

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

**Planeación Encuesta Económica Para El Levantamiento De Una Base De Datos Del
Barrio Restrepo**

Luis Anderson Lucero y July Katherine Díaz

Trabajo de grado para optar al Título de Contador Publico

Director

Nancy María Sánchez.

Programa de Contaduría Pública, Universidad Antonio Nariño

2020

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

1 TABLA DE CONTENIDO

2	Lista de tablas	5
3	Lista de gráficas	6
4	Introducción	7
4.1	Planteamiento del problema	8
4.1.1	Antecedentes	8
4.1.2	Descripción del problema	13
4.1.3	Pregunta problema	14
5	Objetivos	15
5.1	Objetivo general	15
5.2	Objetivos específicos	15
6	Justificación	16
7	Método de investigación	18
7.1	Parte 1 Geográfica y Cartográfica:	18
7.2	Parte 2 Ubicación y Orientación del encuestador según la forma de la manzana:	30
7.3	Parte 3 Cálculos matemáticos para establecer el personal que se requiere para el trabajo de campo.	32
7.4	Parte 4 Diseño de las preguntas, formatos y formularios que requiere la encuesta:	35

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

7.5	Parte 5 Metodología para la capacitación del personal: encuestadores y supervisores:	44
7.6	Parte 6 Modalidad de aplicación será la siguiente:	54
7.6.1	Funciones de cada perfil Operativo:	56
7.6.2	Director:	56
7.6.3	Coordinador:	56
7.6.4	Supervisores:	56
7.6.5	Encuestador:	57
7.6.6	Operario Informático:	57
7.6.7	Encuestador:	57
7.6.8	Dinámica De Trabajo De Campo:	58
7.6.9	Materiales del Encuestador	59
7.6.10	Tareas del Encuestador: Desarrollo general del operativo	60
7.7.	METODOLOGÍA COSTOS	64
8	Marcos de Referencia	68
8.1	Marco Teórico	68
8.2	Marco Conceptual	76
8.3	Marco Legal	81
8.4	Marco Temporal	88
8.5	Marco Espacial	89

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

9 conclusiones	90
10 anexos	91
10.1 Glosario	91
11. Bibliografía	92

2 Lista de tablas

Tabla 1. Cuestionario	29
Tabla 2. Ley 1266 de 2008	36
Tabla 3. Materiales del encuestador	36
Tabla 4. Teóricos	47

3 Lista de gráficas

Ilustración 1. Localidades Bogotá (Compensar Tenderos).	16
Ilustración 2. Imagen aerografica barrio Restrepo. (Google maps).	17
Ilustración 3. Plano general	18
Ilustración 4.Sector 1	19
Ilustración 5. Sector 2	20
Ilustración 6. Sector 3	21
Ilustración 7.Sector 4	22
Ilustración 8. Sector 5	23
Ilustración 9.Sector 9	24
Ilustración 10. Sector 7	25
Ilustración 11.Sector 8	26
Ilustración 12.Sector 9	27
Ilustración 13.Manzana Rectangular	28
Ilustración 14.Manzana Triangular	28
Ilustración 15.Manzana cinco lados	28
Ilustración 16.Manzanas pasajes internos	29
Ilustración 17.Formulario encuesta	32

4 Introducción

El presente trabajo se desarrolla para planeación de una actividad con fines de una encuesta con la finalidad de levantar una base de datos para caracterizar aquellas personas que ejercen alguna actividad económica y se encuentran ubicadas en el barrio Restrepo en la localidad Antonio Nariño de la ciudad de Bogotá DC.

La problemática en la actualidad es la falta de una base de datos de los emprendedores formales e informales pequeños y medianos empresarios, establecimientos comerciales y otros, que ejerzan una actividad económica o fabril en el barrio Restrepo, esta información es requerida por varias entidades públicas y privadas para realizar y promover diferentes actividades de tipo social, político, económico, educativo y cultural especialmente a las personas involucradas. Pues por falta de esta base de datos se carece de una información exacta para ejecutar las diferentes actividades en pro de esta parte de la población. Sin embargo, más allá de evidenciar el problema es poder brindar una solución para que estas entidades puedan obtener dicha información y se le facilite a un futuro inmediato el desarrollo de sus proyectos que desean con la comunidad.

Este trabajo tiene como enfoque fortalecer y retroalimentar las bases de datos de los diferentes entes que la solicitan, la universidad Antonio Nariño, la alcaldía local Antonio Nariño y la junta de acción comunal barrio Restrepo. Por lo cual el lector encuentra en el presente documento el problema, el referente teórico, y la caracterización de la planeación del levantamiento de una base de datos formal a través de una encuesta realizada por

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

estudiantes de último semestre de la facultad de contaduría pública de la universidad Antonio Nariño.

4.1 Planteamiento del problema

4.1.1 Antecedentes

Las encuestas empresariales nacieron en Alemania en 1948, cuando el Instituto IFO (Instituto para la Investigación Económica de Múnich) entrevistó a solicitud del gobierno a varios empresarios alemanes con el propósito de verificar si la reforma monetaria de esos años había producido los cambios esperados. Dada la urgencia que había en aquella época por conocer los resultados, y por el hecho de que no se contaba con un método tradicional que lograra medir ese tipo de percepciones, se decidió hacer el diseño de preguntas de tipo cualitativo. De esta forma, fue así como a partir de 1950, el instituto IFO inició un programa de encuestas empresariales con el propósito de obtener indicadores de avance de la actividad económica en la República Federal de Alemania. Algunas otras primeras encuestas empresariales se llevaron a cabo por la Confederación de Industrias Británicas y el Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos (INSEE) DE Francia, las cuales tuvieron una importante influencia en los años cincuenta. Posteriormente, instituciones como los bancos centrales - en Japón y Bélgica, por ejemplo – se convirtieron en líderes de la realización de encuestas de tendencia ante la necesidad de contar con información actualizada.

Paul Lazarsfeld, norteamericano de origen polaco, precursor de la Sociología Empírica en Estados Unidos, el año 1950 en su discurso durante el Congreso Anual de la American Association for Public Opinion Research, planteó que era un deber de los investigadores que realizaban encuestas actuar como cronistas de los hechos. Para

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Lazarsfeld, el potencial de las encuestas radicaba en la capacidad de entregar evidencias objetivas para la interpretación histórica de las sociedades. A su juicio, el valor de las encuestas estaría en documentar las opiniones, sentimientos e inquietudes de las sociedades en momentos determinados del tiempo, dejando de lado las interpretaciones y distorsiones propias de la subjetividad de los investigadores. (Ceo centro de estudios de opinión)

Actividades del CIRET - Centro de Investigación Internacional sobre Tendencia Económica. Fundada en 1953, CIRET es un foro para los principales economistas e instituciones que llevan a cabo y analizan datos de la encuesta de opinión empresarial y de consumo. De manera más reciente, la Unión Europea, concretamente la Dirección General para la Ayuda Económica y Financiera, ha participado activamente en el diseño y la promoción de un sistema armonizado para este tipo de encuestas junto con la OCDE. La experiencia alemana configura el principal referente para que, en Colombia, la Fundación para la Educación y el Desarrollo, Fedesarrollo, avanzara en la realización de una encuesta de Opinión de la misma naturaleza. (Fedesarrollo).

En 1969 Rafael Segovia realizó una investigación sobre las actitudes políticas de los escolares. Para ello encuestó a casi 3,600 estudiantes de quinto y sexto de primaria y primero, segundo y tercero de secundaria sobre las actitudes políticas de los escolares mexicanos en los estados de Jalisco, Nuevo León, Tabasco, Oaxaca, México y la Ciudad de México (el cuestionario puede verse en este link a partir de la página 156). Los resultados vieron la luz en forma de libro: La politización del niño mexicano. (Letras libres, historia de las encuestas).

Desde el año 2001 el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) implementa la Encuesta de Micro establecimientos, cuyo objetivo es medir la

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

coyuntura y estructura de las empresas con hasta nueve personas ocupadas. La investigación estudia los establecimientos que por su número, dinámica y dispersión son excluidos de las encuestas anuales de comercio, manufacturas y servicios. El seguimiento de estas unidades se basó en sus inicios en un marco de áreas económico, producto de diferentes pruebas y programas piloto, realizados entre 1996 y 1999, a través de los cuales se buscaba capturar la información de este segmento de la economía.

A partir del primer trimestre del 2002, la encuesta se realizó en forma continua para obtener información de evolución trimestral y de estructura del año 2001. En el año 2003, sólo se pudo realizar la etapa de estructura referida al 2002, por problemas presupuestales. Para el año 2004, se retomó la recolección de información para los cuatro trimestres y la etapa de estructura para los años 2003 y 2004, con cobertura para las 14 principales áreas metropolitanas del país.

En el año 2005, la muestra de la encuesta se amplía a las 24 ciudades y sus áreas metropolitanas.

A partir de 2006, se reinicia la medición de los micro establecimientos con cobertura nacional para la etapa de estructura y desde el primer trimestre de 2007 se adelantó la medición de coyuntura o evolución trimestral para el total nacional. (Dane-encuesta de micro establecimientos)

La Encuesta de micro establecimientos 2012 - 2016, Proporciona información estratégica que permite conocer la estructura y evolución en el mediano plazo (anual) de los establecimientos con hasta 9 personas ocupadas en las actividades de comercio, servicios e industria y que además cumplen con las siguientes características: i) llevan más de un año

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

de operación y ii) ocupan el mismo espacio físico. (Dane-encuesta de micro establecimientos).

Realizar la planeación de una encuesta económica para el levantamiento de una base de datos del Barrio Restrepo de la localidad Antonio Nariño de la ciudad de Bogotá D.C.

Se diseñará un cuestionario que incluirá dos secciones la primera es la información del establecimiento, la segunda información tributaria contable, previamente analizando las preguntas necesarias y adecuadas, para indagar y recolectar la información económica que se desea obtener al momento de realizar la encuesta, y que a su vez tengan las características para satisfacer la necesidad de las tres entidades que la solicitan esta base de datos.

El universo definido para esta encuesta es la localidad Antonio Nariño ciudad de Bogotá D.C. el segmento escogido es la (UPZ 38), por su alto impacto de actividad económica en la zona y la muestra total de la población serán las 144 manzanas que contiene el barrio Restrepo se aproximan a un promedio de 25 construcciones por manzana la cual daría un estimado de 3600 encuestas a realizar pero teniendo en cuenta que habrá unidades con más de un establecimiento comercial y en su interior actividades industriales el cual le podremos dar un cálculo de tres encuestas por unidad de construcción por cada una de las manzanas para un total de 10800 encuestas con un margen de error del 30%, el cual consta de los establecimientos comerciales, industriales, de prestación de servicios o mixtas ya establecidos legalmente conocidos como grandes superficies o cadenas de negocios con sucursales a nivel nacional ocupando una unidad de construcción o más y las unidades de uso para entidades gubernamentales y espacios públicos.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

A nivel comercial: supermercados de cadena, droguerías, tecnología, alimentos, almacenes de calzado, ropa, restaurantes, panaderías, discotecas, bares, billares, concepcioneros de motocicletas y automóviles, repuestos para automóviles, estaciones de gasolina entre otros.

A nivel industrial como: bodegas para uso fabril para la transformación de materia prima de diversos productos.

A nivel de prestación de servicios como: entidades bancarias, funerarias, moteles, entidades de educación privada, universidades, institutos, colegios, jardines infantiles, academias de conducción, entidades promotoras para la salud y demás.

Mixtas: empresas que tienen más de dos actividades como por ejemplo aquellas que se dedican a transformar el producto pero que a su vez lo comercializan o prestan un servicio adicional como por ejemplo las empresas de telecomunicaciones y a su vez comercializan con dispositivos móviles y aparatos electrónicos de última generación.

A nivel gubernamental o público como: predios usados para alcaldías locales, juntas de acción comunal, estaciones o caí de policías, estaciones de bomberos, entidades de salud públicas, iglesias, parques, cementerios y demás predios o establecimientos que pertenezcan al gobierno.

Las actividades económicas anteriormente mencionados son los que a simple vista se pueden deducir por el supervisor de campo, líder que se le asignara un numero de manzanas y de encuestadores para realizar tal labor, y el cual dará instrucciones a su grupo de como diligenciar aquellos establecimientos o espacios que no ameritan ser encuestados pues estos ya están legalmente constituidos solo se les tomara el nombre jurídico del

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

establecimiento, teléfono y la nomenclatura completa para establecer el tipo de actividad que ejerce y la área que ocupa en la manzana.

Universidad Antonio Nariño, la alcaldía menor de la localidad Antonio Nariño y la junta acción comunal de la alcaldía Antonio Nariño; para contribuir con sus necesidades de información y dar manejo apropiado y productivo en los diferentes proyectos económicos, políticos y sociales, que pretende cada una de estas instituciones con dicha comunidad.

Plantear en un tiempo de 6 meses, como se realizaría la construcción de una base de datos de los emprendedores formales e informales pequeños y medianos empresarios, establecimientos comerciales, y alguna actividad económica o fabril en el barrio Restrepo, para establecer la cantidad de personas que ejercen una actividad económica de manera formal e informal.

El propósito es desde la UAN brindarles en un futuro corto asesoría en la parte contable y contributiva, a través de un consultorio contable que próximamente será y abierto al público por la universidad con el fin de contribuir al desarrollo económico de dicha actividad de este segmento.

4.1.2 Descripción del problema

La falta de una base de datos de información económica por parte de las entidades interesadas la universidad Antonio Nariño, Alcaldía local Antonio Nariño y la Junta de Acción comunal para atender las necesidades de interés social, político, económico, educativo y cultural del barrio Restrepo.

La Junta de Acción Comunal y la Alcaldía local, necesitan conocer realmente la cantidad de los establecimientos que se encuentran en el sector. Y con ello poder

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

desarrollar sus proyectos de capacitación educativa, empresarial y cultural; así como poder ejecutar sus programas de campaña, contribuyendo con el fortalecimiento empresarial.

En cuanto a la Universidad Antonio Nariño, su necesidad es poder establecer una caracterización de las diferentes actividades económicas ejercidas en el sector, al igual que poder determinar la cantidad de establecimientos conformados, para poder brindar asesorías de tipo contable y tributario, y a su vez apoyar a la comunidad con prácticas de responsabilidad social.

4.1.3 Pregunta problema

¿Cómo suplir la ausencia de una base de datos de información económica que carecen los diferentes entes de la localidad Antonio Nariño, para que puedan realizar sus diversos proyectos de orden social, político, económico, educativo y cultural en pro del desarrollo de la comunidad del barrio Restrepo?

5 Objetivos

5.1 Objetivo general

Realizar la planeación de una encuesta para el levantamiento de una base de datos que contribuya con la caracterización de las diferentes actividades económicas ejercidas en este sector de la localidad Antonio Nariño y suplir las necesidades.

5.2 Objetivos específicos

- Obtención cartografía del sector.
- Delimitación del sitio a trabajar.
- Diseño del instrumento para la recolección de información.
- Planeación logística y despliegue.

6 Justificación

La presente investigación se desarrolla frente a la problemática actual que se evidencia en la localidad Antonio Nariño barrio Restrepo. De acuerdo con la necesidad de la Universidad Antonio Nariño, la Junta de Acción comunal y Alcaldía local, de obtener una base de información en la cual se pueda cuantificar la cantidad de actividades ejercidas y establecimientos económicos en este segmento de la localidad en la ciudad de Bogotá. Se busca contribuir con la misma para que la universidad pueda desarrollar funciones contables, además de una función sustantiva de extensión y a su vez apoyar a la comunidad con prácticas de responsabilidad social. A nivel de la Junta de Acción comunal y Alcaldía local, contribuiremos brindando una localización más exacta de la totalidad de establecimientos que se encuentran en este segmento, con ellos estas dos entidades podrán ejecutar sus diferentes proyectos sociales, culturales educativos y de orientación empresarial. Adicional se realiza dado que no ha habido proyectos de investigación contundentes enfocados a realizar este tipo de análisis, en el barrio Restrepo. Es un proyecto que genera gran impacto tanto para la universidad, como para las entidades que requieren esta información y a su vez para los establecimientos, pues como se mencionó anteriormente se pretende asistir a la comunidad dando un asesoramiento orientando a que cada sociedad pueda obtener un mayor conocimiento en las diferentes ramas de la Contaduría Pública.

