EVALUACIÓN PAGADIARIOS

RESULTADOS PRUEBA PILOTO

SECRETARÍA DISTRITAL DE PLANEACIÓN - SDP

09 marzo 2026

icontec ISO 20252 EO-CER894739
Prestación de servicios de investigaciones de mercado, social y de la opinión, en el ámbito Nacional e Internacional
icontec ISO 9001 CO-SC-CER894736
IQNET CERTIFIED MANAGEMENT SYSTEM
Este estudio fue realizado bajo un Sistema de Gestión de Calidad certificado en las normas ISO 20252 2019 ISO 9001 2015

Ipsos Public Affairs

I. FICHA TÉCNICA PRUEBA PILOTO

Técnica e instrumento: Encuestas presenciales con aplicación de cuestionario estructurado en iField.

Cronograma de actividades:

Actividad	Fecha	Equipo
Capacitación equipo gestión telefónica	23 de febrero	1 coordinador de campo + 1 encuestador telefónico
Capacitación equipo gestión presencial	26 de febrero	1 coordinador de campo + 1 supervisor de campo + 2 encuestadores presenciales
Gestión telefónica	Del 24 de febrero al 4 de marzo	-
Gestión presencial	Del 27 de febrero al 4 de marzo	-

Muestra y registros seleccionados para la prueba piloto:

Localidad	Muestra planteada	Registros Muestra	Registros sobremuestra	Total registros disponibles
Kennedy	5	5	1	6
Santa Fe	5	5	1	6
Total	**10**	**10**	**2**	**12**

La selección 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 prevé que el uso de los hogares seleccionados para la prueba piloto no impactará sustancialmente en el número de hogares disponibles por localidad para la recolección de campo.

II. PASOS DEL OPERATIVO DE CAMPO

1. GESTIÓN INTENSIVA DE CONTACTO TELEFÓNICO PARA AGENDAMIENTO DE CITAS:

Barrido exhaustivo de **todos los números de teléfono disponibles** en la base de datos para cada hogar, que incluye el contacto principal, demás miembros del hogar y otros contactos, con el fin de agendar una cita para realizar la encuesta. La técnica de aplicación de la encuesta se adaptará a la ubicación actual del hogar:

- **En Bogotá o municipios aledaños: Encuestas presenciales**, para lo cual, la cita se podrá agendar en un lugar de conveniencia para la persona (por ejemplo, **punto de focalización** definido por Ipsos, con el fin de citar a varias personas en el mismo día y lugar), o en su defecto en la dirección de residencia actual (sea un pagadiario u otro tipo de vivienda). Solo en caso de ser imposible la disponibilidad presencial y ser solicitado por el encuestado, la encuesta se realizará vía telefónica.
- **Fuera de Bogotá (zonas alejadas): Encuestas telefónicas,** ofreciendo flexibilidad de horarios para la llamada.

Se considera un "***fracaso de contacto telefónico***" solo después de realizar un mínimo de tres intentos de llamada a cada número disponible, en diferentes días y horarios, sin obtener respuesta o si los números están fuera de servicio o son errados.

2. BÚSQUEDA PRESENCIAL EN EL PUNTO DE ORIGEN:

Este paso se activa únicamente para los hogares que resultaron incontactables tras agotar todos los intentos del Paso 1 (ningún teléfono funcionó para el contacto) y de los cuales se tiene la dirección o georeferenciación del pagadiario donde fueron encuestados en 2024 o 2025.

Objetivo de la Visita en el punto de origen:

- **Verificar residencia:** Confirmar si el hogar todavía reside en ese lugar. Si es así, se intentará realizar la encuesta en el momento o agendarla.
- **Obtener pistas:** Si el hogar ya no reside allí, el equipo indagará con el administrador del establecimiento para obtener información sobre su posible nueva ubicación o un número de contacto actualizado.

El criterio para validar que un registro fue gestionado correctamente corresponde a dos (2) visitas presenciales en diferentes horarios y días de la semana, cuya gestión se realizará a partir de las 6 am.

