba piloto, así como las acciones correctivas propuestas por parte de la firma para la recolección de campo.

Tabla 4. *Problemas y acciones correctivas – componente cuantitativo*

Tipo	Problema	Descripción y Acción correctiva
Operativo y metodológico	Desactualización o información incompleta de los datos de contacto de los hogares encuestados en los levantamientos anteriores, lo cual dificultó el contacto telefónico y presencial para el agendamiento y realización de encuestas.	La metodología definida para la recolección de campo de la prueba piloto consistió en la gestión telefónica y presencial de cada hogar seleccionado, con el fin de intentar establecer contacto con alguna de las personas del hogar para realizar la encuesta. Inicialmente se realizaron al menos tres (3) intentos por medio telefónico a los números disponibles en la base de datos, en diferentes jornadas. Posteriormente, a los registros no efectivos y que no hubiesen manifestado que rehusaban participar en la evaluación se les realizaron dos (2) visitas presenciales, en diferentes jornadas, incluida la franja horaria de 6 a 8 am, a la dirección del pagadiario registrada en la base de datos. Con base en las incidencias obtenidas en la gestión de campo[5] y la necesidad de incorporar más registros a la gestión en Santa Fe a fin de comprender el funcionamiento del operativo en esa localidad, se procedió a realizar una selección aleatoria de registros de reserva (emisión adicional). Es importante precisar que el marco utilizado para esta selección fue la base de hogares unificada, consolidada y remitida directamente por la Secretaría. Esta incorporación de unidades tuvo fines estrictamente operativos para la prueba piloto y no constituye un reemplazo probabilístico, garantizando así que no se afecte la comparabilidad temporal ni la validez de la evaluación de impacto del panel longitudinal. Es importante señalar que, los registros de reemplazo fueron gestionados bajo la misma metodología de los registros iniciales, aunque cambiando el sitio donde se proponía la realización de la encuesta. Para estos nuevos registros se propuso la cita para la realización de la encuesta en el sitio de mayor conveniencia por parte de los respondientes. Con base en la efectividad lograda a través de los dos tipos de convocatoria se pudo evidenciar que ambos funcionan adecuadamente. Con base en la gestión de los 18 registros empleados para la prueba piloto: 10 de muestra, 2 de sobremuestra y 6 de reemplazo, se pudo evidenciar luego de completada la gestión telefónica y presencial que 44% de los hogares no son contactables telefónica ni presencialmente a través de la información disponible en las bases de datos recabadas en los levantamientos anteriores, con lo cual se concluye

[5] El reporte de incidencias contiene el registro detallado de la gestión de campo realizada por medio telefónico y presencial en cada uno de los intentos, así como el resultado obtenido. Esta información es clave para determinar los hogares no contactables con la información disponible en el marco muestral, luego de agotados los intentos definidos de manera telefónica y presencial.

Tipo	Problema	Descripción y Acción correctiva
		que la desactualización o imprecisión de la información suministrada o registrada en los levantamientos previos incide directamente en las tasas de contactabilidad y respuesta alcanzadas. Como plan de acción para mitigar este reto de desactualización de información, durante la recolección de campo se propone amablemente a la Secretaría Distrital de Planeación (SDP) que pueda facilitar la articulación con la Secretaría Distrital de Integración Social (SDIS) para poder contar con su acompañamiento durante la recolección de campo. Esta articulación institucional propenderá a aumentar la percepción de confianza por parte de la población hacia esta encuesta de actualización de datos, dado que en los anteriores levantamientos la SDIS también tuvo presencia en campo, lo cual les convierte en un referente de la encuesta a hogares que residen en pagadiarios. Además, este acompañamiento institucional facilitará el contacto con los administradores de los Pagadiarios así como con otros usuarios de estos establecimientos, quienes podrían facilitar información actualizada de la ubicación u otros datos de contacto de los hogares requeridos. Se sugiere que esta estrategia en territorio pueda ser complementada con la entrega de volantes a los establecimientos y hogares contactados, los cuales deben explicar claramente el objetivo de este estudio y la importancia de poder ubicar y realizar la encuesta de actualización de información a los hogares que participaron anteriormente en la encuesta de Pagadiarios, y deberán contener información de los contactos en Ipsos y en la SDP – SDIS, con quienes puedan validar la veracidad del estudio y gestionar posibles puntos de encuentro o citas para la realización de la encuesta. Es importante mencionar que, previo a la aplicación de la encuesta, siempre se seguirá el proceso de validación de datos identificatorios, para confirmar que el/la respondiente potencial en realidad hace parte de la población objetivo y con ello proceder a la realización de la encuesta. También, la gestión telefónica y presencial será complementada con el envío de mensajes de texto y a través de Whatsapp, invitando a la población a participar en la encuesta, así como a contactarnos en caso de que tengan inquietudes al respecto. Así mismo, se comparará la dirección del pagadiario registrado para cada hogar, con la información registrada en la variable *RSH_Dir_vivienda*, la cual, de acuerdo con el diccionario de datos, corresponde a la dirección de la vivienda donde reside según Registro Social de Hogares.