De acuerdo al estudio realizado se evidencia que anteriormente no se ha desarrollado una encuesta en este segmento de la localidad Antonio Nariño, que se enfoque

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

a determinar la cantidad de actividades ejercidas, se logró evidenciar que se han ejecutado otras encuestas de carácter multipropósito en la localidad, las cuales no solo analizan la evolución de su población en temas de condiciones de vida, entorno y capacidad de pago, sino la evaluación de diferentes iniciativas públicas establecidas en sus planes, programas y proyectos. (Secretaría de Planeación, encuesta multipropósito 2017). Adicional se han ejecutado encuestas para caracterizar las personas LGBTI, mediante este mismo tipo modelo, fueron visitados 20.518 hogares para un total de 61.725 encuestados. La Localidad de Antonio Nariño en el año 2014 contaba con 110.027 habitantes que representaban 1.41% del total de los habitantes de Bogotá D.C., el crecimiento exponencial de la localidad fue de 0.53%, en comparación a la población de 2011 que era de 108. 307 habitantes. (Habitatbogota, diagnósticos locales).

7 Método de investigación

7.1 Parte 1 Geográfica y Cartográfica:

A continuación, conceptualizaremos y presentaremos imágenes gráficas para ilustrar al lector de la ubicación de nuestro segmento escogido para dicha encuesta económica para el levantamiento de una base de datos. Está compuesto por universo, segmento y la muestra de la población.

- Universo:** Para esta encuesta nuestro universo es la localidad (15), Antonio Nariño de la ciudad de Bogotá D.C. Antonio Nariño está ubicado en el sur de la ciudad y limita, al norte, con la localidad de Los Mártires y Puente Aranda; al sur, con las localidades de Rafael Uribe Uribe y Tunjuelito; al oriente, con la localidad de San Cristóbal, y al occidente, con Puente Aranda.

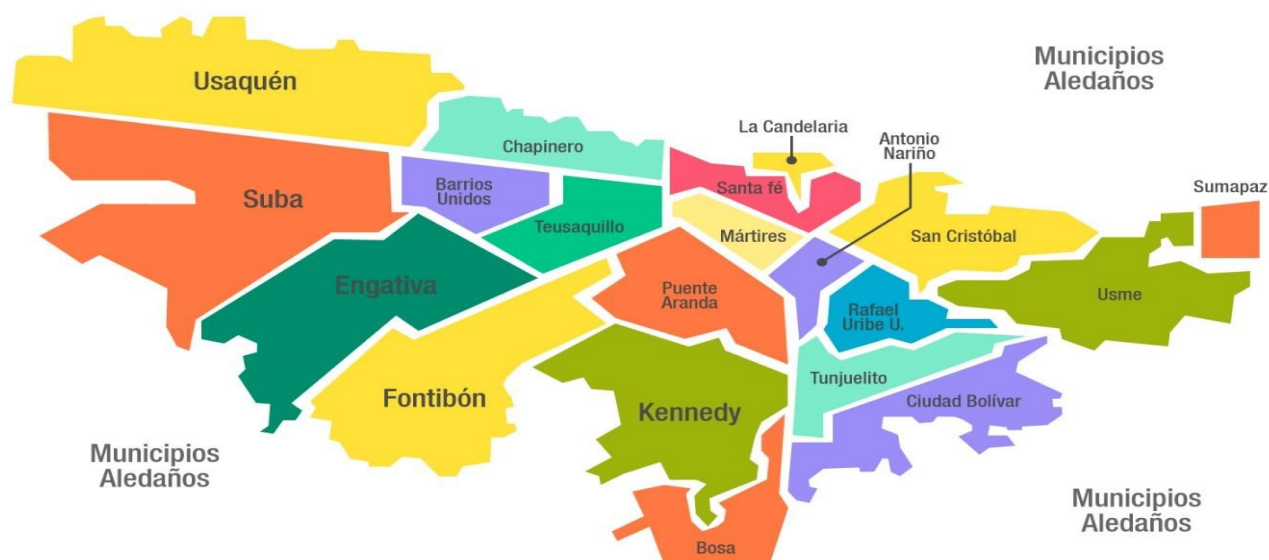


Ilustración 1. Localidades Bogotá (Compensar Tenderos).

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

- **Segmento:** Se seleccionó la (UPZ38), barrio el Restrepo por su impacto económico en la zona.

La UPZ Restrepo tiene una extensión de 355 áreas. limita, por el norte, con la avenida Fucha (calle 8ª sur) y la avenida de La Hortua (calle 1ª); por el oriente con la avenida caracas carretera a Usme; por el sur con la avenida Primero de Mayo y la avenida General Santander (carrera 27) La UPZ Restrepo se ubica en el costado occidental de la localidad Antonio Nariño, tiene una extensión de 354,7 hectáreas, equivalentes al 72,7% del total del área de las UPZ de la localidad y se clasifica con centralidad urbana, sector consolidado, donde el uso residencial dominante ha sido desplazado por usos que fomentan la actividad económica.

A continuación, imagen gráfica del área total que comprende el barrio Restrepo.

PLANO DEL AREA TOTAL SIN SECTORIZAR DEL BARRIO RESTREPO

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

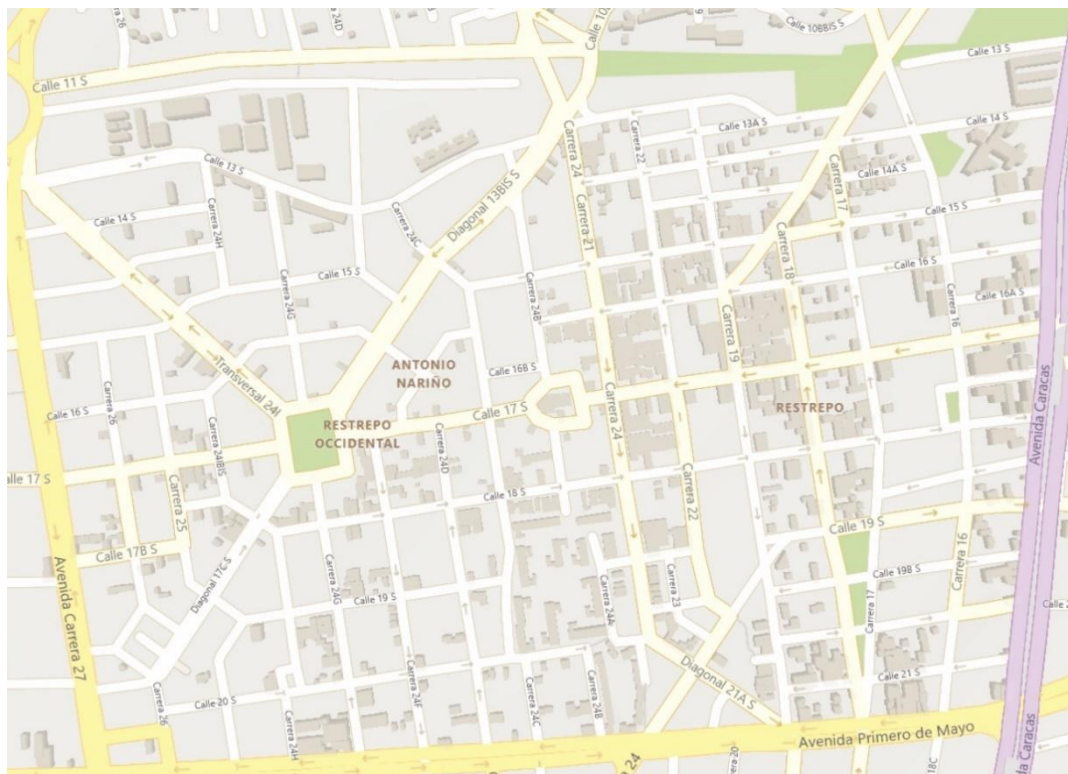


Ilustración 2. Imagen aerográfica barrio Restrepo. (Google maps).

- **Muestra de la Población:** Para este caso la muestra total serán las 144 manzanas que conforman el barrio Restrepo.

Por estrategia geográfica y para mayor comprensibilidad de los futuros ejecutores de esta encuesta, los investigadores de este proyecto deciden sectorizar el total del área en nueve sectores para atacar uniformemente toda el área y poder tener resultados simultáneos de todos los sectores.

A continuación, plano sectorizado en general del barrio Restrepo, caracterizando uno a uno los sectores por colores diferentes y posteriormente codificándolos con numeración simple y entendible, con el total de sus manzanas correspondientes.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

PLANO GENERAL DEL BARRIO RESTREPO

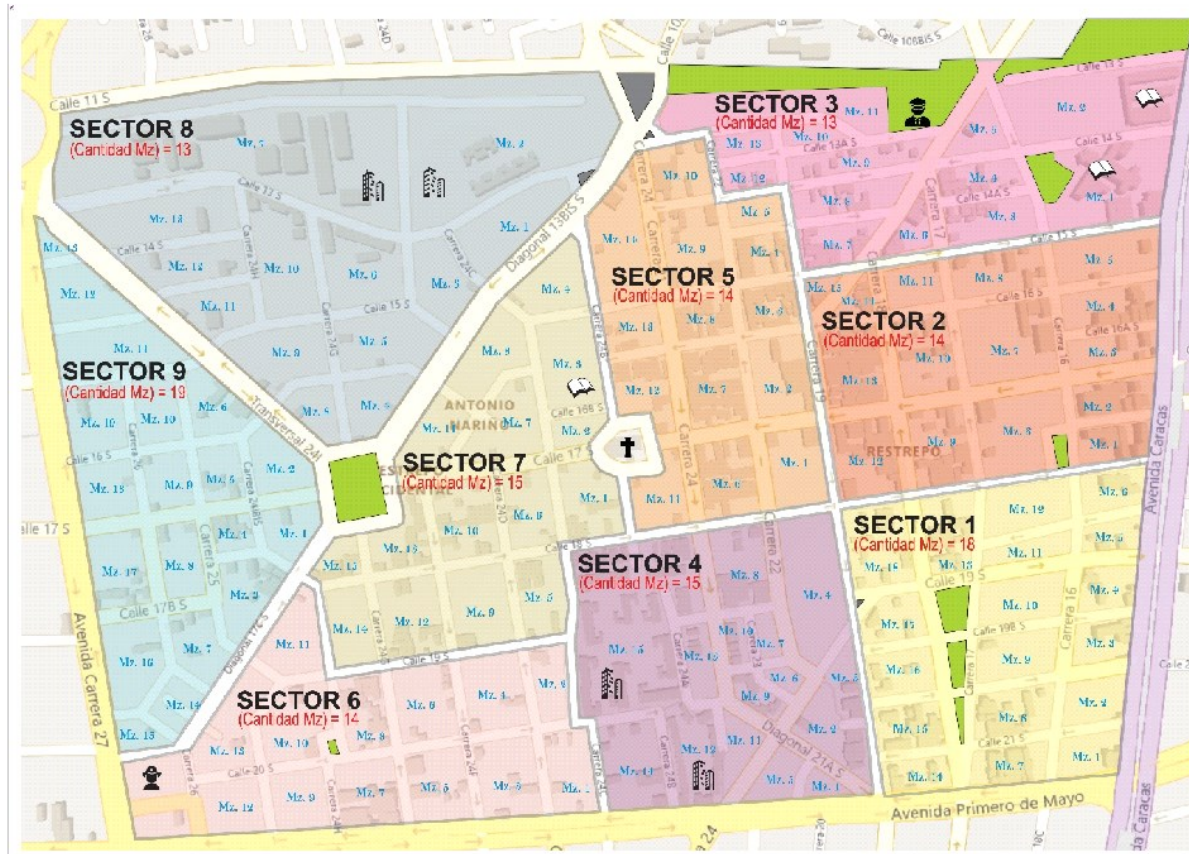


Imagen No.3; tomada de la secretaria de planeación distrital de Bogotá D.C. y reformada con ajustes pertinentes al proyecto.

- | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| ■ Sector 1; cantidad de (MZ)=18 | ■ Sector 4; cantidad de (MZ)=15 | ■ Sector 7; cantidad de (MZ)=15 |
| ■ Sector 2; cantidad de (MZ)=14 | ■ Sector 5; cantidad de (MZ)=14 | ■ Sector 8; cantidad de (MZ)=13 |
| ■ Sector 3; cantidad de (MZ)=13 | ■ Sector 6; cantidad de (MZ)=14 | ■ Sector 9; cantidad de (MZ)=19 |

Ilustración 3. Plano general

Manzana: Es el total de las unidades o infraestructuras que se encuentran por todos sus lados, Norte, sur, occidental y oriental decodificadas con nomenclaturas de identificación catastral.

Para este trabajo se codifican los sectores por numeración y posterior la sigla (MZ) que significa manzana, seguido de un número que se le asigna por orden de ubicación.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

A continuación, imágenes gráficas y descripción de ubicación geográfica por las carreteras, transversal, calle y diagonal por cada uno de los nueve sectores seleccionados para la muestra.

- **SECTOR 1:** Está ubicada hacia el sur por la carrera 14, llamada avenida caracas hasta la carrera 19 por su lado norte, por su costado occidental la calle 22 sur o llamada primera de mayo, hasta la calle 18 sur, por su costado oriental.



Ilustración 4.Sector 1

- **SECTOR 2:** Está ubicada hacia el sur por la carrera 14, llamada avenida caracas hasta la carrera 19 por su lado norte, por su costado occidental la calle 18 sur, hasta la calle 15 sur, por su costado oriental.

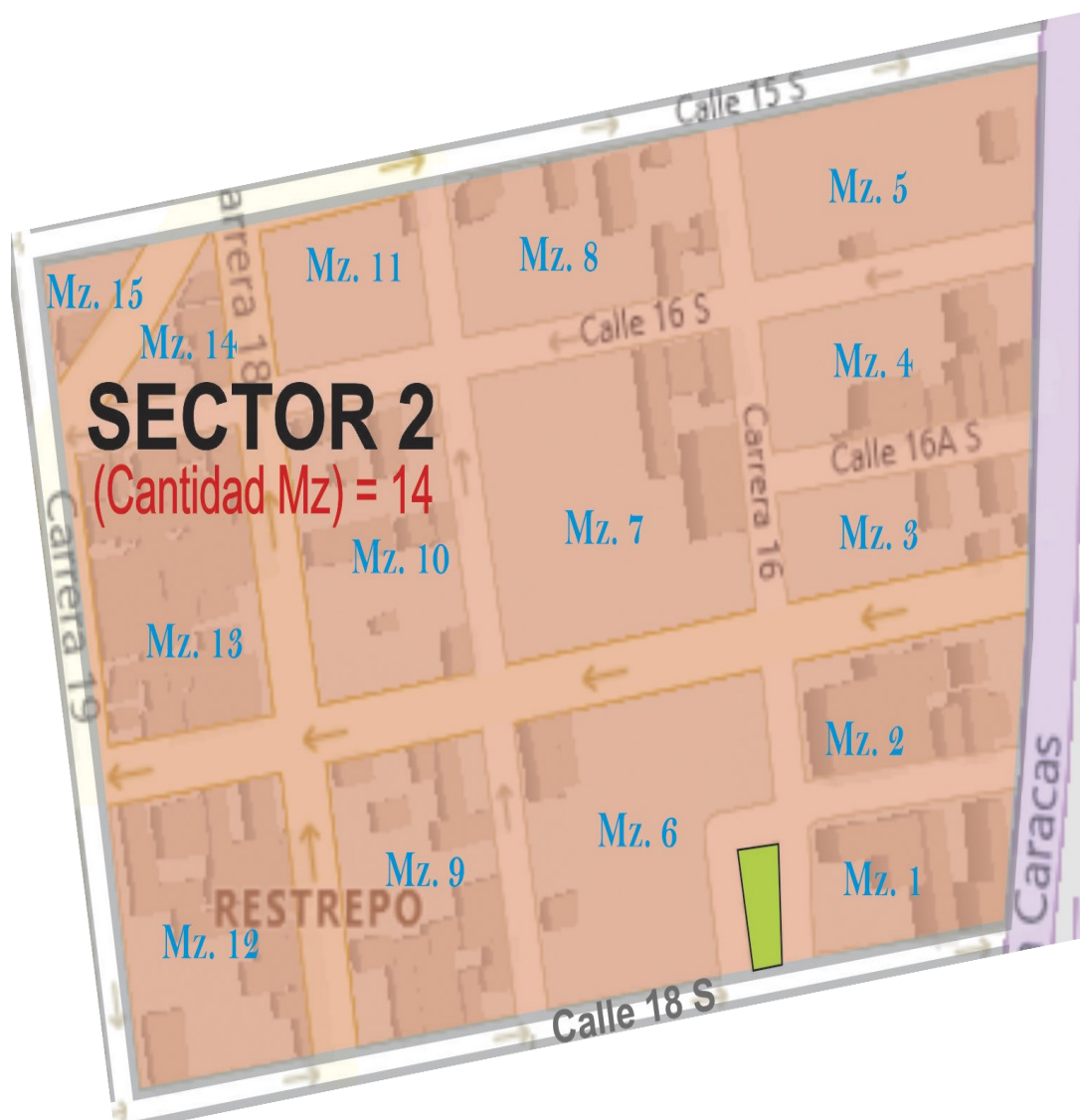


Ilustración 5. Sector 2

- **SECTOR 3:** Está ubicada hacia el sur por la carrera 14, llamada avenida caracas hasta la carrera 19 por su lado norte, por su costado occidental la calle 18 sur, hasta la calle 15 sur, por su costado oriental.