III. RESULTADOS FINALES PRUEBA PILOTO

-Como resultado de esta gestión se obtuvieron 5 agendamientos para el viernes 27 de febrero: 4 en Kennedy en el punto de convocatoria Coliseo Cayetano Cañizales y 1 en Santa Fe en el punto de convocatoria Planetario Distrital; sin embargo, solo 3 de esas citas resultaron efectivas, todas de Kennedy.

-La otra encuesta efectiva en Kennedy se logró mediante visita directa al pagadiario el sábado 28 de febrero en horas de la mañana. Esta encuesta fue realizada al mismo hogar que no pudo cumplir la cita del día anterior.

-Con relación a los 2 hogares restantes de Kennedy, para ambos la información proporcionada al visitar el pagadiario para realizar la encuesta presencial es que no viven ahí y tampoco los conocen. Esta información fue corroborada al consultar con las personas que respondieron la encuesta el día anterior. Por lo anterior, se puede concluir que ambos hogares resultaron no contactables tanto de manera telefónica como presencialmente.

-Respecto a la gestión adelantada con los hogares de la localidad de Santa Fe, como se mencionó anteriormente, solo un hogar fue contactado de manera telefónica, sin embargo, incumplió la cita en 2 oportunidades (viernes 27 de febrero y miércoles 4 de marzo).

-El viernes 27 de febrero se realizó visita al pagadiario para intentar ubicar a las personas no contactadas telefónicamente. Allí nos indicaron que el sitio ya no funciona como Pagadiario sino como sitio de webcams. En conversación con la administradora del lugar, ella nos indicó que a partir de noviembre habían cerrado el uso del establecimiento como pagadiario dado que luego de que el establecimiento participó en la encuesta anterior fueron visitados por Inmigración, quienes según ella manifestó, les abrieron un proceso por tener usuarios migrantes indocumentados; les informaron que la multa sería de 7 millones por persona y esto les llevó a tomar la decisión de cerrar. Sin embargo, al indicarle los nombres de las personas que buscamos indicó que recordaba a 2 de ellas; para una informó que ahora vive en Medellín y nos suministró su número celular (a quien posteriormente contactamos telefónicamente, pero no contestó las llamadas, y que por medio de Whatsapp indicó que no le interesaba la encuesta). Para el otro hogar que la administradora indicó recordar manifestó desconocer su ubicación actual. Por lo anterior, se puede concluir que los 6 hogares resultaron no contactables tanto de manera telefónica como presencialmente.

III. RESUMEN RESULTADOS PRUEBA PILOTO

Como resultado de la gestión de los pasos 1 y 2, se obtuvo el siguiente resultado:

Muestra obtenida:

4 encuestas que corresponden al 40% de la muestra esperada, todas en Kennedy.

Localidad	Muestra planteada	Muestra lograda	% alcanzado
Kennedy	5	4	80%
Santa Fe	5	0	0%
Total	10	4	40%

Resultado final gestión telefónica + presencial

33% de efectividad luego de completada la gestión.

Resultado final	Kennedy	Santa Fe	Total piloto	% alcanzado
Encuesta efectiva	4	0	4	33%
No contactable	2	4	6	50%
Rechazo	0	2	2	17%

A continuación describimos las situaciones que llevaron a determinar cada tipo de resultado obtenido.

III. RESULTADO GESTIÓN TELEFÓNICA (PASO 1)

Incidencias finales gestión telefónica	3.SANTA FE	8.KENNEDY	Total general
ENCUESTA EFECTIVA PRESENCIALMENTE CON PREVIO AGENDAMIENTO TELEFÓNICO		**3**	**3**
BUZON DE VOZ	2		2
CONTACTO NO EFECTIVO	1		1
FUERA DE SERVICIO	1		1
INCUMPLE CITA	1	1	2
NO ESTA ACTIVADO	1		1
NO GESTIONABLE		1	1
YA NO VIVE AHÍ		1	1
Total general	**6**	**6**	**12**