Tipo	Problema	Descripción y Acción correctiva
		Esta información puede resultar de utilidad cuando no se logre ubicar a los hogares a través de los medios anteriormente descritos. Además, se solicita al CTS de la evaluación, que se pueda suministrar a la firma información relacionada con los programas distritales de los que esta población es beneficiaria. Para esto, se ha consultado validar a qué hace referencia la variable *SERVICIO_PUA* de la base de datos, la cual contiene 36 posibilidades diferentes. Por último, en caso de que definitivamente no sea posible el contacto con la población objetivo de esta evaluación de impacto, que corresponde a los hogares usuarios de pagadiarios, que fueron encuestados en los años 2024 y 2025, se implementará el procedimiento de complementación de la muestra con nuevos hogares, el cual se encuentra indicado en el numeral 5 del presente informe. Para esto, en la gestión de recolección de campo será clave el reporte periódico de incidencias, a fin de analizar posibles nuevas acciones para intentar contactar a los hogares o en su defecto, determinar el número de encuestas a realizar con nuevos hogares usuarios de Pagadiarios. Esto, previa autorización por parte del CTS de la evaluación.
Operativo	Baja contactabilidad de las personas de manera telefónica y presencial	Para los hogares con los cuales no se logró contacto vía telefónica, se hizo envío de un mensaje a través de Whatsapp, en el cual se informaba sobre la realización de la evaluación, motivo de contacto, importancia de su participación, e invitaba a participar en la encuesta de actualización de datos en el lugar y hora de su preferencia. En este mensaje también se adjuntaba la carta de presentación de la evaluación, emitida por la SDP, para generar mayor credibilidad acerca de la veracidad de la evaluación y motivo de nuestro mensaje. No obstante, como resultado de esta gestión no se obtuvo ninguno de los agendamientos ni encuestas realizadas. También se hizo envío de correos electrónicos con características similares al mensaje de Whatsapp, pero tampoco se obtuvo respuesta a estas comunicaciones. Con base en los resultados de la gestión telefónica surge como hipótesis que la no respuesta puede obedecer a desinterés en la evaluación, sumado a la desactualización de datos de contacto, por lo cual los mensajes nunca pudieron ser entregados efectivamente, o no fueron leídos. Como plan de acción para mitigar este reto de baja contactabilidad, en parte derivado de la desactualización de información disponible para esta población objetivo, se reitera la importancia de lograr la articulación institucional con la Secretaría Distrital de Integración Social (SDIS),

Tipo	Problema	Descripción y Acción correctiva
		dado que con su acompañamiento durante la recolección de campo se espera que se logre un mayor contacto y por ende la participación de los hogares en esta evaluación. Además, como se indicó anteriormente, este acompañamiento facilitará el contacto con los administradores de los Pagadiarios y con otros usuarios de estos establecimientos, quienes podrían facilitar información actualizada de la ubicación u otros datos de contacto de los hogares requeridos. Del mismo modo, la estrategia de envío de mensajes vía whatsapp intentará contactar a la población de interés de este estudio, sumado a la utilización de información complementaria como la dirección registrada en la variable *RSH_Dir_vivienda* y *SERVICIO_PUA*, descritas anteriormente, con el fin de intentar ubicar presencialmente a los hogares con quienes se agote las estrategias citadas anteriormente. Por último, y estrictamente como una estrategia de último recurso tras agotar todas las posibilidades y protocolos de rastreo, en caso de que definitivamente no sea posible el contacto con la población objetivo de esta evaluación de impacto, que corresponde a los hogares usuarios de pagadiarios, que fueron encuestados en los años 2024 y 2025, se implementará el procedimiento de complementación de la muestra con nuevos hogares, el cual se encuentra indicado en el numeral 5 del presente informe. Para esto, en la gestión de recolección de campo será clave el reporte periódico de incidencias, a fin de analizar posibles nuevas acciones para intentar contactar a los hogares o en su defecto, determinar el número de encuestas a realizar con nuevos hogares usuarios de Pagadiarios. Esto, previa autorización por parte del CTS de la evaluación. Analíticamente, estos nuevos hogares cumplirán el rol de una "muestra de refresco". Para garantizar que su incorporación no comprometa la estructura longitudinal del panel ni la comparabilidad de los resultados, se realizará el respectivo ajuste metodológico a partir de los factores cocensales. Este tratamiento de pesos diferenciados permitirá a la firma encargada de los modelos de impacto aislar estadísticamente a los nuevos hogares, asegurando la validez interna de la cohorte original (2024-2025) y evitando cualquier sesgo en la evaluación.
Operativo	Agendamientos no efectivos por incumplimiento o cancelación de citas por parte de los respondientes	Como resultado de la prueba piloto se obtuvo una tasa de deserción de respondientes de 6% correspondiente a incumplimientos de citas.