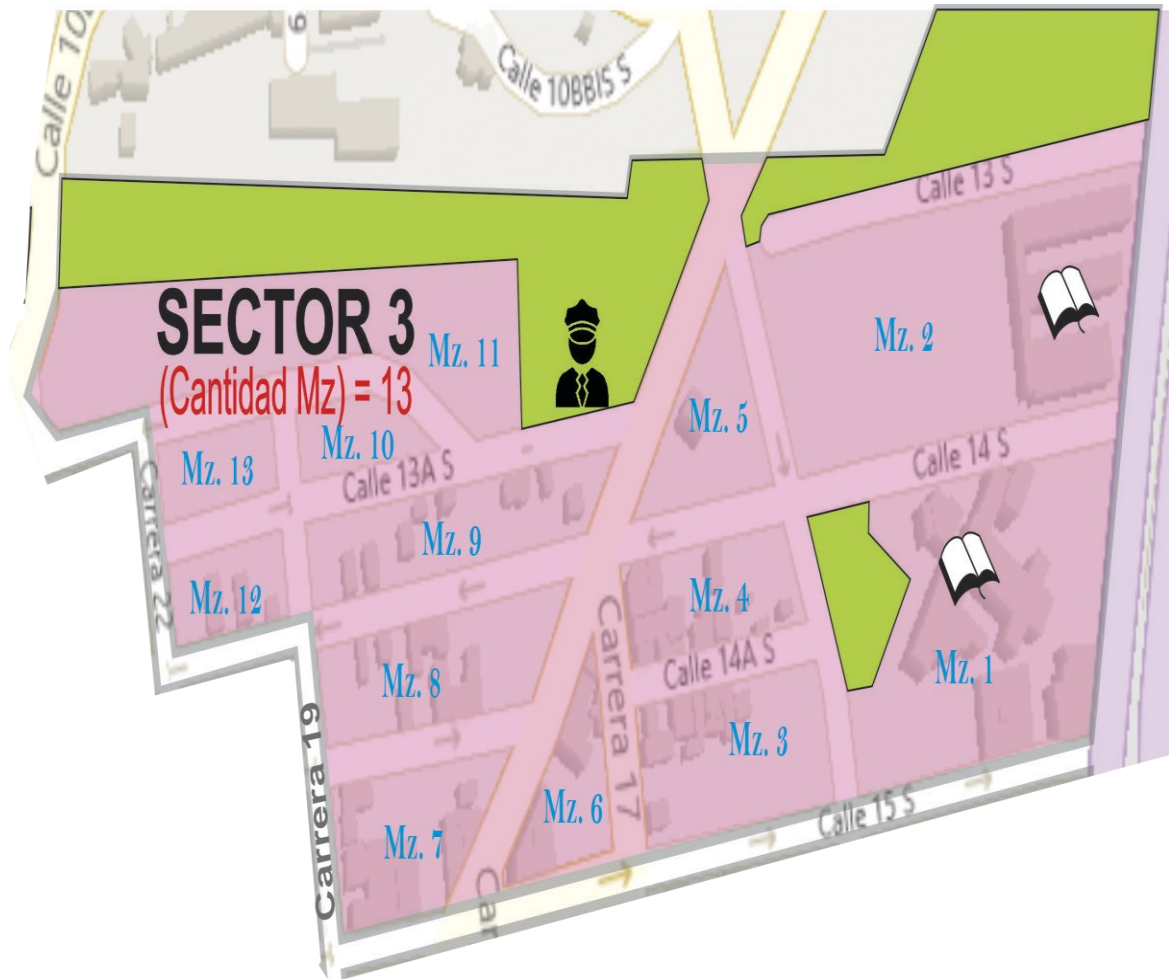


Ilustración 6. Sector 3

- **SECTOR 4:** Está ubicada hacia el sur por la carrera 19, hasta la carrera 24C por su lado norte, por su costado occidental la calle 22 sur o llamada avenida primera de mayo, hasta la calle 18 sur, por su costado oriental.



Ilustración 7.Sector 4

- **SECTOR 5:** Está ubicada hacia el sur por la carrera 19, hasta la carrera 24B por su lado norte, por su lado occidental la calle 18 sur, hasta la Diagonal 13Bis sur, por su lado oriental.

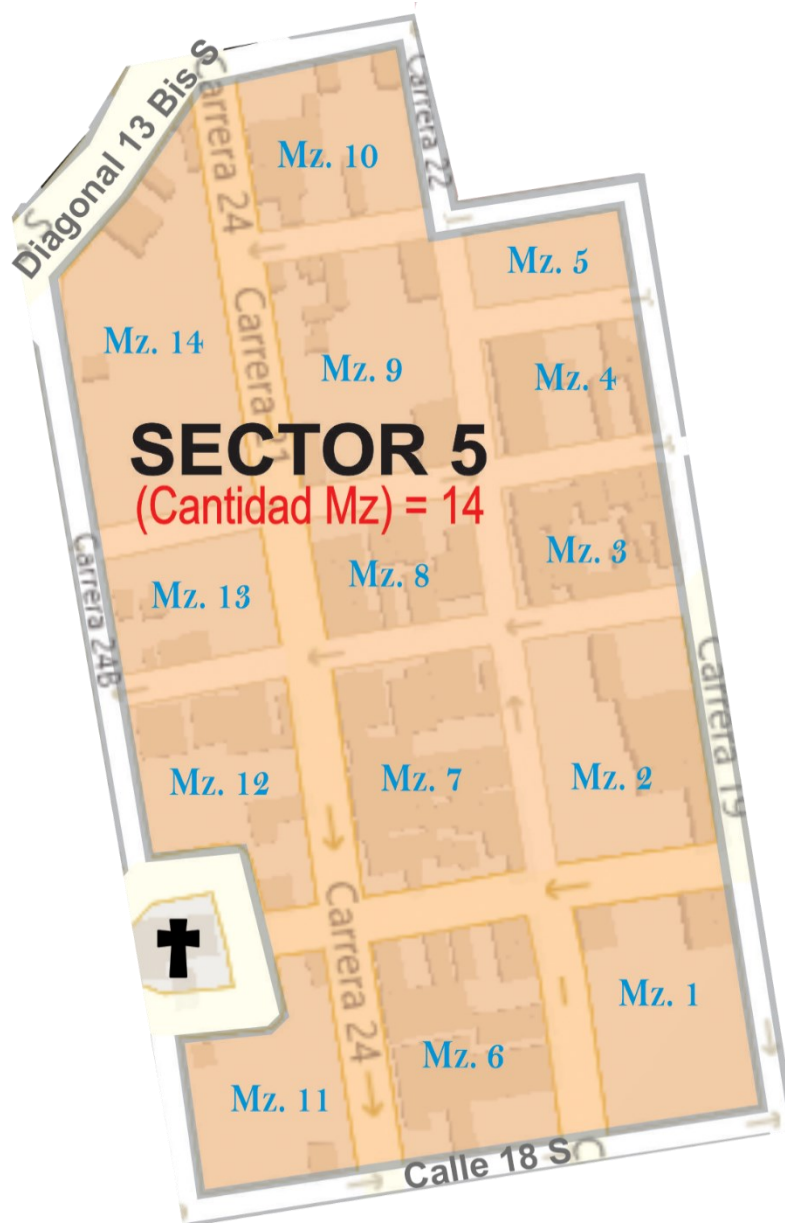


Ilustración 8. Sector 5

- **SECTOR 6:** Está ubicada hacia el sur por la carrera 24C, hasta la avenida carrera 27 por su lado norte, por su lado occidental desde la calle 22 sur o llamada avenida primera de mayo, tomando parte de la calle 19 sur y la diagonal 17C sur. por su lado oriental.



Ilustración 9. Sector 9

- **SECTOR 7:** Está ubicada hacia el sur por la carrera 24B, hasta la carrera 24H por su lado norte, por su costado occidental desde la calle 19 sur, tomando parte de la diagonal 17C sur hasta la diagonal 13Bis sur por su costado oriental.



Ilustración 10. Sector 7

- **SECTOR 8:** Está ubicada hacia el sur por la carrera 24, tomando parte de la transversal 24I. hasta la avenida carrera 27 por su lado norte, por su costado occidental desde la diagonal 13 Bis sur, tomando parte de la diagonal 17C sur hasta lindar con el rio Fucha o calle 11 sur por su costado oriental.

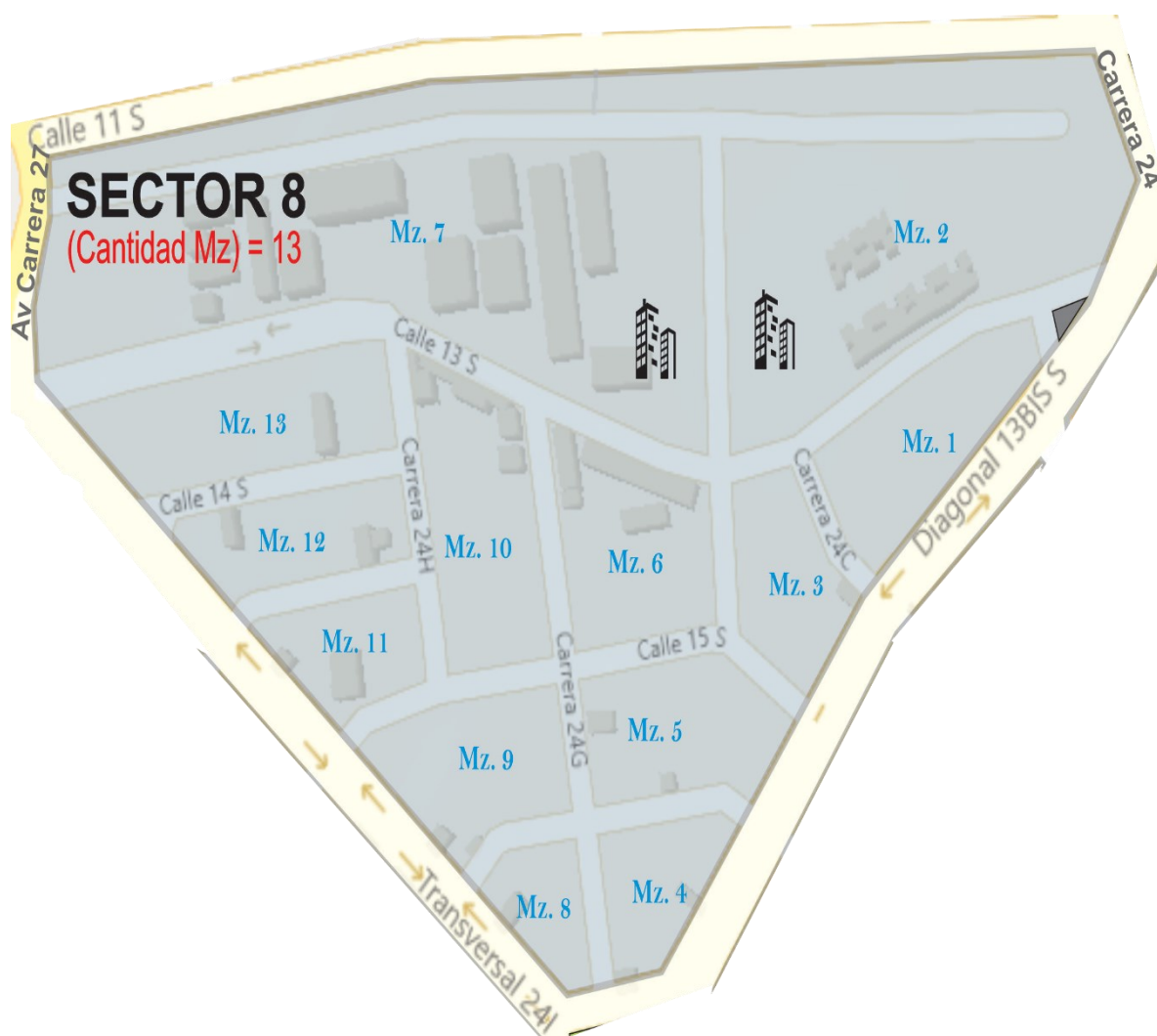


Ilustración 11. Sector 8

- **SECTOR 9:** Está ubicada hacia el sur por la transversal 24I, hasta la avenida carrera 27 por su lado norte, por su costado occidental desde la calle 19A sur, tomando parte de la diagonal 17C sur hasta lindar con diagonal 13 sur por su costado oriental.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

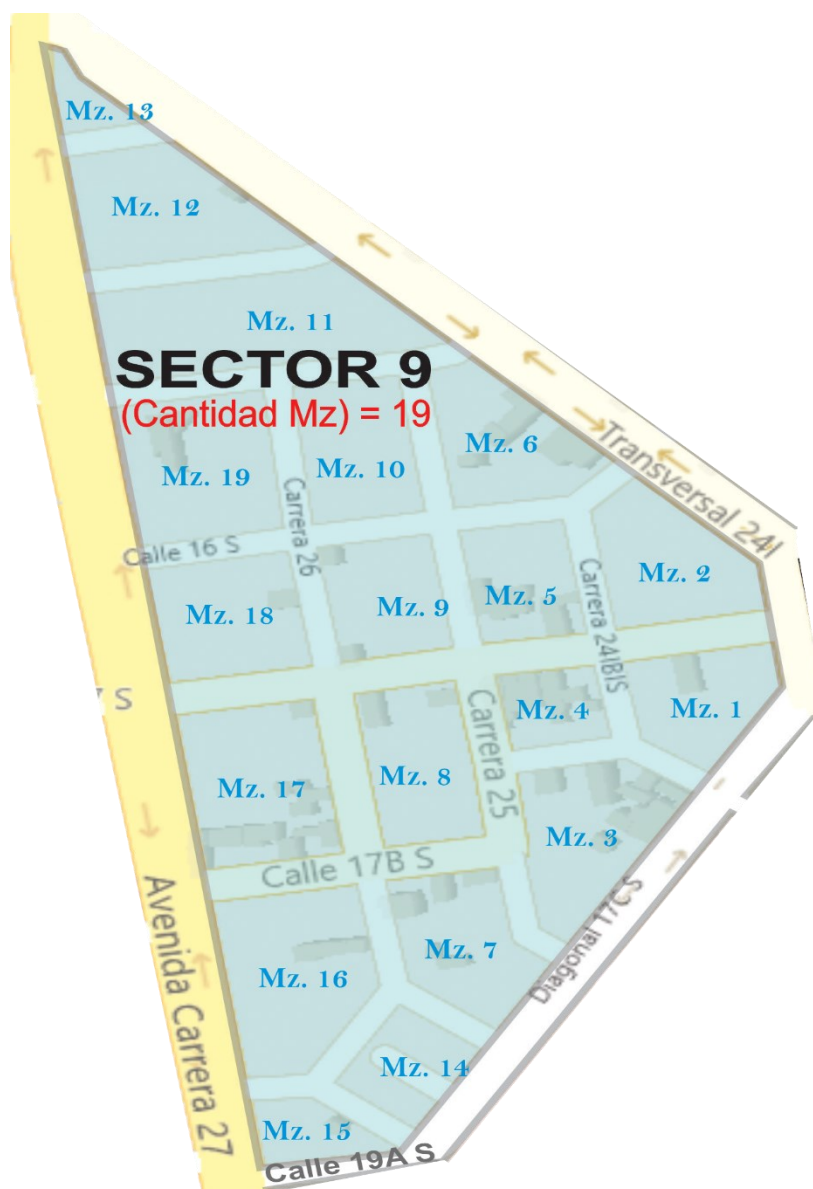


Ilustración 12.Sector 9

7.2 Parte 2 Ubicación y Orientación del encuestador según la forma de la manzana:

Metodología tomada de Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017-2018.

Manual del encuestador instituto Nacional de Estadística y Censos república de Argentina,

Y ajustada a las necesidades del presente proyecto.

Lado: Es el lado de manzana donde está ubicada la vivienda, los lados se denominan con números, pero no están indicados en la cartografía. El “1” se asigna al lado norte de

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

la manzana. Los lados identificados con los números siguientes serán aquellos que usted encuentre recorriendo la manzana con el hombro derecho del lado de la pared.

Veamos los diferentes tipos de manzana que puede encontrar en su recorrido:

La manzana es rectangular. El recorrido se inicia por el lado “1” (lado norte) de forma tal que pueda hacerlo con el hombro derecho pegado a la pared.