Resultado por número de marcaciones	3.SANTA FE	8.KENNEDY	Total general
⊟**0**		**1**	**1**
NO GESTIONABLE		1	1
⊟**1**		**2**	**2**
YA NO VIVE AHÍ		1	1
ENCUESTA EFECTIVA PRESENCIALMENTE CON PREVIO AGENDAMIENTO TELEFÓNICO		1	1
⊟**2**		**3**	**3**
INCUMPLE CITA		1	1
ENCUESTA EFECTIVA PRESENCIALMENTE CON PREVIO AGENDAMIENTO TELEFÓNICO		2	2
⊟**3**	**1**		**1**
FUERA DE SERVICIO	1		1
⊟**4**	**1**		**1**
CONTACTO NO EFECTIVO	1		1
BUZON DE VOZ	1		1
⊟**6**	**1**		**1**
NO ESTA ACTIVADO	1		1
⊟**7**	**2**		**2**
BUZON DE VOZ	1		1
INCUMPLE CITA	1		1
Total general	**6**	**6**	**12**

III. RESULTADO GESTIÓN PRESENCIAL (PASO 2)

Esta gestión se realizó para los 9 registros no efectivos por medio de la gestión del paso 1

Incidencias finales gestión presencial a registros no contactados telefónicamente	3.SANTA FE	8.KENNEDY	Total general
YA NO EXISTE EL PAGADIARIO	5		5
NO VIVE EN LA DIRECCION		2	2
INCUMPLE CITA	1		1
ENCUESTA EFECTIVA PRESENCIALMENTE VISITANDO EL PAGADIARIO		**1**	**1**
Total general	**6**	**3**	**9**

Número de marcaciones	3.SANTA FE	8.KENNEDY	Total general
1	**5**	**3**	**8**
NO VIVE EN LA DIRECCION		2	2
YA NO EXISTE EL PAGADIARIO	5		5
ENCUESTA EFECTIVA PRESENCIALMENTE VISITANDO EL PAGADIARIO		1	1
2	**1**		**1**
INCUMPLE CITA	1		1
Total general	**6**	**3**	**9**

IV. ESTRATEGIAS PARA LA RECOLECCIÓN DE CAMPO

1. Revisar si los hogares que no contactables así como los rechazos participan de alguna estrategia con el fin de ubicarlos de buscar otra manera. (Pendiente consultas enviadas acerca de la BDD unificada- variable SERVICIO_PUA).
2. Posibilidad de ofrecer incentivo económico a los registros que rechacen participar, es decir potencialmente encuestables, luego de culminada la gestión presencial en cada localidad.
3. Sensibilización previa por parte de la SDP a los participantes de los levantamiento anteriores para lograr mayor participación de la encuesta.
4. Sensibilización por parte de la SDP a administradores de pagadiarios para lograr mayor aceptación al visitar los establecimientos en caso de que sea necesaria la gestión presencial.
5. Como se indica en el diseño metodológico, si luego de realizada la gestión telefónica y presencial para contactar a los hogares de los levantamientos de 2024 y 2025 no se completan las 4.400 encuestas esperadas, se dará inicio de gestión de Barrido e Identificación de Nuevos Hogares en Campo.

V. SIGUIENTES PASOS

1. Ampliación del piloto: Incluir 6 nuevos hogares en Santa Fe en otros Pagadiarios, sin convocatoria en punto específico, sino indagando dónde desean responder la encuesta.
2. Búsqueda de literatura de otras opciones para ubicar a la población objetivo
3. Gestión a través de RRSS.
4. Revisar si dirección de BDD coincide con la registrada en variable RSH_Dir_vivienda.
5. Realizar avanzada en Pagadiarios dejando información acerca del estudio. Pendiente reunión con SDIS respecto a ejercicio que realizarán en campo para revisar si podemos articularlo con el estudio.
6. Indagar con la población cuál es la mejor manera de contactarlos en el futuro.
7. Revisión conjunta observaciones del cuestionario de la prueba piloto
8. Pendiente respuesta a inquietudes BD unificadas, para proceder con estructuración BDD para campo
9. Envío de informe Prueba piloto: 17 de marzo.