Tipo	Problema	Descripción y Acción correctiva
		Como plan de acción, para los registros que presenten incumplimientos de citas, se retomará la gestión telefónica a fin de buscar un reagendamiento. También se realizarán visitas presenciales en los Pagadiarios registrados en la base de datos, para intentar lograr su participación efectiva en el estudio.
Operativo	Baja disponibilidad de los respondientes, por conflicto de horario con otras actividades cotidianas, personales y/o laborales.	Se coordinaron horarios flexibles con los participantes, adaptándose a su disponibilidad de horario y lugar, y reprogramando citas cuando fuese necesario.
Metodológico	Reticencia y desconfianza de las personas convocadas	Dentro de la prueba piloto se presentó una tasa de rechazo de 11% (2 hogares), a pesar de que se les informara el objetivo de la evaluación y la importancia de su participación en la encuesta de actualización de hogares. Esto sumado a un (1) caso de abandono de encuesta, que al parecer se debió a una situación de urgencia por parte de la respondiente y no tuvo relación con la encuesta. Este tipo de situaciones afecta la tasa de respuesta y por ende alcanzar el objetivo de la evaluación: lograr la participación del mayor número de hogares encuestados anteriormente. Como plan de acción se ha empleado la carta de presentación del estudio, donde se informa acerca de la veracidad del estudio y se encuentran los datos de contacto por parte de la SDP y la firma consultora en caso de que las personas deseen verificar la información. También es importante mencionar que, para estos casos en particular de rechazo o reticencia, por parte de la firma se hizo ofrecimiento de la entrega de un incentivo económico, haciendo énfasis que era por parte de la firma, indicando que se entregaría por su participación efectiva en la encuesta en agradecimiento por su participación. No obstante, a pesar de este ofrecimiento, las personas no cambiaron de opinión. Con base en este resultado, se sugiere que la implementación del ofrecimiento y entrega de un incentivo económico pueda ser analizado como posible opción de contingencia en caso de que durante la gestión de campo se evidencie una tasa de rechazo alta. Además, como se indicaba anteriormente, las piezas comunicativas o volantes que se propone sean generados por parte de la SDP, SDIS y la firma, podrían facilitar la divulgación y promoción del desarrollo de la evaluación, con lo cual se puede mejorar la disposición de los hogares a participar en la encuesta.

Fuente: Elaboración propia. Ipsos. 2025

3.3 Ajustes del instrumento

A partir de la prueba piloto realizada, y teniendo en cuenta los criterios evaluados en la prueba piloto, el equipo consultor procedió a realizar el registro de las observaciones encontradas sobre el instrumento de recolección (ver anexo 9-Cuestionario V2.5 con observaciones piloto). Según lo conversado con el CTS, se propone una reunión conjunta de revisión de observaciones, para poder definir los ajustes finales al instrumento y así generar la versión final para la recolección de campo. A continuación, en la tabla 5, se presentan los cambios generales presentados en el formulario observado:

Tabla 5. *Ajustes sugeridos al instrumento de recolección*

Pregunta	Justificación y descripción del ajuste
nombre_pagadiario_actual - ¿Cuál es el nombre del pagadiario donde vive actualmente?	Se sugiere retirar esta pregunta dado que se va a preguntar por dirección y barrio.
mismo_pagadiario_anterior - Según la información registrada en la base de datos, cuando le hicieron la anterior encuesta usted usaba un pagadiario en (PROG. MOSTRAR AD_dir_pagadiario según LLCC) ¿Es el mismo pagadiario donde usted se queda actualmente?	Se sugiere la siguiente propuesta de redacción para simplificar la pregunta: ¿Vive en el mismo pagadiario donde le realizaron la encuesta anterior?
HH_freq_preocup - ¿Con qué frecuencia sucedió esto? 1. Pocas veces (una o dos veces en las últimas cuatro semanas) 2. Algunas veces (entre tres y diez veces en las últimas cuatro semanas) 3. Con frecuencia (más de diez veces en las últimas cuatro semanas)	De acuerdo con el piloto, a la población objetivo le resulta más fácil responder pensando en el número de veces que le ocurrió esta situación. Por esto se reordena el texto en cada opción: 1. Una o dos veces en las últimas cuatro semanas (Pocas veces) 2. Entre tres y diez veces en las últimas cuatro semanas (Algunas veces) 3. Más de diez veces en las últimas cuatro semanas (Con frecuencia)
HH_capsocial_vecinos - En los últimos 3 meses, ¿con qué frecuencia ha recibido ayuda de vecinos o personas de su comunidad? (Por ejemplo: cuidar niños, prestar alimentos, hacer favores). 1. Nunca 2. Una vez 3. Algunas veces 4. Frecuentemente 5. Muy frecuentemente	Se sugiere revisar si se pueden incluir rangos, dado que las opciones no resultan comprensibles para toda la población.
HH_confianza_conocimiento - Si necesitara ayuda del gobierno o de alguna institución pública, ¿sabría exactamente a dónde ir, cómo hacer el trámite y qué documentos necesita? 1- Nada 2- Poco 3- Ni mucho ni poco 4- Mucho 5- Totalmente	Se sugiere revisar las opciones de respuesta dado que no son acordes con la forma en la que se encuentra redactada la pregunta
HH_gastados_7dias - ¿Durante los ÚLTIMOS 7 DÍAS las personas de este hogar gastaron dinero en...? Si / No 1. Bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabaco 2. Pasajes en Transmilenio, bus, buseta, colectivo, taxi, pasajes intermunicipales, transporte especial (no incluya el pago que se hace en el colegio o guardería por el transporte escolar).	En la opción 9 se sugiere retirar la palabra "todos".

Pregunta	Justificación y descripción del ajuste
3. Llamadas telefónicas en la calle o cabina, servicio de café internet, correo o encomiendas. 4. Medicamentos o condones 5. Parqueadero y combustible para vehículo, moto, carros esferados, zorros, zorras, triciclo, vehículo motorizado de uso personal o del hogar. 6. Comidas consumidas fuera del hogar. 7. Apuestas, chance y lotería. 8. Alquiler de ollas, vajillas, cubiertos, refractarias en el lugar de residencia 9. Desayuno o almuerzo para todos/as los menores de 5 años del hogar en el lugar donde permanece la mayor parte del tiempo en la semana.	
HH_valor_gastados_7dias - ¿Cuál fue el valor gastado durante los ÚLTIMOS 7 DÍAS en...? 1. Bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabaco 2. Pasajes en Transmilenio, bus, buseta, colectivo, taxi, pasajes intermunicipales, transporte especial (no incluya el pago que se hace en el colegio o guardería por el transporte escolar). 3. Llamadas telefónicas en la calle o cabina, servicio de café internet, correo o encomiendas. 4. Medicamentos o condones 5. Parqueadero y combustible para vehículo, moto, carros esferados, zorros, zorras, triciclo, vehículo motorizado de uso personal o del hogar. 6. Comidas consumidas fuera del hogar. 7. Apuestas, chance y lotería. 8. Alquiler de ollas, vajillas, cubiertos, refractarias en el lugar de residencia 9. Desayuno o almuerzo para todos/as los menores de 5 años del hogar en el lugar donde permanece la mayor parte del tiempo en la semana.	En la opción 9 se sugiere retirar la palabra "todos".
HH_no_pagos_7dias - ¿Durante los ÚLTIMOS 7 DÍAS las personas de este hogar obtuvieron uno o más de los siguientes artículos o servicios sin tener que pagarlos? 1. Bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabaco 2. Pasajes en Transmilenio, bus, buseta, colectivo, taxi, pasajes intermunicipales, transporte especial (no incluya el pago que se hace en el colegio o guardería por el transporte escolar). 3. Llamadas telefónicas en la calle o cabina, servicio de café internet, correo o encomiendas. 4. Medicamentos o condones 5. Parqueadero y combustible para vehículo, moto, carros esferados, zorros, zorras, triciclo, vehículo motorizado de uso personal o del hogar. 6. Comidas consumidas fuera del hogar. 7. Apuestas, chance y lotería. 8. Alquiler de ollas, vajillas, cubiertos, refractarias en el lugar de residencia 9. Desayuno o almuerzo para todos/as los menores de 5 años del hogar en el lugar donde permanece la mayor parte del tiempo en la semana.	En la opción 9 se sugiere retirar la palabra "todos".
HH_valor_no_pagos_7dias - ¿En cuánto estima el valor obtenido por el/los/las...? 1. Bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabaco 2. Pasajes en Transmilenio, bus, buseta, colectivo, taxi, pasajes intermunicipales, transporte especial (no incluya el pago que se hace en el colegio o guardería por el transporte escolar). 3. Llamadas telefónicas en la calle o cabina, servicio de café internet, correo o encomiendas. 4. Medicamentos o condones 5. Parqueadero y combustible para vehículo, moto, carros esferados, zorros, zorras, triciclo, vehículo motorizado de uso personal o del hogar.	En la opción 9 se sugiere retirar la palabra "todos". Además, se sugiere incluir la opción No sabe, o en su defecto aceptar $0 como respuesta, dado puede ocurrir que no sepan estimar el valor porque desconocen el valor comercial.