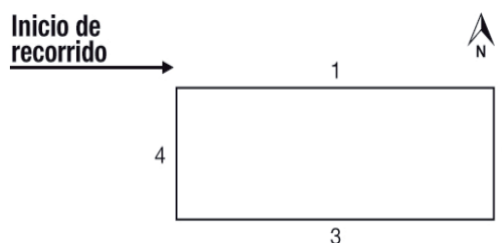


Ilustración 13. Manzana Rectangular

La manzana es triangular y están presentes los lados “1”, “2” y “3”.

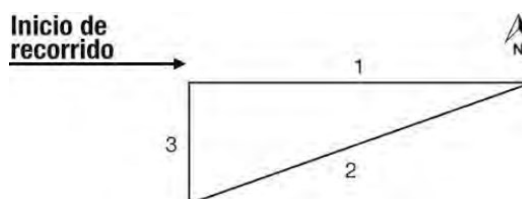


Ilustración 14. Manzana Triangular

La manzana tiene 5 lados. Suele ocurrir en barrios donde existen calles diagonales.

Los lados se indicarán del siguiente modo:

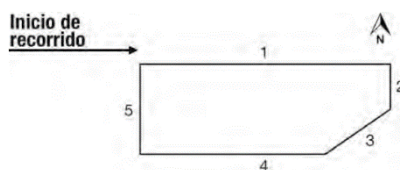


Ilustración 15. Manzana cinco lados

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

La manzana tiene pasajes internos o cortadas. En este caso, los lados de dichos pasajes se nombran de la misma forma, excepto en el lado del fondo del callejón, que no tiene denominación y cuyas viviendas se asignarán a los lados contiguos, según la cercanía:

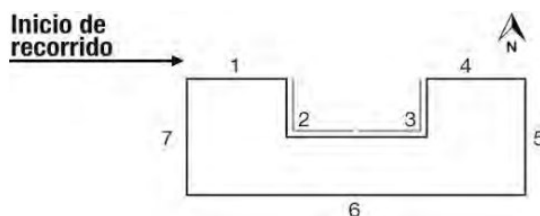


Ilustración 16. Manzanas pasajes internos

7.3 Parte 3 Cálculos matemáticos para establecer el personal que se requiere para el trabajo de campo.

La Encuesta se llevará a cabo en Bogotá en la localidad (15) Antonio Nariño, barrio Restrepo (upz38), se analiza que los días sábados hay una mayor fluidez en este sector y al mismo tiempo una mejor disponibilidad del personal que va a colaborar en dicha encuesta. Por esta razón se opta para que se realice durante 4 sábados consecutivos, del mes de marzo del 2021.

La información que se revelara son los datos de una muestra conformada de 135 manzanas, por 25 infraestructuras que exponencialmente será multiplicado por dos veces más, pues hay bastantes infraestructuras que abarcan entre dos y hasta tres negocios en una misma, de esta operación nos da un resultado de 3105 encuestas a realizar.

El resultado anterior es de multiplicar:

$$135 \text{ (mz) manzanas} * 22 \text{ (infra) infraestructura} = 3.168$$

$$3.168 * 2 \text{ (est) establecimientos} = 6336 \text{ (ec) encuestas}$$

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Para el trabajo de campo contaremos con el siguiente personal:

Coordinador de campo	<u>2</u>
Supervisores	<u>9</u>
Encuestadores	<u>60</u>

Comenzaremos con los dos líderes de campo, posicionados de tal forma que puedan asistir las necesidades que se presenten en los diferentes sectores y se encarguen de orientar y controlar la labor que harán los nueve supervisores en cada sector, a su vez los supervisores serán los encargados de dar parte y responder por el sector asignado y a su vez por el número de encuestadores, que conformen su equipo, dependiendo la carga laboral o número de manzanas.

Asignación teniendo en cuenta que hay sectores más complejos por la cantidad de establecimientos o porque su ubicación está en el centro del foco más activo del sector como; plaza de mercado y pequeños centros comerciales donde se triplicaría la labor de encuestar a micro establecimientos.

Por el otro lado se analiza sectores de baja frecuencia de actividad o compuestos por áreas públicas o privadas que serán muy fáciles de encuestar como; unidades residenciales o conjuntos, iglesias, colegios, infraestructuras para el servicio gubernamental, estaciones de policías, bomberos, gasolineras, universidades, entidades bancarias, de salud, de educación moteles, funerarias, concesionarios de vehículos y establecimientos reconocidos a nivel local y nacional por sus marcas de productos, servicios o nombre que componen su razón social, los cuales serán reconocidos por los supervisores y encuestadores a simple vista, el encuestador asignado a tal manzana tomara el cuestionario número uno que

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

recolecta la información de la identificación del establecimiento y diligenciará nombre del establecimiento y dirección completa, le dará parte a su superior de equipo, para que este se disponga a verificar y posteriormente a firmarla como responsable.

Lo dicho anteriormente nos servirá para analizar la carga laboral que se le asignaran a cada uno de los nueve equipos, encabezados por un supervisor.

La carga laboral a cada equipo tiene un margen entre 2 (MZ) a 2.5 (MZ) en números cerrados sería de 100 encuestas aproximadamente por encuestador así podríamos decir que para los sectores 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 8 los cuales tienen entre 13 y 15 (MZ) se les asignaría seis encuestadores por equipo, a los sectores 1 y 8 los cuales tienen entre 18 y 19 (MZ) se les asignaría nueve encuestadores por equipo.

Nota: Teniendo en cuenta que habrá equipos que acaben primero y logren el cierre de su sector exitosamente, estos pasarían apoyar otros equipos que estén retrasados con su trabajo de campo.

Las entrevistas tienen un tiempo aproximado de 15 a 20 minutos por encuesta esto quiere decir que por hora hombre labor está realizando entre 3 y 4 encuestas, si iniciaran el trabajo de campo a las 9:00 am hasta la 1:00 pm contando con la interrupción de una hora de almuerzo y volviendo a retomar a las 2:00 pm hasta 5:00 pm calculamos un total de 7 horas labor por encuestador para un promedio de 21 a 28 encuestas por día, además de las que se van a encuestar a simple vista, hablamos de un promedio de 35 encuestas diarias recordemos que habrá establecimientos y zonas que se encuestaran a simple vista ósea que estos cálculos son aún más acertados con las cifras que arroja.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Con lo anteriormente expresado se puede deducir que el primer sábado será para que el director y coordinadores de la encuesta lleven a cabo la instrucción o capacitación en un máximo de 2 horas y el restante de la jornada será para que los equipos de trabajo puedan llevar a cabo una sensibilización o notificación al área del segmento que les fue asignada, por medio de una carta o volante u otros que determine el ejecutor de dicho proyecto.

El segundo sábado y el tercero será para hacer las encuestas y el cuarto sábado será asignado para reprogramar las entrevistas que no se pudieron realizar por (x) o (y) motivo esto se hace para darle calidad, veracidad y control a la información recogida.

7.4 Parte 4 Diseño de las preguntas, formatos y formularios que requiere la encuesta:

Durante estos sábados de trabajo en campo se administrarán en cada encuesta dos cuestionarios.

A continuación, la descripción de cada pregunta que conforma los dos cuestionarios y la

explicación del porqué y para que se incluye en el formulario:

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Tabla 1. Cuestionario

Cuestionario	Tipo de datos que se recolectan o relevan
<p>Cuestionario (1)</p> <p>IDENTIFICACION</p>	<p>Recolecta, la identificación del establecimiento como: nombre, número de identificación de este, dirección, teléfono, correo electrónico, página web del negocio, nombre del dueño o encargado y demás.</p> <p>Esta información incluida en este cuestionario (1), se analiza con el fin de satisfacer las necesidades que requieren las entidades que solicitan dicha base de datos, es de suma importancia para la (UAN) universidad Antonio Nariño, la alcaldía local y la (JAL) junta de acción local del barrio Restrepo.</p>
<p>Cuestionario (2)</p> <p>CARACTERISTICAS DEL NEGOCIO TRIBUTARIAS Y CONTABLES.</p>	<p>Recolecta, cual es el tipo de organización o sociedad a la que pertenece, tiempo de creada la empresa, número de establecimientos en caso de tener sucursales, número de empleados que laboran en este, preguntas de carácter contable y tributario como: si lleva registros contables, pago de impuestos y demás.</p> <p>Las preguntas del cuestionario (2), se orientan a satisfacer la necesidad de las entidades interesadas de dicha información, las caracterizamos de tal manera que le puedan ser útiles tanto a la (UAN) universidad Antonio Nariño, precisamente más a la facultad de contaduría pública y a la alcaldía local Antonio Nariño.</p>

Ficha técnica de Las Preguntas Que Conformaría El Primer Cuestionario Del Formulario (A. IDENTIFICACION)	
1) Razón Social.	<p>Explicación: Se analiza que esta pregunta es la denominación por la cual se conoce colectivamente a una empresa. Se trata de un nombre oficial y legal que aparece en la documentación que permitió constituir a la persona jurídica en cuestión.</p> <p>Importancia: Con esta información se podrá caracterizar la base de datos que servirá de agenda alfanumérica para ubicar el establecimiento con más rapidez.</p>
2) Nombre Comercial.	<p>Explicación: El nombre comercial es el signo o denominación que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.</p> <p>Importancia: Es fundamental y lógico que necesitamos saber el nombre para ingresarlo en la base de datos en manera alfabética y clasificarlo como negocio.</p>
3) Tipo De Identificación.	<p>Explicación: Tipo de documento con el que tiene registrado su negocio como: CC. Cedula de ciudadanía, CE. cedula extranjera o NIT: número de identificación tributaria.</p> <p>Importancia: Es de suma importancia para deducir si los establecimientos son formales o no.</p>
4) Número De identificación.	<p>Explicación: Codificación por medio de números únicos para la empresa o establecimiento para registro y identificación en las bases de las entidades gubernamentales</p> <p>Importancia: Este número se ingresará a la base de datos, con el fin de usarlo más adelante en beneficio de los clientes para saber</p>

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

	el estado que se encuentra su empresa en frente de la Dian.
5) Esta Empresa Tiene Registro Cámara y Comercio.	<p>Explicación: El Registro Mercantil permite a todos los empresarios ejercer cualquier actividad comercial y acreditar públicamente su calidad de comerciante. Además, el Registro Mercantil les permite a los empresarios tener acceso a información clave para que amplíen su portafolio de posibles clientes y proveedores.</p> <p>Importancia: La empresa tiene un nombre único y protegido, más posibilidades de crecer, su negocio existe, puede ser proveedor de otras empresas, vendé en otros mercados, obtiene créditos más baratos, recibe descuentos en los aportes para fiscales, obtiene créditos más baratos, recibe descuentos en los aportes parafiscales. Esta información nos permite asesorar a un cliente y orientarlos Asia posibles beneficios o para radicar algún acta de la constitución de esta.</p>
6) Dirección Del Domicilio.	<p>Explicación: El domicilio social es la sede de las compañías mercantiles donde pueden ser localizadas a los efectos oportunos. Lugar de efectiva dirección y administración de la sociedad mercantil o donde tiene su establecimiento.</p> <p>Importancia: Es información básica y necesaria para conformar la base de datos y para el conocimiento de ubicación del establecimiento.</p>
7) Teléfono De Contacto.	<p>Explicación: Un número de teléfono es una secuencia de dígitos utilizada para identificar una línea telefónica dentro de una Red Telefónica Conmutada (RTC). El número contiene la información necesaria para identificar el punto final de la llamada.</p> <p>Importancia: Este es otro dato básico y necesario como herramienta para comunicarse con el dueño o encargado del establecimiento.</p>

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

8) Correo Electrónico.	<p>Explicación: El correo electrónico conocido como e-mail, es un servicio que permite el intercambio de mensajes a través de sistemas de comunicación electrónicos.</p> <p>Importancia: Dato relevante pues por este medio se pueden intercambiar documentos hacerle notificaciones sobre el estado del establecimiento, información básica u otras de interés. Para el dueño o encargado del establecimiento.</p>
9) Página Web.	<p>Explicación: Una página web, o página electrónica, página digital, o ciber página es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes y muchas otras cosas, adaptada para la llamada y que puede ser accedida mediante un navegador web.</p> <p>Importancia: Se podrá dar una estadística cuantitativa de la cantidad de empresas que tienen o no esta herramienta y se podrá utilizar para proyectos futuros en relación de este tema.</p>
10) Persona De Contacto.	<p>Explicación: Persona que actúa de enlace secreto con ciertos organismos.</p> <p>Importancia: Dato básico es el nombre que quedara registrado como el responsable de las respuestas obtenidas en la encuesta.</p>
11) Cargo.	<p>Explicación: Función de la cual una persona tiene la responsabilidad en una organización, un organismo o una empresa</p> <p>Importancia: Dato descriptivo para almacenar en la base de datos.</p>

Ficha de técnica De Las Preguntas Que Conformaría El Primer Cuestionario

Del Formulario (B. GENERALIDADES)

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

<p>1) ¿Cuál es el tipo de sociedad?</p>	<p>Explicación: En Colombia son varias las formas jurídicas existentes para crear una empresa. Como En Colombia son varias las formas jurídicas existentes para crear una empresa. Como en la mayoría de las regiones del mundo, una vez que el empresario ha identificado la actividad económica que desempeñará, el siguiente paso es definir el número de personas que se involucrarán en el proyecto: uno mismo o con socios. en la mayoría de las regiones del mundo, una vez que el empresario ha identificado la actividad económica que desempeñará, el siguiente paso es definir el número de personas que se involucrarán en el proyecto: uno mismo o con socios.</p> <p>Importancia: El resultado que arroje esta pregunta es de gran importancia pues en el informe final se podrá obtener la caracterización y el número exacto de cuantas sociedades y cuantas por grupo.</p>
<p>2) ¿Su empresa o negocio cuenta con sucursales?</p>	<p>Explicación: Es cuando una empresa tiene más de un establecimiento.</p> <p>Importancia:</p>
<p>3) ¿A qué tipo de régimen pertenece?</p>	<p>Explicación: Al régimen simplificado sólo pueden pertenecer las personas naturales que cumplan determinados requisitos. Al régimen común pueden pertenecer personas naturales y personas jurídicas. Toda persona jurídica, por el sólo hecho de ser jurídica debe pertenecer al régimen común.</p> <p>Importancia:</p>
<p>4) ¿Cuál es su principal actividad económica?</p>	<p>Explicación: Una actividad económica es un proceso en el que se genera o distribuye un producto o un servicio. Al generar un producto o servicio, nuestra entidad está creando valor. Generalmente, la creación de valor lleva a la obtención de una renta, y es ahí donde la actividad económica adquiere relevancia fiscal.</p> <p>Importancia: Este dato clasificara y revelara a través de gráficos y estadísticas en</p>

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

	<p>forma general e individual las diferentes actividades económicas ejercidas en el barrio Restrepo.</p>
<p>5) ¿Cuántos años de creada tiene su empresa?</p>	<p>Explicación: Esta pregunta es para indagar la creación del negocio, que tiempo lleva su establecimiento abierto en este sector económico.</p> <p>Importancia: Este dato es de clasificación y característico que nos permitirá tener una medición de todas las empresas o establecimientos para contribuir con el asesoramiento de estas en cuanto a las normas tributarias fiscales y contables.</p>
<p>6) ¿Lleva registros contables?</p>	<p>Explicación: Los registros contables, también denominados como libros del comercio o libro de contabilidad, son los documentos físicos de todas las operaciones dentro de una empresa.</p> <p>Importancia: Esta pregunta arrojará datos importantes para el consultorio contable realmente se podrá tener una idea exacta de cuantos establecimientos llevan o no contabilidad y poder en un futuro hacer campañas de impacto social para concientizar a los propietarios y se acerquen a buscar asesoría contable.</p>
<p>7) ¿En su último año gravable su establecimiento industrial, comercial, de servicio u otros a pagado los siguientes impuestos año gravable?</p>	<p>Explicación: En Colombia existen impuestos a nivel nacional y regional. Los impuestos de carácter nacional aplican para todas las personas naturales o jurídicas residentes en el país y los impuestos de carácter regional son determinados por cada departamento o municipio conforme los parámetros fijados por la Ley.</p> <p>Importancia: Esta es una de las preguntas más importantes del cuestionario los resultados que arroje esta será de gran ayuda para la (UAN) y la (alcaldía local Antonio Nariño); podrán enfocarse en las empresas o establecimientos que tiene problemas tributarios y poderles asesorar contable y legalmente.</p>