Pregunta	Justificación y descripción del ajuste
6. Comidas consumidas fuera del hogar. 7. Apuestas, chance y lotería. 8. Alquiler de ollas, vajillas, cubiertos, refractarias en el lugar de residencia 9. Desayuno o almuerzo para todos/as los menores de 5 años del hogar en el lugar donde permanece la mayor parte del tiempo en la semana.	
HH_valor_no_pagos_mes - ¿En cuánto estima el valor obtenido por el/los/las...? 1. Artículos para el aseo y mantenimiento del hogar como jabones, detergentes, escobas, guantes, limpiones, servilletas, bolsas para basura, losa desechable, alcohol etílico, etc. 2. Artículos para el aseo personal como cremas dentales, jabones, champú, papel higiénico, toallas higiénicas, desodorantes, máquina de afeitar, productos cosméticos, tapabocas, etc. 3. Lavado y planchado de ropa fuera del hogar o como servicio adicional en el pagadiario. 4. Salón de belleza y barbería, corte de pelo, manicure, teñido de cabello, otros. 5. Dinero dado o enviado a otras personas u hogares (cuotas alimentarias, mesadas a estudiantes, familiares o amigos, diezmos, etc). 6. Servicio de recreación y deporte como: gimnasio, billar, clases deportivas o artísticas, parques de diversiones, juegos electrónicos, eventos deportivos, alquiler de canchas, otros. 7. Servicio de telefonía celular prepago o pospago (Incluya voz y datos) 8. Pago a prestamistas, gota a gota, casas de empeño, familiares o amigos. 9. Pensión o cuota de participación escolar, transporte y alimentación escolar para al menos un niño, niña y/o adolescente del hogar (entre los 6 y 17 años). 10. Cuidado o educación inicial de al menos un menor de 5 años del hogar.	Se sugiere incluir la opción No sabe, o en su defecto aceptar $0 como respuesta, dado puede ocurrir que no sepan estimar el valor porque desconocen el valor comercial.
HH_valor_no_pagos_3meses - ¿En cuánto estima el valor obtenido por el/los/las...? 1. Ropa, calzado, maletas y bolsos para hombre, mujer, niño y niña (no incluya uniformes escolares o universitarios). 2. Reparación de ropa y calzado para hombre, mujer, niño y niña 3. Libros, periódicos, revistas en papel o digitales (no incluya textos escolares o universitarios), música o películas en DVD's o USB. 4. Tela y elementos de costura para vestuario u otros usos 5. Servicios financieros: cuota de manejo de tarjetas de crédito y débito, comisión por consignación o giros nacionales, uso de corresponsales bancarios, uso de cajeros electrónicos, etc.	Se sugiere incluir la opción No sabe, o en su defecto aceptar $0 como respuesta, dado puede ocurrir que no sepan estimar el valor porque desconocen el valor comercial.
HH_valor_no_pagos_12meses - ¿En cuánto estima el valor obtenido por el/los/las...? 1. Bicicletas, patinetas, motos o vehículos para uso del hogar, gastos en matrícula, impuestos, traspasos, reparaciones o respuestos. 2. Accesorios como: anillos, relojes, aretes, pulseras y otros (incluir reparaciones). 3. Juegos y juguetes como carros, muñecas, juegos de mesa, disfraces, u otros. 4. Ollas, vajillas, cubiertos, refractarias, canecas, mesa de planchar y otros utensilios domésticos 5. Colchones, cobijas, sabanas, cubrelecho, manteles, cortinas, almohadas, toallas. 6. Compra y reparación de celulares 7. Compra y sostenimiento de mascotas 8. Pasajes terrestres en viajes diferentes a temas de trabajo	Se sugiere incluir la opción No sabe, o en su defecto aceptar $0 como respuesta, dado puede ocurrir que no sepan estimar el valor porque desconocen el valor comercial.

Pregunta	Justificación y descripción del ajuste
9. Procedimientos estéticos como cirugías, hormonización entre otros 10. Matrícula, uniformes, libros, útiles escolares y elementos de aseo para el estudio de al menos un niño, niña y/o adolescente del hogar (entre los 0 y 17 años)	
PP_regimen_salud - ¿Cuál de los siguientes regímenes de seguridad social en salud está afiliado como cotizante o beneficiario? 1- Contributivo 2- Especial (Fuerzas Armadas, Ecopetrol, universidades públicas, magisterio) 3- Subsidiado (EPS-S) 9- No sabe (NO LEER).	Se sugiere incluir descripciones, dado que una de las participantes respondió EPS, pero al leer las opciones de respuesta no se identificó con ninguna por lo que el encuestador empleó "No sabe".

Fuente: Elaboración propia. Ipsos. 2026

4. Equipo para el trabajo de campo

Para el trabajo de campo se emplearán los mismos perfiles presentados en el piloto. Solamente se presentarán variaciones frente al número de operadores, encuestadores y supervisores asignados debido al tamaño de la muestra a recolectar.

Para la gestión de campo se requiere de dos tipos de equipos:

1. Equipo telefónico de operadores, compuesto por 10 operadores y 1 supervisor.

   Su función será gestionar telefónicamente, por medio de un guion de agendamiento, los registros de las bases de datos correspondiente a los levantamientos de 2024 y 2025 para la obtención de citas presenciales para la realización de la encuesta.

   Con el número de operadores propuesto (10) se estima lograr realizar el primer barrido de la base de datos en una semana, de acuerdo con los cálculos indicados en la tabla 6.

Tabla 6. Número de operadores para gestión telefónica

Ítem	Cantidad
Número de operadores	10
Número de registros gestionados aprox. por hora	10
Número de horas	9
Número de días hábiles / semana	6
Total registros gestionados por semana	5.400

Fuente: Elaboración propia Ipsos, 2026.

Durante la gestión de campo se revisará la productividad lograda con el equipo propuesto, para determinar si el número propuesto es suficiente o se requieren ajustes.

2. Equipo de recolección presencial de campo, compuesto por 40 encuestadores y 10 supervisores

Inicialmente su función será la realización de las encuestas presenciales en puntos de focalización o sitios que se convengan con los participantes, donde se cumplirán las citas agendadas previamente por el equipo telefónico de operadores. A su vez, tendrá la tarea de realizar el barrido de pagadiarios para ubicar a los hogares no contactados luego de realizados los intentos telefónicos para el agendamiento de la cita.

Dependiendo de la dinámica de cumplimiento de citas en puntos de focalización, se podrá determinar el número de encuestadores que estarán asignados a puntos fijos para la realización de las encuestas, y aquellos que realizarán barridos en los pagadiarios.

Adicional a la estrategias para el empadronamiento, es importante resaltar que se requiere de un equipo suficiente para lograr abarcar las áreas operativas de forma efectiva. Teniendo en cuenta esto, y para cumplir con el objetivo del estudio dentro de los tiempos establecidos y manteniendo estándares adecuados de calidad y seguridad, cada cuadrilla de trabajo en los puntos fijos, así como en el barrido en calle se conformará por:

- Un supervisor, responsables del control operativo, seguimiento de cobertura y validación de datos;
- 2 parejas de censistas por cada supervisor, encargados de la aplicación directa de las encuestas en los pagadiarios y del barrido calle a calle.

Con base en el número de encuestadores propuesto (40) y 10 supervisores en campo, se estima lograr realizar la totalidad de la muestra en los tiempos establecidos para la recolección de campo. Esto de acuerdo con los cálculos presentados en la tabla 7:

Tabla 7. **Número de encuestadores para gestión presencial**

Ítem	Cantidad
Número de encuestadores	40
Número de supervisores	10
Productividad diaria estimada	2
Número de días en campo	55
Número de encuestas realizadas	4.400

Fuente: Elaboración propia Ipsos, 2026.

Estos equipos se organizarán de manera que se asegure una ejecución oportuna y controlada del operativo de campo para lograr 4.400 encuestas, priorizando la aplicación de encuestas en hogares previamente identificados en las mediciones anteriores.

Al igual que en la prueba piloto, estos equipos serán seleccionados de acuerdo con el nivel de experiencia más acorde a este estudio, es decir con previa experiencia en levantamiento de información para estudios sociales y de mercados con ciudadanía.

Del mismo modo que para la aplicación de la prueba piloto, el equipo de levantamiento de campo participará de una sesión específica de entrenamiento enfocada en el tipo de gestión a realizar, ya sea telefónica o presencial, la cual será presencial y tendrá una duración de 4 horas para contextualización de los objetivos de la evaluación, explicación de la metodología de recolección y del instrumento a aplicar.