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

<p>8) ¿Cuenta usted con algún tipo de asesoría contable?</p>	<p>Explicación: La asesoría contable es aquella que ofrece un servicio, generalmente integral, de la Registro Mercantil. Bajo este mismo asesoramiento también se contemplan otras acciones, como la gestión y supervisión diaria de la contabilidad oficial, apuntes en el libro mayor de clientes, balances y cuentas de resultados.</p> <p>Importancia: Esta arrojará datos cuantitativos para tener una percepción clara de las empresas u establecimientos que les interesa un asesoramiento en temas contables.</p>
<p>9) ¿Para usted que tan importante es el área contable de su empresa o establecimiento?</p>	<p>Explicación: Área de la contabilidad que se ocupa de sistematizar la información de las actividades y situación económica de una empresa en un momento del tiempo y a lo largo de su desarrollo.</p> <p>Importancia: Es otra pregunta para medir la opinión del encuestado y tomar en un futuro estrategias de concientizar a los dueños o encargados de los establecimientos que tan importante es el área contable para el buen manejo y crecimiento de estos.</p>
<p>10). ¿Estaría dispuesto a recibir asesoría contable por parte de la universidad Antonio Nariño?</p>	<p>Explicación: La asesoría contable es aquella que ofrece un servicio, generalmente integral, del registro mercantil. bajo este mismo asesoramiento también se contemplan otras acciones, como la gestión y supervisión diaria de la contabilidad oficial, apuntes en el libro mayor de clientes, balances y cuentas de resultados.</p> <p>Importancia: Esta pregunta pretende saber la disposición que tendría el dueño o encargado. del establecimiento en recibir una asesoría contable en la universidad Antonio Nariño y la percepción que tienen de esta.</p>

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Ilustración 17. Formulario encuesta

ENCUESTA ECONÓMICA BARRO RESTREPO (MPZ 38) 2021	
<p>*La información aquí consignada es de carácter confidencial y en ningún caso, se dará a conocer al público con fines comerciales, distribución fiscal, investigación judicial o cualquier otro diferente, del propiamente estadístico, de acuerdo con el artículo 5 de la ley 79 de 1997*</p>	
A. IDENTIFICACIÓN	
1. Razón Social:	2. Nombre Comercial:
3. Tipo de identificación: C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> NIT. <input type="checkbox"/>	4. Número de identificación D.V. <input type="checkbox"/>
5. ¿Esta empresa tiene registro de cámara de comercio?	
Si <input type="checkbox"/> Número	Último año renovado <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
6. Dirección del domicilio principal	7. Teléfono de contacto <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
8. Correo electrónico: @	9. Pag WEB:
10. Persona de contacto:	11. Cargo:
B. GENERALIDADES DE LA EMPRESA	
1. ¿Cuál es el tipo de organización?	4. ¿Cuál es su principal actividad económica?
1. Sociedad colectiva <input type="checkbox"/>	1. Comercial <input type="checkbox"/>
2. Sociedad en comandita simple <input type="checkbox"/>	2. Industrial <input type="checkbox"/>
3. Sociedad en comandita por acciones <input type="checkbox"/>	3. Servicios <input type="checkbox"/>
4. Sociedad limitada <input type="checkbox"/>	4. Otra: _____
5. Sociedad anónima <input type="checkbox"/>	CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6. Sociedad de economía mixta <input type="checkbox"/>	(Opcional)
7. Sucursal de sociedad extranjera <input type="checkbox"/>	5. ¿Cuántos años de creada tiene la empresa?
8. Empresa industrial y comercio del estado <input type="checkbox"/>	1. Menos de un año <input type="checkbox"/>
9. Empresa unipersonal <input type="checkbox"/>	2. De un año a menos de 3 años <input type="checkbox"/>
10. Sociedad de hecho <input type="checkbox"/>	3. De 6 a menos de 10 años <input type="checkbox"/>
11. Persona natural <input type="checkbox"/>	4. 30 años o más <input type="checkbox"/>
12. Organizaciones de economía solidaria <input type="checkbox"/>	6. ¿Lleva registros contables?
13. Entidades sin ánimo de lucro <input type="checkbox"/>	1. Si <input type="checkbox"/> Cuál?: _____
14. Sociedad por acciones simplificada <input type="checkbox"/>	2. No <input type="checkbox"/> Por qué?: _____
15. Otra ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/>	7. ¿Qué tipo de facturación maneja?
2. ¿Su empresa o negocio cuenta con sucursales?	1. Física <input type="checkbox"/>
1. Si <input type="checkbox"/> Cuántas? _____	2. Electrónica <input type="checkbox"/>
2. No <input type="checkbox"/>	8. ¿En su último año gravable su establecimiento comercial, industrial y de servicios u otro, fue responsable al declarar los siguientes impuestos?
3. ¿A qué tipo de régimen pertenece?	1. Impuesto de Renta Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
1. Régimen Simple <input type="checkbox"/>	2. Impuesto de IVA Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
2. Régimen Común <input type="checkbox"/>	3. Impuesto de ICA Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
3. Gran Contribuyente <input type="checkbox"/>	4. Rete Ics Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
4. Gran Contribuyente Automatizador <input type="checkbox"/>	
9. ¿Cuenta usted con algún tipo de asesoría contable?	
1. Si <input type="checkbox"/> 2. No <input type="checkbox"/>	
10. ¿Para usted que tan importante es el área contable de su empresa o establecimiento?	
<input type="checkbox"/> 1. Nada importante	<input type="checkbox"/> 4. Importante
<input type="checkbox"/> 2. Poco importante	<input type="checkbox"/> 5. Muy importante
<input type="checkbox"/> 3. Más o menos importante	
11. ¿Estaría dispuesto a recibir asesoría por parte del Conductorio contable de la Universidad Antonio Nariño?	
1. Si <input type="checkbox"/> 2. No <input type="checkbox"/>	

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

7.5 Parte 5 Metodología para la capacitación del personal: encuestadores y supervisores:

Para esta encuesta es de suma relevancia diseñar una capacitación o instrucción teórica presencial tanto para encuestadores y supervisores a cargo de las directivas del proyecto, con el fin de capacitar el personal en el trabajo de campo, así darles una orientación para formar los conocimientos y conceptos básicos donde, cuando, como, quien y para que se pretende desarrollar esta encuesta económica.

Se podría planear para un sábado en las horas de la mañana se aconseja en primera instancia que fuera en las instalaciones o centro de acopio en este caso la universidad Antonio Nariño y en segunda instancia la (JAL) junta de acción local del barrio Restrepo cuenta con un salón comunal de gran espacio el cual lo pueden ceder para realizar aquella instrucción.

Quienes pueden dar este taller el director o los coordinadores del proyecto, como la pueden realizar a través de presentaciones, imágenes o diapositivas, apoyados en los manuales o cuadernillos que contienen la información necesaria para ilustrar al personal estos están diseñados y enfocados a explicar conceptos básicos de la encuesta, palabras claves, para que sirva cada una de las preguntas, como diligenciar el formulario, ubicación sectorial, pautas para abordar el encuestado, cual importante es el rol que va a desempeñar.

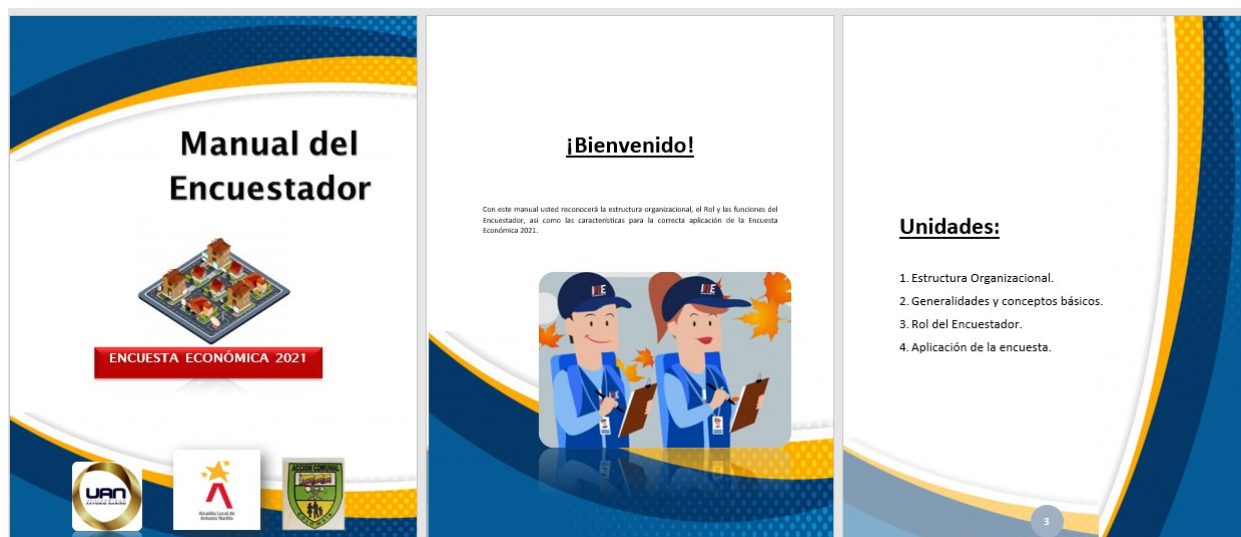
Nota: para el día de la capacitación es importante que se le entregara a cada una de los asistentes un cuadernillo de instrucciones y la copia de un formulario, para que la jornada culmine con un simulacro, involucrando todos los asistentes.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

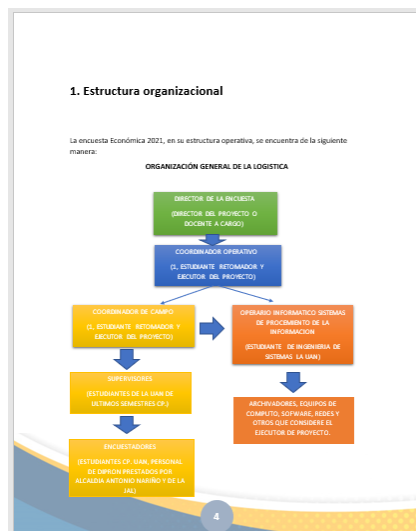
A continuación, manuales o cuadernillos para la capacitación del personal.

Los manuales o cuadernillos del encuestador fueron realizados en base a los manuales manejados por Sistema de identificación y Clasificación de potenciales beneficiarios (Sisbén), estos manuales sustentan los conocimientos básicos que debe adquirir el encuestador, su rol y las actividades que debe realizar para realizar de manera eficaz su labor en la toma de la encuesta, el diseño es de autoría propia, así como el logo escogido para los mismos.

Manual del encuestador



PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA



Manzana: Identifica la manzana en la cartografía donde está ubicada la unidad o establecimiento está identificada con un número.

Edificación: Es toda construcción independiente y separada, compuesta por una o más unidades o espacios. Una edificación puede tener varias entradas y generalmente está cubierta por un techo.

Vivienda: Es una unidad o espacio independiente, habitado o destinado para este fin por una o más personas. Una vivienda es una construcción adecuada para ser habitada.

TIPOLOGÍA DE VIVIENDA.

- Casa: es una edificación formada por una sola unidad cuyo uso es el de vivienda, con acceso directo desde la vía pública (en ocasiones puede accederse desde senderos y espacios de circulación común), dispone de sanitario y cocina, los cuales pueden estar o no dentro de la casa.
- Apartamento: es una vivienda que hace parte de una edificación mayor en la cual hay, por lo general, otras viviendas. Dispone de los servicios de sanitario y cocina en su interior, y tiene acceso desde la vía pública o a través de pasillos, corredores, escaleras o ascensores.
- Cuarto: en general las viviendas tipo cuarto son aquellas que hacen parte de una edificación mayor, tienen acceso directo desde el exterior a por espacios de circulación común como pasillos, patios, zaguanes o corredores, carecen de servicio sanitario y cocina, o tienen solo uno de estos servicios.
- Hogar: Es una persona o grupo de personas, parientes o no, que ocupan la totalidad o parte de una vivienda; atienden necesidades básicas con cargo a un presupuesto común y generalmente comparten las comidas.
- Informante Calificado: Es una persona que reside en el hogar, que conoce las características de la vivienda, las relaciones de parentesco entre los miembros que conforman lo conforman, y sus condiciones de salud, educación y trabajo.
- Cartografía: la cartografía es la técnica mediante la cual se hace una representación gráfica de un territorio. En la encuesta económica 2021, se utilizan mapas que delimitan en forma clara y sencilla el ordenamiento físico del segmento y las manzanas para la realización de la encuesta.

3. Rol del encuestador

El encuestador es la persona responsable de recopilar la información de cada hogar a través de la aplicación de la ficha, de acuerdo con la metodología, los contenidos, los procedimientos y las normas establecidas. Su trabajo es uno de los más importantes en la implementación de la encuesta económica 2021, y de su compromiso, desempeño y cooperación depende en gran medida que la información recolectada obtenga la cobertura, calidad y precisión requeridas; por tanto, sus tareas, funciones y responsabilidades son de vital importancia. El encuestador depende directamente del supervisor, quien le asigna diariamente su carga de trabajo, le ofrece acompañamiento y le ayuda a resolver las dudas e inconvenientes que se le presenten durante el desarrollo de su trabajo.

LINEAMIENTOS BÁSICOS

Las instrucciones que se describen a continuación están orientadas a establecer los procedimientos que debe seguir el encuestador para realizar las entrevistas de la forma más adecuada.

- ✓ La presentación personal es la primera impresión que recibe el encuestado, por tal razón es muy importante tener una buena apariencia, sin desaliños ni excesos. La imagen del encuestador es un signo de seriedad del proyecto y de la entidad que realiza la encuesta.
- ✓ Porte siempre, en un lugar visible, el carné que lo identifica como encuestador del Súde.
- ✓ Utilice un lenguaje claro y preciso.
- ✓ Identifíquese como encuestador del Súde del municipio, presentando su carné en cada una de las viviendas.
- ✓ Solicite la presencia del jefe del hogar o de una persona idónea, mayor de 18 años, residente habitual que conozca la información de todas las personas que conforman el hogar.
- ✓ Entregue al informante la carta que aclara el objetivo de la visita.
- ✓ Si alguna persona se niega a dar la información, no discuta ni le presione a hacerlo, explique la importancia del proyecto.
- ✓ Si la persona se niega a responder la encuesta manifestando falta de tiempo en el momento de la visita, no insista en realizar la encuesta. En este caso adóptele al informante que en el transcurso del día y cuando el encuestador esté en la unidad de cobertura en la cual está ubicada la vivienda, usted realizará la encuesta, acuerde con el informante la hora disponible.

✓ Al iniciar la entrevista solicite siempre los documentos de identidad de todas las personas residentes habituales del hogar. Registre en forma correcta los nombres, apellidos, la identificación y la fecha de nacimiento; también solicite la factura de energía y del agua para registrar el estrato de cada uno.

✓ No comente ni discuta cuestiones políticas, religiosas o íntimas del hogar, ni muestre sorpresa o desagrado ante las respuestas del informante.

✓ No se desespere o pierda la calma, la actitud que asuma durante la entrevista afectará la disposición del informante y desde luego, la calidad de la información suministrada.

Al terminar cada módulo de la encuesta haga una revisión conjunta de todas las respuestas registradas con el informante calificado, para confirmar o corregir la información suministrada. Una vez confirmada la información del módulo por parte del informante calificado, no tendrá opción de realizar correcciones a la información.

FUNCIONES DEL ENCUESTADOR

- Llevar a cabo correctamente, el proceso de aplicación de la encuesta.
- Cumplir con las cargas de trabajo asignadas.
- Llevar la responsabilidad del DMC y del material que le sea entregado, velar también por su correcto uso y conservación.
- Aplicar la encuesta en cada uno de los hogares existentes en las viviendas que le fueron asignadas, siguiendo los lineamientos del Manual del encuestador y aquellos recibidos en la capacitación.
- Hacer una segunda visita cuando haya ausencia del informante calificado o cuando el resultado de la primera visita sea "encuesta incompleta" o "informante calificado ocupado". Esta condición aplica para las encuestas que se apliquen en la cabecera municipal.
- Informar al supervisor aquellas situaciones especiales o problemas que encuentre en la realización de su trabajo, y que no estén contemplados en el Manual del encuestador.
- Terminada la encuesta, informar en forma inmediata al supervisor para que le asigne la siguiente vivienda, la anterior aplica para las encuestas ubicadas en la cabecera municipal.
- Asistir a las reuniones de seguimiento y evaluación que cite el supervisor.
- Informar oportunamente al supervisor en caso de no poder asistir a su trabajo.

Materiales para el encuestador

El material que el encuestador necesita para llevar a cabo su trabajo será entregado por el supervisor es el siguiente:

- Carné que lo acredite como encuestador con el nombre completo, número de documento de identidad, nombre de la entidad o firma contratante
- Carta de presentación para el jefe del hogar solicitando la colaboración al encuestador para el diligenciamiento de la encuesta.