Como herramienta para la sesión de capacitación se utilizará: un manual de capacitación específico para este estudio (similar al empleado en la prueba piloto), el cuestionario ajustado para la recolección de campo, el guion de agendamiento y la carta de presentación emitida por la SDP.

La agenda de cada entrenamiento por tipo de gestión comprenderá las siguientes temáticas:

i. **Presentación de la evaluación**: contextualización sobre el objetivo de la evaluación, la población objetivo y la descripción de la estrategia de Pagadiarios.
ii. **Enfoque de género y Ejercicios prácticos de lenguaje claro e incluyente:** a cargo de la SDP.
iii. **Orientación sexual e Identidad de género:** a cargo de la SDP.
iv. **Técnica de recolección:** explicación de la técnica de recolección (F2F) por medio de DMC, con posibilidad de que para la realización de las encuestas ya existieran citas previamente agendadas a través de la gestión telefónica realizada inicialmente por parte del equipo de gestión telefónica[6].
v. **Pasos del operativo**: revisión de los pasos definidos en el *Informe metodológico* de esta evaluación para el contacto con la población objetivo. Estos son: Paso 1- Barrido exhaustivo de todos los números de teléfono disponibles en la base de datos para cada hogar, Paso 2 - Agendamiento y realización de encuestas (presenciales y telefónicas); y Paso 3 - Último recurso - búsqueda en el punto de origen para los hogares que resultaron incontactables tras agotar todos los intentos del Paso 1 (ningún teléfono funcionó) y de los cuales se tiene la dirección o georeferenciación del pagadiario donde fueron encuestados en 2024 o 2025.

[6] Corresponde a lo señalado en el numeral 2.2.1 Capacitación para la gestión telefónica.

vi. **Registro de incidencias:** explicación de la importancia del registro completo y detallado de incidencias de la gestión realizada con cada hogar, cuya información permitirá determinar el resultado del operativo planteado y analizar la implementación de acciones correctivas para mejorar la tasa de respuesta, si esta resulta menor a la esperada.

vii. **Revisión de instrumentos y juego de roles:** el equipo, en conjunto, revisará el cuestionario programado en Ifield por medio de un juego de roles o simulacro en el que los encuestadores, por turnos, realizaron lectura de la encuesta, y el equipo a cargo de la capacitación cumplirá el rol de respondiente. En la lectura de cada pregunta se realizarán las aclaraciones técnicas o temáticas que corresponda, por ejemplo, revisión y explicación de las notas aclaratorias para el encuestador. También serán resueltas las inquietudes expresadas por parte del equipo de campo.

Al finalizar la capacitación, el personal de campo para la gestión presencial responderá una evaluación por medio de *Microsoft forms*.

5. Presentación de ajustes para la convocatoria o búsqueda de la población objetivo, cambios en el diseño de la muestra que permitan mejorar los rendimientos, ajuste en el marco muestral y/o cambios en la definición de la sobremuestra para el estudio

Tras la ejecución de la prueba piloto y el análisis detallado de sus resultados operativos y metodológicos se concluye que se requieren ajustes en la estrategia de convocatoria, esto con el fin de aumentar las tasas de contactabilidad y respuesta de la población objetivo. No obstante, de acuerdo con lo señalado en el anexo técnico, no resulta viable realizar cambios en el diseño de la muestra ni ajustes conceptuales en el marco muestral original, tampoco cambios en la definición de la sobremuestra. Es fundamental clarificar que, si bien el marco base del panel se mantiene inalterado, el diseño metodológico sí contempla una ampliación operativa en campo (incorporación de nuevos hogares) como mecanismo de contingencia. Esta ampliación operativa no modifica la definición estructural del marco, sino que actúa como un complemento para garantizar la meta de encuestas. A continuación se abordan estos aspectos con mayor detalle:

a) Ajustes para la convocatoria o búsqueda de la población objetivo:

El diseño metodológico presentado en el producto 1 (sección 3.2) contempla una estrategia de contacto escalonado y multifacético que se ha validado como parcialmente efectivo durante la prueba piloto. La combinación de una "Gestión Intensiva de Contacto Telefónico" (Paso 1) con la "Búsqueda en el Punto de Origen" (Paso 3) como último recurso, proporciona herramientas útiles pero no suficientes para lograr la tasa de re-contacto esperada, por lo que se requiere la implementación de ajustes en la estrategia de convocatoria que permitan aumentar la tasa de respuesta de acuerdo con lo señalado en el numeral *3.2 Acciones de mitigación y planes de acción,* del presente informe. Por este motivo, las acciones propuestas son:

- Articulación institucional: Acompañamiento en campo de personal de la SDIS. Esto busca generar confianza en la población y facilitar el diálogo con administradores de pagadiarios para obtener información de contacto actualizada.