Obligaciones Del Encuestador:

El encuestador debe visitar personalmente cada uno de los PSM (Puntos de Segmento de Muestra) identificados en las SM (Segmentos de Muestra) asignados y registrar la información suministrada por los encuestados, según los lineamientos establecidos.

Para las actividades de levantamiento de información de la encuesta, el encuestador debe tener presente los siguientes aspectos y actividades:

- Leer y analizar cuidadosamente las instrucciones del presente manual y así tener conocimiento y manejo total del formulario.
- Atender las órdenes de su superior inmediato, el Supervisor designado.
- En caso de dudas o problemas, si estas no pueden ser resueltas con el manual del encuestador, entonces deberá consultar a la brevedad al supervisor e informarle las dudas e incidencias que ocurran en el desarrollo de su trabajo.
- Deberá hacer entrega diaria, de los formularios grabados, de acuerdo a las instrucciones.
- Establecida por su superior inmediato.
- En los casos que no logre obtener encuestas completas, realizar hasta dos visitas más en
- aquellos PSM que quedaron pendientes.
- Seguir estrictamente el orden del formulario y las instrucciones que ha recibido. Cualquier modificación alterará la objetividad de la información o podrá ocasionar omisión de ésta.
- No inducir ni deducir las respuestas, mucho menos alterar datos suministrados por el encuestado.

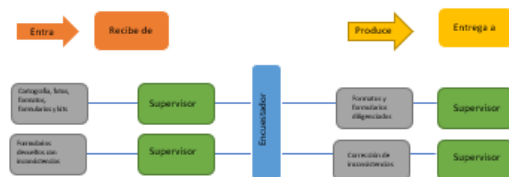
PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

- Tenga presente que, si el Supervisor encuentra errores en la toma de la información, esta le será devuelta y deberá programar una nueva visita para corregir estos errores en terreno.
- Hacer las correcciones, verificaciones o entrevistas que el Supervisor considere necesarias.
- Cumplir con las cargas de trabajo asignadas.
- Cualquier retraso del trabajo debe ser comunicado al supervisor para poder tomar las correcciones a que haya lugar.

ESTRUCTURA DE LA FICHA DE CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA

La ficha utilizada para obtener la información de los hogares es la herramienta básica del encuestador. Es importante entender que cada una de las preguntas se hace con un propósito y que cambiarlas o no aplicarlas de acuerdo con el concepto establecido, genera respuestas que no se corresponden con lo que se busca investigar.

Manejo de materiales e información:



Prohibiciones:

Está prohibido al encuestador

- Divulgar o comentar la información obtenida en el desarrollo de sus obligaciones.
- Mostrar los formularios y/o declarar su contenido a personas no autorizadas
- Retener formularios y/o sacar copia total o parcial de ellos.
- Desempeñar al mismo tiempo otros trabajos, la encuesta está programada a ser ejecutada por semanas y módulos de trabajo.
- Hacerse acompañar o delegar su trabajo en personas no autorizadas o alterar la información.

10

- Sostener con las personas encuestadas conversaciones de tipo político, religioso o de cualquier otra índole, ajenas a la temática de la encuesta.
- Utilizar la entrevista para fines distintos a la exclusiva labor de la encuesta.

LA ENTREVISTA

Se pueden distinguir tres fases: la presentación, el desarrollo de la entrevista y la despedida. La presentación se inicia en el momento que el encuestador llega a una vivienda y es atendido por una persona del hogar. Si esta persona es un menor, o una persona que no está en condiciones de atender la entrevista, se debe solicitar la presencia de un adulto. Una vez logrado el contacto con esta persona se procede a identificarse y a mostrar la carta de presentación enviada por el Banco Central donde se explica el objetivo de la visita. Aun así, el encuestador antes de la entrevista, debe dar una breve explicación de los motivos de su presencia en ese hogar. Después de lograr la aceptación para hacer la entrevista, el encuestador de una manera clara y precisa explicará con mayor detenimiento la importancia y el valor que tiene la cooperación del entrevistado.

INCIDENCIAS EN LOS TRABAJOS DE CAMPO Y TRATAMIENTOS

- **Vivienda Desocupada:** Al momento de la entrevista la vivienda seleccionada está deshabitada o vacía.

Tratamiento: El encuestador informará al supervisor, el cual verificará la situación y procederá a escribir una nota en el croquis.

- **Vivienda Inexistente:** Al momento de la entrevista la vivienda seleccionada no figura en el área de supervisión o segmento, esto es, no existe en el terreno.
- **Tratamiento:** El encuestador informará al supervisor, el cual verificará la situación y procederá a escribir una nota en el croquis.

- **Dos ó más viviendas:** Al momento de la entrevista la vivienda que originalmente era una,

Se ha convertido en dos ó más viviendas.

- **Tratamiento:** El encuestador informará al supervisor y procederá a entrevistar todas las nuevas viviendas no contempladas en la originalmente seleccionada. Por ejemplo, si la vivienda se ha convertido en dos, hacer las dos entrevistas por separado después de comprobar, que son dos viviendas, según la definición anteriormente indicada.
- **Se niegan a dar información:** Cuando el informante no está dispuesto a colaborar con la entrevista.

Tratamiento: El encuestador debe informar de esta situación al supervisor. Ambos deben

11

Manual Ejercitación Encuestador:



ENCUESTA ECONÓMICA 2021

Cuadernillo Ejercitación Encuestador

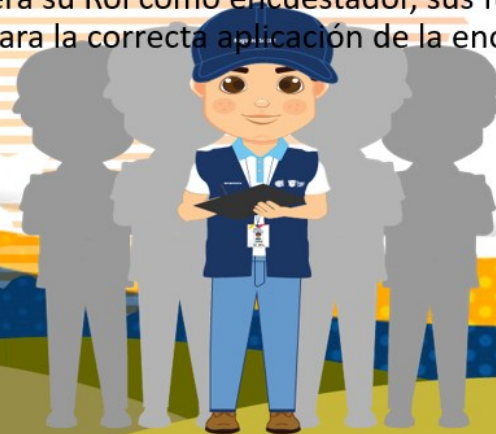


¡Bienvenido!

En este curso usted reconocerá su Rol como encuestador, sus funciones así como las características para la correcta aplicación de la encuesta "Económica 2021"



ENCUESTA ECONÓMICA 2021



Introducción



ENCUESTA ECONÓMICA 2021

Este curso constituye la guía para el desarrollo y aplicación de la ficha de caracterización económica.

Antes de iniciar el curso por favor visualice los documentos Manual del Encuestador. Estos documentos contienen información específica de su rol como encuestador.

Conceptos Básicos

Es una unidad o espacio independiente, habitado o destinado para este fin por una o más personas. Una vivienda es una construcción adecuada para ser habitada.

Es toda construcción independiente y separada, compuesta por una o más unidades o espacios. Una edificación puede tener varias entradas y generalmente está cubierta por un techo.

Es una persona o grupo de personas, parientes o no, que ocupan la totalidad o parte de una vivienda; atienden necesidades básicas con cargo a un presupuesto común y generalmente comparten las comidas.

Es una persona que reside en el hogar, que conoce las características de la vivienda, las relaciones de parentesco entre los miembros que conforman lo conforman, y sus condiciones de salud, educación y trabajo.

es la técnica mediante la cual se hace una representación gráfica de un territorio. En la encuesta económica 2021, se utilizan mapas que delimitan en forma clara y sencilla el ordenamiento físico del segmento y las manzanas para la realización de la encuesta.

Por favor seleccione y diligencie la palabra que corresponda en los siguientes recuadros.

Edificación

Informante
Calificado

Vivienda

Cartografía

Hogar

Encuestador



El encuestador es la persona responsable de recolectar la información de cada hogar a través de la aplicación de la ficha, de acuerdo con la metodología, los contenidos, los procedimientos y las normas establecidas.

Rol del Encuestador

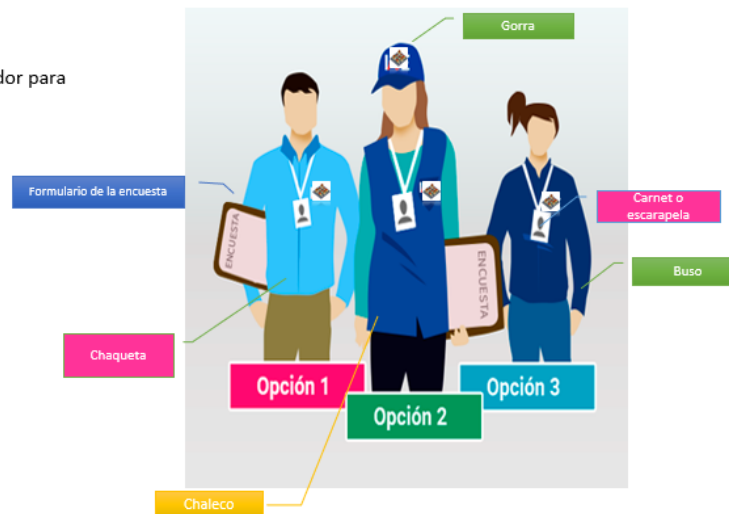
¿Que elementos debe portar el encuestador para realizar su trabajo?

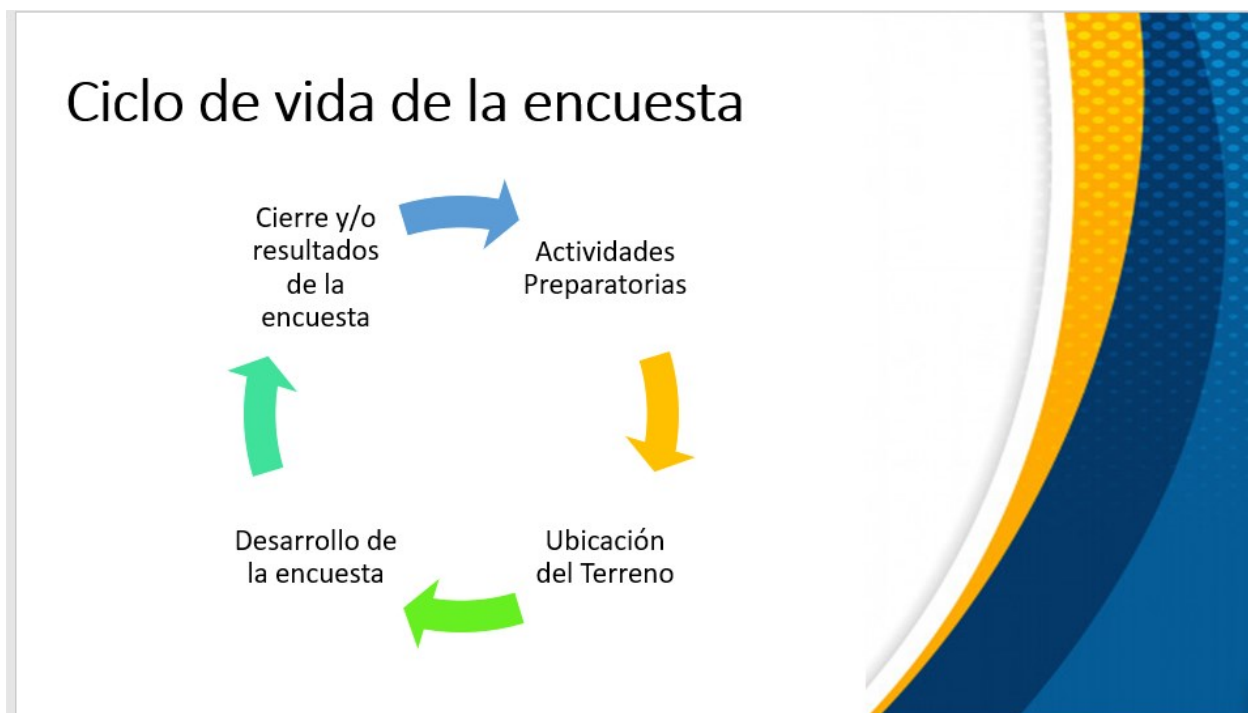
A continuación se presentan 3 opciones de vestuario, que lo identificaran como encuestador.

Primera opción: Se compone chaqueta manga larga, carnet de identificación o escarapela.

Segunda Opción: Gorra, chaleco, Carnet o escarapela.

Tercera Opción: Buso manga larga y carnet de identificación.





Actividades Preparatorias

Son todas las actividades previas a la encuesta, en las que tanto el encuestador como su supervisor deben alistar todos los elementos para que la encuesta tenga éxito.

Identificación del encuestador





Figura No. 3. Formas de la zona urbana de planeación del I. de Bogotá D. C. y referencias con apuntes por sectores al municipio.

■ Sector 1, cantidad de (M2) = 18	■ Sector 1, cantidad de (M2) = 18	■ Sector 1, cantidad de (M2) = 18
■ Sector 2, cantidad de (M2) = 14	■ Sector 3, cantidad de (M2) = 14	■ Sector 3, cantidad de (M2) = 14
■ Sector 3, cantidad de (M2) = 17	■ Sector 4, cantidad de (M2) = 14	■ Sector 4, cantidad de (M2) = 14

Cartografía

Disposición de la carta de presentación.



Fase de Ubicación del Terreno:

El supervisor se ubica a cada uno de los Encuestadores en cada una de las viviendas.



Desarrollo de la encuesta

El encuestador registra en el formulario la información que le suministra el informante.



Fase Resultado de la encuesta:

Encuesta Completa: Cuando se obtiene el total de la información de la encuesta.

Encuesta Incompleta: Cuando por cualquier motivo o circunstancia se interrumpe el diligenciamiento de la encuesta. En este caso es necesario realizar una segunda visita.

Encuesta No diligenciada: Cuando el Informante calificado manifiesta no disponer de tiempo. En este caso se debe realizar una segunda visita.



¡FELICITACIONES!

Has culminado el total del curso. Recuerde la importancia de su papel dentro de la recolección de la información en este proyecto.

Use los conocimientos adquiridos para el desarrollo de su labor.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

7.6 Parte 6 Modalidad de aplicación será la siguiente:

Contacto inicial con el establecimiento estará programado para el primer sábado lo hará el supervisor con el equipo a cargo, para reconocimiento de área relevar y realizar la sensibilización o notificación de los establecimientos en cuestión. dejará una carta de presentación del operativo y explicará los objetivos de la encuesta.

La encuesta se llevará mediante un método personal o cara a cara. se realiza abordando al sujeto o persona en la infraestructura correspondiente de su establecimiento donde ejerce su actividad económica.

El equipo de trabajo deberá visitar la unidad o infraestructura a encuestar cuantas veces sean necesarias hasta materializar el contacto con el dueño o la persona encargada del establecimiento correspondiente. Estas visitas se harán en las horas correspondientes que por primera vez lo visita el encuestador, si no se logra efectuar la encuesta por diferentes razones, el supervisor estará pendiente de estas revisitas y se realizarían al finalizar la jornada, y por último quedarían pendientes de programar la visita el quinto y último sábado de la encuesta asignado para subsanar dichas encuestas pendientes.

1. La modalidad de aplicación será la siguiente:

Contacto inicial con el establecimiento estará programado para el primer sábado lo hará el supervisor con el equipo a cargo, para reconocimiento de área relevar y realizar la sensibilización o notificación de los establecimientos en cuestión. dejará una carta de presentación del operativo y explicará los objetivos de la encuesta.

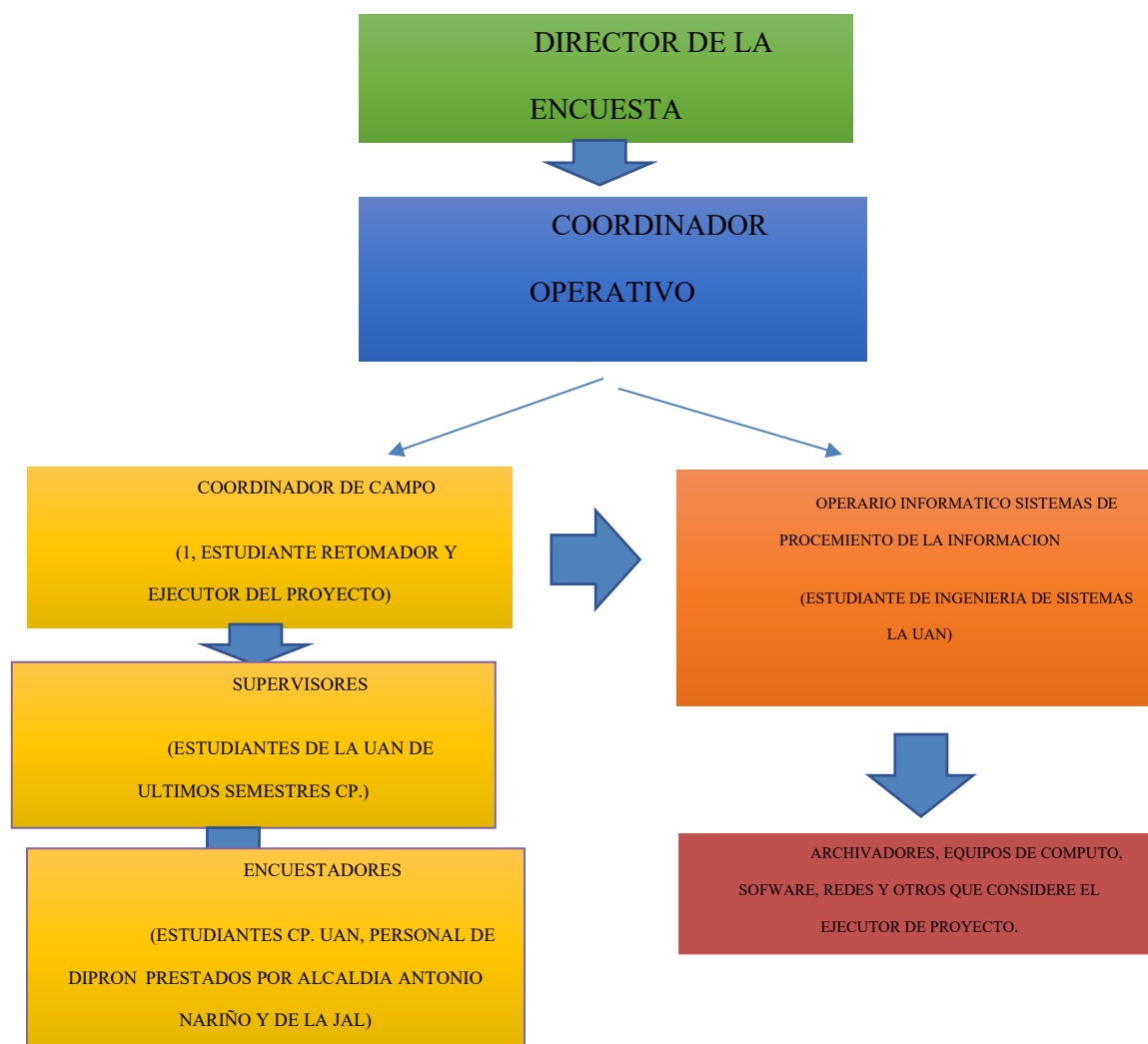
PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

2. ¿Quién debe contestar cada cuestionario?

Cuestionarios 1 y 2 serán respondidos por el/la dueño/a o el encargado/a del establecimiento comercial, industrial, de servicios y otras actividades económicas.

3. Ingreso de los datos o almacenamiento final:

El ingreso de los datos, ya sea por copia física, archivos analógicos, digitales, back up o el proceso de almacenamiento de datos se realizará en el centro de acopio de la universidad Antonio Nariño sede sur en la ciudad Bogotá que se encuentra ubicada en el barrio san José sur. será el responsable del procesamiento y consistencia final de los datos y de la producción de la información derivada de la Encuesta.



PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

7.6.1 Funciones de cada perfil Operativo:

Veamos las funciones que desempeñarán cada una de las personas que componen esta estructura.

7.6.2 Director:

- Respetar los criterios metodológicos, conceptuales y operativos establecidos para la realización de la encuesta.
- Dirigir todo el proceso administrativo que conlleva la realización de la encuesta.
- Orientar las acciones de los coordinadores
- Delegar responsabilidades.
- Desarrollar estrategias en beneficio de la encuesta

7.6.3 Coordinador:

- Asegurar la correcta aplicación de los criterios metodológicos, conceptuales, operativos e informáticos establecidos por director de la encuesta.
- Coordinar el operativo de campo y de ingreso de datos en el centro de acopio en este caso la sede sur de la universidad Antonio Nariño.
- Organizar y supervisar el trabajo de los supervisores de Campo y operario informático.
- Informar al director sobre los avances del operativo.
- Es el responsable de la calidad de los datos recogidos en terreno. Encuesta económica para el levantamiento de la base de datos barrio Restrepo.

7.6.4 Supervisores:

- Evaluar y asistir el trabajo de los Encuestadores a su cargo.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

- Realizar la visita previa de sensibilización al área asignada en la muestra y efectuar las tareas de recuperación de rechazos y ausencias.
- Efectuar en campo las supervisiones aleatorias (rutina) y las supervisiones dirigidas (especiales) que permitan evaluar el trabajo de los Encuestadores.

7.6.5 Encuestador:

- Realizar la encuesta en todos los hogares particulares que habiten en las viviendas seleccionadas, completando los cuestionarios con los datos que brinden los encuestados.

7.6.6 Operario Informático:

- Resolver los problemas operativos que se presenten durante las tareas de ingreso de datos.
- Realizar el análisis e ingreso de los datos relevados en campo por los Encuestadores y supervisor de equipo.

7.6.7 Encuestador:

- El Encuestador es el responsable de realizar la Encuesta en las unidades de infraestructura seleccionadas, asegurando que se completen los cuestionarios con los datos correspondientes.
- Su función es de vital importancia, ya que de la responsabilidad y dedicación con la que desarrolle su trabajo dependerá la calidad de los datos relevados y, por lo tanto, la confiabilidad y validez de la información que se obtenga en este relevamiento. Encuesta económica para el levantamiento de una base de datos barrio Restrepo.
- Una parte fundamental de la tarea del Encuestador, es estar en permanente contacto con su supervisor de Equipo, quien será el encargado de sensibilizar a la población, informándole los objetivos de la encuesta y de la importancia de participar en ella.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

- Tanto el supervisor de Equipo como el Encuestador deberán recuperar los casos en los que algún encuestado se niegue a participar de la Encuesta.
- Del mismo modo, es tarea del encuestador ir a la unidad o infraestructura tantas veces sea necesario para lograr el contacto con el encuestado y aplicar la encuesta.

7.6.8 Dinámica De Trabajo De Campo:

La aplicación de los cuestionarios será responsabilidad íntegramente de los Encuestadores en al menos tres visitas al hogar.

En los casos de ausencias reiteradas o rechazos, deberá comunicarse con el supervisor de Equipo inmediatamente para combinar la estrategia más adecuada a seguir. De ser necesario, el supervisor de Equipo acompañara el operativo para lograr la encuesta.

Se debe tener en cuenta que los datos que se obtienen son confidenciales y están protegidos por la Ley 1266 de 2008 que garantiza el secreto estadístico.

Esta ley se aplica a todos los datos personales financieros, crediticios, comerciales y de servicios registrados en un banco de datos administrados por entidades públicas o privadas. En este sentido, la aplicación de dicha ley se encuentra encaminada a regular el uso de esa información y, por tanto, otro tipo de datos se encuentran excluidos de la aplicación de esta norma.

Por lo tanto, es debido tener clara esta ley para todas las personas que integran el organigrama operativo sin excepción alguna se recomienda:

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Tabla 2. Ley 1266 de 2008

Importante Secreto Estadístico
<p>Usted como integrante del organigrama o encuestador aún más importante; no podrá:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Divulgar ni comentar la información brindada por el encuestado ya que violara la ley 1266 de 2008 (HABEAS DATA). ● No delegar su trabajo ni estar acompañado de una persona ajena a la de la encuesta. ● Formular preguntas que no están en los cuestionarios y usar dicha información para otros fines diferentes. ● Abandonar su tarea sin antes haber entregado la información que recolecto a la persona encargada.

7.6.9 Materiales del Encuestador

A continuación, se detallan los materiales que usted utilizará para cumplir su función:

Tabla 3. Materiales del encuestador

Manual del Encuestador	Contiene la información necesaria para realizar sus tareas.
Cuadernillo de Ejercitación	Contiene los ejercicios para realizar durante la capacitación.
Manual de uso de la Herramienta	Aquí encontrará las instrucciones sobre el uso de los cuestionarios ya sean en papel, análogos o digitales.
Credencial	Para identificarse ante los encuestados en las unidades seleccionadas.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Carta de presentación en los hogares	<p>Para informar a los encuestados sobre la realización de la Encuesta, sus objetivos y la importancia de brindar la información solicitada en la misma.</p> <p>En los operativos de reconocimiento y sensibilización los supervisores de Equipo y encuestadores las entregarán.</p>
Cartografía	<p>Para que el personal de campo ubique las viviendas a visitar. Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> -un plano de área que contiene el radio a encuestar para su mejor ubicación. -un plano de radio en donde se ubican las unidades a encuestar.
Cuestionarios	Para registrar los datos requeridos por la Encuesta.
Elementos de escritura	Lápiz negro, goma y sacapuntas para completar los cuestionarios de la Encuesta.
Bolsas para guardar las encuestas	Para mantenerlas ordenadas y preservar sus materiales.

7.6.10 Tareas del Encuestador: Desarrollo general del operativo

A continuación, se presentan detalladamente las tareas que el encuestador deberá realizar antes, durante y después del relevamiento.

1. Durante la encuesta o la entrevista:

El encuestador visitará la unidad a encuestar hasta en tres oportunidades durante la jornada de la encuesta, para administrar la totalidad de los cuestionarios en cada una de las unidades seleccionadas.

En cada encuentro deberá entrevistar al dueño/a, o al encargado/a que esté en condiciones de brindarle la información requerida por la encuesta.

Para administrar los cuestionarios de esta encuesta, es necesario conocer la forma adecuada de llevar a cabo las entrevistas en los recintos.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

La entrevista es una conversación respetuosa entre el encuestador y el encuestado y el vínculo que se establezca entre ambos constituye una instancia decisiva que define la realización satisfactoria de la encuesta.

En una entrevista podemos reconocer tres momentos: Presentación, Desarrollo y Cierre.

2. Presentación:

A continuación indicará que es él encuestador y hará referencia a la visita previa que o sensibilización que recibió la unidad. Una vez logrado el contacto, procederá con sus tareas.

“Buenos/as días/tardes. Mi nombre es pedrito Pérez y soy Encuestador, Esta es mi credencial (mostrar credencial). El (mencionar día) pasado, un supervisor o compañero mío habló con (mencionar nombre del contacto) para informarle sobre la Encuesta económica para el levantamiento de una base de datos. Yo soy el Encuestador.

El encuestador debe favorecer que se establezca un clima distendido de confianza y privacidad durante el desarrollo de la encuesta, que facilite a los encuestados la tarea de brindar información personal y de la unidad o establecimiento ya sea comercial, industrial o de servicios u otras actividades económicas. Para ello: Exprésese con claridad y compórtese en forma respetuosa.

Demuestre una actitud segura respecto de su tarea como encuestador. Para ello es necesario que conozca bien los cuestionarios y los diligencie de una manera correcta y eficaz.

Manténgase neutral. Escuche atentamente y registre las respuestas obtenidas. Recuerde que, si el encuestado advierte señales de sorpresa o de desagrado ante alguna respuesta, ya sea con expresiones faciales o tonos de voz, puede decidir el fin de la entrevista. Así mismo preste atención a las expresiones y gestos del entrevistado que pueden indicarle si la

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

persona comprende la pregunta, si está sorprendida o nerviosa, entre otras señales.

Usted es quien conduce la entrevista. Si el entrevistado intenta desviar la conversación hacia otros temas, es tarea del encuestador volver a los cuestionarios.

Al terminar de diligenciar el cuestionario, rápidamente evalúe si le falta algún espacio por llenar y dispóngase a corregirlo.

3. Cierre:

Al finalizar cada visita, despídase amablemente y agradezca el tiempo y la colaboración brindada por el encuestado.

Al finalizar cada día la encuesta atención: Entregar todo el material a su supervisor que no haya utilizado y devolver elementos de escritura.

- Reportarle las novedades de sus unidades encuestadas a su supervisor.
- Asistir a una reunión de evaluación de Encuestadores después del operativo de la recolección de datos si lo requiere la directiva del operativo.

¿Cómo administrar las preguntas de los cuestionarios?

veremos las recomendaciones para administrar las preguntas de los Cuestionarios, los distintos tipos de preguntas que presentan los mismos y las consideraciones generales para su completamiento.

Recomendaciones para la realización de las preguntas:

Para asegurar la validez y la confiabilidad de los datos que se obtengan en esta Encuesta, es necesario que todos los Encuestadores administren los Cuestionarios de la misma manera.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

A continuación, se indican algunas recomendaciones que el encuestador deberá seguir durante el desarrollo de las entrevistas:

- Formule todas las preguntas que corresponda administrar.
- No deje de formular la pregunta aun cuando usted piense que conoce la respuesta o que es evidente. Omitir la formulación de cualquier pregunta repercute sobre la calidad de los datos de la Encuesta.
- Las preguntas deben ser leídas exactamente como aparecen redactadas en los Cuestionarios, con las mismas palabras y en el orden en que se encuentran.
- Si cada Encuestador formula las preguntas en su propio lenguaje, aunque las diferencias parezcan pequeñas, se corre el riesgo que las mismas sean mal interpretadas y que las respuestas obtenidas no correspondan a lo que se intenta indagar en los cuestionarios.
- Tenga presente que la secuencia de preguntas es continua, es decir que al terminar de administrar una pregunta se debe formular la siguiente, a menos que se indique lo contrario.
- Esté atento a la interpretación que dé el entrevistado a cada pregunta para poder detectar significados diferentes al expresado en la misma.
- Escuchar con atención ayuda a detectar interpretaciones equivocadas por parte del entrevistado. Si percibe esta situación, relea la pregunta textualmente.
- Dé tiempo al entrevistado para contestar. Hay preguntas que requieren que el entrevistado apele su memoria para responderlas. No sugiera las respuestas.
- En el caso de que administre los cuestionarios en versión papel, siga siempre la indicación de la numeración y los pases para formular la pregunta siguiente, de acuerdo con la respuesta del entrevistado.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

7.7. METODOLOGÍA COSTOS

COSTOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA ECONÓMICA

El presupuesto requerido para este censo comercial, que se llevará a cabo en la localidad Antonio Nariño en el segmento del barrio Restrepo, para el cual tomaremos la muestra de 135 manzanas conformada cada una, en promedio entre 25 construcciones multiplicada por dos veces en razón que hay unidades que comprenden hasta 2 negocios en la misma, dicha muestra concluye que la cantidad de encuestas a realizar es de un promedio de 6750 construcciones.

Las cuáles serán encuestadas por el personal encargado, el cual estará conformado de 60 encuestadores, 9 supervisores y 2 coordinadores de campo, este personal se compone de estudiantes de la Universidad Antonio Nariño, personal del instituto distrital para la protección de la niñez y la juventud colocado por la Alcaldía Antonio Nariño y la Junta de Acción Comunal del barrio Restrepo la cual participará con personal de la comunidad.

el proyecto está planeado para que se ejecute en 4 sábados, para lo cual se necesita los siguientes elementos:

- 60 encuestadores, que se dividen en 9 grupos
- 9 supervisores a cargo de un equipo de encuestadores
- 2 coordinadores orientando la ejecución del censo
- 1 operario encargado de tratar y archivar la información recogida en campo.
- Materiales como: gorras estampadas con logos de las entidades, escarapela con reata, lápiz, borrador, tajalápiz, formularios, cuadernillos, bolsas plásticas y alimentación para el personal que trabajara en campo.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

A continuación, tabla de presupuesto general o cotización con los materiales requeridos, su respectivo precio y la entidad encargada de colocar cierto elemento:

Materiales					
Elemento	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Cotización referencia	Entidad a cargo del costo
Personal requerido 71 personas X 4 días de trabajo	284	30.000	8.520.000	Cotizado al valor real del mercado	(UAN) 31 personas, alcaldía local 20 personas, (JAL) 20 personas.
Gorra estampada con logos De las tres entidades.	71	9.000	639.000	viotto av. 3 n. 31b – 83 352 0604	Alcaldía local
Escarapela con reata y herraje	71	2.500	177.500	graficarte cl. 10 b sur n 16-82 604 3539	Alcaldía local
Lápiz normar n2	60	541.66	32.500	Mercado libre Colombia	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Borradores nata mayca implem medidas 33mm x 55mm	60	166.66	10.000	Mercado libre Colombia	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Tajalápiz Metálico	60	220.83	13.250	Mercado libre Colombia	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Formularios fotocopiados en hoja oficio	6750	50	337.500	Papelería barrio san José	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Cuadernillos fotocopiados	71	450	31.950	Papelería barrio san José	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Bolsa plástica cierre hermético Medidas 40 x 30 cm	120	433	51.960	Mercado libre Colombia	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
carta de presentación	6750	21.9	147.825	graficarte cl.10b sur n16-82 604 3539	Alcaldía local
Refrigerio 71 x 4 días	284	2.500	710.000	Se cotiza al valor real del mercado	Alcaldía local

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Almuerzo 71 x 3 días	213	6.000	1.278.000	Se cotiza al valor real del mercado	Alcaldía local
Costo total del presupuesto		Vr, unitario 51.884.05	Vr, total <u>11.948.945</u>	NOTA: Este valor se dividirá entre las tres entidades cada una asumirá los costos asignados como lo sugiere la tabla.	