- Comunicación multicanal: Complementar la gestión telefónica y presencial con el envío de mensajes de texto y WhatsApp para invitar a la participación. Además, se distribuirán volantes informativos que expliquen el objetivo del estudio y proporcionen datos de contacto para verificar su veracidad y agendar citas.

- Aprovechamiento de información adicional contenida en la base de datos: Utilizar la información de la variable *RSH_Dir_vivienda* (dirección del Registro Social de Hogares) como una fuente alternativa para localizar a los hogares cuando los datos de contacto principales fallen.

- Enriquecimiento de Información: Solicitar a la SDP datos sobre otros programas distritales en los que participa la población objetivo (como los referidos en la variable *SERVICIO_PUA*) para ampliar las posibilidades de rastreo y contacto.

b) Cambios en el diseño de la muestra y ajuste en el marco muestral:

El diseño del estudio no corresponde a un muestreo probabilístico tradicional, sino a un **estudio de panel con un componente de contingencia censal**. Por lo tanto, no se proponen "cambios" al diseño, ya que la estrategia para ajustar la cobertura está integrada en su propia estructura:

- **Fase 1 (Prioritaria):** Se enfoca en el seguimiento exhaustivo del panel de 2024 y 2025.

- **Fase 2 (Contingente):** Se activa únicamente si la Fase 1 no permite alcanzar la meta de 4,400 encuestas. Esta fase contempla la incorporación de nuevos hogares mediante un barrido sistemático, lo que constituye el mecanismo de "ajuste al marco muestral" ya planificado.

Este diseño en dos fases garantiza que el marco se ajuste dinámicamente a las realidades del campo, priorizando siempre el seguimiento longitudinal y utilizando la incorporación de nuevos hogares como un mecanismo de completitud metodológicamente controlado, que estará sujeto a previo acuerdo con el CTS de la evaluación. Dicho control metodológico se sustenta en los lineamientos técnicos establecidos en el Producto 1 del presente estudio, garantizando la rigurosidad en la integración de los datos mediante dos frentes específicos:

1. Procedimientos de ponderación y ajuste: Se aplicarán los factores cocensales diferenciados y el tratamiento de datos faltantes para aislar analíticamente a los nuevos hogares (muestra de refresco), tal como se detalla en los apartados “Procedimientos de cobertura y control de calidad” y “Cálculo de parámetros y estimadores”.

2. Protocolos de integración y aseguramiento de la calidad: La incorporación de nuevas unidades pasará por estrictos filtros para evitar sesgos, incluyendo el control de duplicaciones, la medición de la tasa de omisión y la validación de consistencia interna y externa, conforme a lo definido en el apartado “Medidas de aseguramiento de la calidad”.

c) Cambios en la definición de la sobremuestra:

El concepto de "sobremuestra" no es aplicable en el contexto de este diseño de panel debido al tamaño limitado del marco muestral. Por este motivo, desde el inicio de la gestión de campo será entregado al equipo de campo la totalidad de los registros del marco muestral.

Para este estudio, la selección de una muestra adicional para reemplazar la no-respuesta corresponderá a la activación de la **Fase 2: Incorporación de nuevos hogares**. Esta fase no corresponde a una sobremuestra, sino que será una extensión controlada del operativo de campo para garantizar el tamaño muestral final, cuyos datos serán tratados estadísticamente (mediante factores co-censales, como se detalla en la sección 3.6.3 del Diseño metodológico) para asegurar su validez.

Respecto al impacto de estas estrategias en los indicadores de desempeño operativo (contactabilidad y tasa de respuesta), su evaluación se realizará durante el desarrollo del trabajo de campo. Dada la alta volatilidad residencial de la población objetivo, no se establecen estimaciones cuantitativas a priori; sin embargo, se anticipa cualitativamente que la Fase 1 presentará los desafíos de contactabilidad propios de la atrición del panel, mientras que la activación de la Fase 2 funcionará como el mecanismo estabilizador para compensar y asegurar la tasa de respuesta global. El monitoreo en tiempo real de estos indicadores permitirá tomar decisiones operativas oportunas sin comprometer el rigor metodológico.

Ipsos se acoge a las siguientes normas de calidad:

EO-CER894739 CO-SC-CER894736
Prestación de servicios de investigaciones de mercado, social y de la opinión, en el ámbito Nacional e Internacional

Este estudio fue realizado bajo un Sistema de Gestión de Calidad certificado en las normas ISO 20252:2019 ISO 9001:2015