A continuación, tablas individuales de los costos que asumiría cada una de las entidades comenzando:

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

Materiales					
Elemento	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Cotización referencia	Entidad a cargo del costo
Personal requerido 31 personas X 4 días de trabajo	124	30.000	3.720.000	Cotizado al valor real del mercado	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Lápiz normar n2	60	541.66	32.500	Mercado libre Colombia	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Borradores nata mayca implem medidas 33mm x 55mm	60	166.66	10.000	Mercado libre Colombia	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Tajalápiz Metálico	60	220.83	13.250	Mercado libre Colombia	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Formularios fotocopiados en hoja oficio	6750	50	337.500	Papelería barrio san José	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Cuadernillos fotocopiados	71	450	31.950	Papelería barrio san José	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Bolsa plástica cierre hermético Medidas 40 x 30 cm	120	433	51.960	Mercado libre Colombia	Universidad Antonio Nariño, estudiantes
Costo total del presupuesto		Vr, unitario 31.862.15	Vr, total <u>4.197.160</u>	NOTA: Este valor asumido por la universidad Antonio Nariño, estudiantes ejecutores del proyecto.	

ALCALDÍA LOCAL ANTONIO NARIÑO

Materiales					
Elemento	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Cotización referencia	Entidad a cargo del costo
Personal requerido 20 personas X 4 días de trabajo	80	30.000	2.400.000	Cotizado al valor real del mercado	alcaldía local

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Gorra estampada con logos De las tres entidades.	71	9.000	639.000	viotto av. 3 n. 31b – 83 352 0604	Alcaldía local
Escarapela con reata y herraje	71	2.500	177.500	graficarte cl. 10 b sur n 16-82 604 3539	Alcaldía local
Carta de presentación	6750	21.9	147.825	graficarte cl. 10 b sur n 16-82 604 3539	Alcaldía local
Refrigerio 71 x 4 días	284	2.500	710.000	Se cotiza al valor real del mercado	Alcaldía local
Almuerzo 71 x 3 días	213	6.000	1.278.000	Se cotiza al valor real del mercado	Alcaldía local
Costo total del presupuesto		Vr, unitario 50.021.9	Vr, total <u>5.352.325</u>	NOTA: Este valor será asumido por la alcaldía local Antonio Nariño	

JUNTA DE ACCION LOCAL BARRIO RESTREPO

Materiales					
Elemento	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Cotización referencia	Entidad a cargo del costo
Personal requerido 20 personas X 4 días de trabajo	80	30.000	2.400.000	Cotizado al valor real del mercado	Junta de acción local 20 personas.
Parte individual del Costo total del presupuesto asumido por (JAL).		Vr, unitario 30.000	Vr, total <u>2.400.000</u>	NOTA: Este valor lo asumirá la (JAL).	

8 Marcos de Referencia

8.1 Marco Teórico

Este escrito pretende entregar un marco teórico para la comprensión de la Encuesta que será aplicada al segmento del barrio Restrepo.

El objetivo es realizar la planeación de una encuesta para el levantamiento de una base de datos que contribuya con la caracterización de las diferentes actividades económicas ejercidas en este sector de la localidad Antonio Nariño y suplir las necesidades.

1. Existen tres tipos de investigaciones:

a) Investigación Exploratoria: tienen por objetivo, la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis. Permite al investigador formular hipótesis de primero y segundo grados.

b) Investigación Descriptiva: Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación. De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de descripción que se propone realizar.

c) Investigación Explicativas: Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Asimismo, debe señalar las razones por las cuales el estudio puede considerarse explicativo. Su realización supone el ánimo de contribuir al desarrollo del conocimiento científico.

Se maneja un estudio de carácter descriptivo ya que mediante la aplicación de la encuesta se busca obtener información de los emprendedores formales e informales

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

pequeños y medianos empresarios, establecimientos comerciales y otros en el barrio Restrepo.

(Según Peter Chisnall,1996), los dos tipos principales de datos se clasifican como:

2. Recopilación de información secundaria y primaria:

a) Datos secundarios: Es la información que ya existe y que se ha recopilado para otro propósito. Estos son un punto de partida para la investigación ya que pueden ayudar a definir los objetivos de la investigación.

Consisten en la información que ya existe en alguna parte y que se ha recopilado para otro propósito. Los datos secundarios proporcionan un buen punto de partida para la investigación y a menudo ayudan a definir los problemas y los objetivos de la investigación. Los datos secundarios por lo general se pueden obtener con mayor rapidez y a un costo más bajo que los datos primarios.

b) Datos primarios:

Consisten en la información recopilada para el propósito específico inmediato. La investigación por medio de la observación es la recopilación de datos primarios a partir del estudio de las personas, las acciones y las situaciones pertinentes.

Fuentes de datos secundarios

- Fuentes internas (registro de inventarios, hojas de balance)
- Publicaciones del gobierno (demográficos, económicos)
- Publicaciones periódicas y libros (revistas de mercadotecnia, revistas de negocios)
- Datos comerciales (Datos sobre los auditorios de televisión, participación de mercados y precios al detalle)
- Datos internacionales (comercio extranjero para países y bienes específicos)

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Las fuentes de información utilizada para la presente investigación son de carácter primaria y secundarias, ya que la misma será obtenida de entidades como la Junta de Acción Comunal, la Alcaldía local y Universidad Antonio Nariño, quienes nos proporcionan un testimonio directo sobre el tema a tratar.

Adicional a ello serán tomadas como fuentes documentos en la página web, sobre desarrollo de análisis de la economía del sector; trabajos de investigación, tesis de temas enfocados al desarrollo económico del barrio en años anteriores y los cuales nos servirán de base para dar enfoque a los diferentes factores claves en la presente investigación.

3. (Pedro López Roldán y Sandra Fachelli,2016) indica que una encuesta es el enfoque más adecuado para recopilar una información descriptiva. Una compañía que desea saber algo acerca de los conocimientos, actitudes, preferencias o conducta de compra, a menudo lo puede obtener preguntando directamente a los individuos.

La investigación de encuestas es el método que se utiliza más ampliamente para la recopilación de datos primarios y a menudo es el único que se emplea en un estudio de investigación. La ventaja principal del método de encuesta es su flexibilidad. Se puede usar para obtener muchas clases de información, en muchas situaciones diferentes. Dependiendo del diseño de la encuesta, también puede proporcionar información con mayor rapidez y a un costo más bajo que la investigación mediante la observación.

Sin embargo, la investigación por encuesta también presenta ciertos problemas. En ocasiones, las personas son incapaces de responder a las preguntas de la encuesta porque no pueden recordar lo que hacen y por qué lo hacen o porque jamás han pensado en ello o bien, las personas no responden a las entrevistas porque consideran cosas que son privadas. Quienes responder pueden contestar incluso si no conocen al tema en cuestión, con el fin de

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

dar la impresión de ser más inteligentes o de estar mejor informados. O bien, pueden tratar de ayudar al entrevistador proporcionando respuestas agradables.

Existen tres tipos de encuesta:

a) Encuesta por correo: se pueden utilizar para recopilar grandes cantidades de información a un costo bajo por cada persona que responde. Sin embargo, los cuestionarios por correo no son muy flexibles; todos los que lo reciben responden a las mismas preguntas en un orden fijo y el investigador no puede adaptar el cuestionario basándose en las respuestas anteriores. Las encuestas por correo por lo común se llevan más tiempo para terminarlas y el índice de respuestas, es decir, el número de personas que devuelven los cuestionarios llenos, a menudo es muy bajo. El investigador con frecuencia tiene muy poco control sobre la muestra representativa de los cuestionarios por correo.

b) Encuesta por teléfono: Son el método mejor para recopilar información rápidamente y proporcionan una flexibilidad mayor que los cuestionarios por correo. Los índices de respuestas suelen ser más elevados que los cuestionarios por correo y las entrevistas por teléfono también permiten un mayor control de la muestra representativa. Los entrevistadores pueden indicar que desean hablar con las personas que posean las características deseadas, o incluso pueden preguntar por ellas por su nombre.

c) Encuestas personales: Implica hablar con las personas en sus hogares u oficinas, en la calle o en los centros comerciales. Esas entrevistas son flexibles. Los entrevistadores capacitados pueden retener por mucho tiempo la atención de quienes responden y pueden explicar las preguntas difíciles. Pueden guiar las entrevistas, explorar los aspectos y sondear según lo requiera la situación. En la mayor parte de los casos las entrevistas personales se

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

pueden llevar a cabo con bastante rapidez. Sin embargo, las entrevistas personales pueden costar tres, o cuatro veces más que las entrevistas telefónicas.

Una muestra es un segmento de la población, seleccionado para una investigación de mercados, con el propósito de que represente a la población como un todo.

4- Existen dos tipos de muestreo

Según (Doctor Iván Espinosa Salvadó,2017).

a) Muestreo probabilístico: En la cual cada miembro de la población tiene una probabilidad conocida de que lo incluyan en la muestra y los investigadores pueden calcular los límites de confianza para los errores en la muestra. Pero cuando la muestreo de probabilístico cuesta demasiado, o se lleva demasiado tiempo, los investigadores de mercadotecnia menudo aceptan el muestreo no probabilístico.

Tipos de muestras probabilísticas:

1- Muestreo simple al azar: Cada miembro de la población tiene una probabilidad conocida e igual de que lo seleccionen.

2- Muestreo estratificado al azar: La población se divide en grupos que se excluyen mutuamente (como grupos de edad) y de cada grupo se extraen muestras al azar.

3- Muestreo sistemático: Cuando los elementos de la población están ordenados en una lista (Encuestas por teléfono)

4- Muestreo por conglomerado: Consiste en elegir aleatoriamente ciertos barrios dentro de la ciudad, para elegir calles y edificios, una vez elegido el edificio se entrevista a todos los vecinos.

b) Muestreo no probabilístico: es un procedimiento de selección según el cual cada uno de los elementos de la población no tiene las mismas posibilidades de ser elegido para

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

formar la muestra. Presenta el riesgo de ser menos representativo que el muestreo probabilístico.

Tipos de muestreo No probabilístico:

1- Muestreo de juicio o criterio: El investigador utiliza su criterio para seleccionar a los miembros de la población que pueden generar muestras representativas.

2- Muestreo de Bola de nieve: Forma de muestreo de juicio, es muy apropiado para alcanzar poblaciones pequeñas (delincuentes, sectas)

3- Muestreo por conveniencia: El investigador selecciona a los miembros de la población más fáciles para obtener información de ellos.

4- Muestreo por cuotas: El investigador encuentra a un número preestablecido de personas en cada una de varias categorías y las entrevista.

5. El proceso de diseño de un cuestionario es:

- Plantear que se va a medir
- Formular preguntas para obtener la información necesaria
- Decidir sobre el orden de preguntas y esquema físico del cuestionario
- Probar el cuestionario con respecto a ambigüedades
- Corregir los problemas y probar nuevamente si es necesario.
- Condiciones que se requieren para diseñar un cuestionario:
- Formato de Plantear que se va a medir
- Formato de pregunta
- Redacción de preguntas

1- Plantear que se va a medir: Consiste en especificar la información que habrá de ser obtenida de cada entrevistado. Elegido el tipo de estudio y el sistema de encuesta a

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

emplear, se debe confeccionar el cuestionario, que es el medio entre el investigador y el problema a resolver. Un juicio deficiente en esta fase puede significar que los resultados no sean relevantes para el propósito de la investigación que sean incompletos. Ambos problemas son costosos y pueden disminuir seriamente el valor del estudio.

Cuando un cuestionario está incompleto en aspectos importantes y es enviado el campo el error es irreversible. Para evitar esa contingencia se requiere de una reflexión cuidadosa la cual se facilita por:

- Objetivos claros de la investigación
- Una investigación exploratoria
- Experiencia con estudios similares
- Prueba previa de las versiones preliminares del cuestionario

2- Formato de la pregunta

La forma de cada pregunta puede influir en la respuesta. Los investigadores de mercados hacen una distinción entre preguntas cerradas y abiertas.

Las preguntas cerradas incluyen todas las respuestas posibles y los sujetos hacen elecciones entre ellas. Algunos ejemplos incluyen las preguntas de elección múltiple y las preguntas de escala. Las preguntas abiertas permiten que quienes lo hagan contesten con sus propias palabras. Las preguntas abiertas revelan más que las preguntas cerradas, porque quienes responden no están limitados en sus respuestas. Las preguntas abiertas son en especial útiles en la Investigación exploratoria, cuando el investigador está tratando de averiguar qué es lo que piensan las personas, pero no está midiendo por qué muchas personas piensan de cierta manera. Las preguntas cerradas, por otra parte, proporcionan respuestas que son más fáciles de interpretar y de tabular.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

3. Redacción de Preguntas:

La redacción del cuestionario, difícil tarea, ha de confeccionarse con una idea clara de los objetivos, pues tras la tabulación de sus respuestas se obtendrán los datos precisados para solucionar el problema.

Se debe tener cuidado con la anunciación y el orden de las preguntas. Se debe utilizar un vocabulario simple y directo. Las preguntas deben estar dispuestas en un orden lógico. De ser posible, la primera debe crear un interés y las preguntas difíciles o personales se deben hacer al último, de manera que quienes respondan no se pongan a la defensiva.

Es preciso formular las preguntas de manera que no contengan insinuaciones acerca de las respuestas apropiadas.

Las preguntas deben limitarse a un solo un concepto. Las preguntas no deben ser dirigidas o manipuladas.

Formas de manipular una pregunta:

Proporcionar al entrevistado una razón para una de las alternativas

Las palabras cargadas no deben utilizarse porque el entrevistado lo puede interpretar de diferentes maneras.

Las instrucciones no deben causar confusión, no se deben usar preguntas extensas, deben ser dirigidas hacia el conocimiento e interés del entrevistado.

Las preguntas deben ser aplicadas a todos los entrevistados, dependiendo del alcance se clasifica a un grupo de personas.

8.2 Marco Conceptual

Para la realización del presente marco se tomará la definición conceptual de las 10 palabras más relevantes en el trabajo, estas se definirán a la luz de tres fuentes de información como son el Diccionario de la Real Academia de la lengua española, el diccionario ABC y De; la presentación de las palabras se realiza en orden alfabético y utilizando un mínimo términos técnicos para mejor entendimiento del lector, y por último, presentaremos una conclusión de la definición que más se adapte al contexto del trabajo:

Actividad:

Según la RAE: Conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad.

Según definición. De: Se trata de las acciones que desarrolla un individuo o una institución de manera cotidiana, como parte de sus obligaciones, tareas o funciones.

Según Definición ABC: Son actividades económicas todos los procesos que tienen lugar para la obtención de productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular.

Barrio:

Según definición. De: es una subdivisión de una ciudad o pueblo, que suele tener identidad propia y cuyos habitantes cuentan con un sentido de pertenencia.

Según la RAE:

Cada una de las partes en que se dividen los pueblos y ciudades o sus distritos.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Según definición ABC: El término barrio se utiliza tradicionalmente para hacer referencia a una sección de la ciudad más o menos definida, que presenta algunas características distintivas sobre las demás.

Base De Datos:

Según la RAE: Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Según Techtarget: Es una colección de información organizada de tal modo que sea fácilmente accesible, gestionada y actualizada. En una sola vista, las bases de datos pueden ser clasificadas de acuerdo con los tipos de contenido: bibliográfico, de puro texto, numéricas y de imágenes.

Según Definición ABC: Una base de datos es el conjunto de datos informativos organizados en un mismo contexto para su uso y vinculación.

Caracterización:

Según la RAE: La caracterización es determinar los atributos peculiares de alguien o de algo de modo que claramente se distinga de los demás.

Según Wordreference: Determinar los rasgos distintivos de una persona o cosa, de manera que se distinga claramente de las demás.

Según definición ABC: Cuando se habla de caracterización se podrá estar haciendo referencia a dos cuestiones...Por un lado, a la determinación de aquellos atributos

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

peculiares que presenta una persona o una cosa y que por tanto la distingue claramente del resto de su clase.

Cuestionario:

Según la RAE: Lista de preguntas que se proponen con cualquier fin.

Según definición ABC: El término cuestionario presenta dos usos muy difundidos, por un lado, es una lista de preguntas o cuestiones y también es aquel programa de temas de una oposición, clase, entre otros.

Según definición. De: es un conjunto de preguntas que se confecciona para obtener información con algún objetivo en concreto. Existen numerosos estilos y formatos de cuestionarios, de acuerdo a la finalidad específica de cada uno.

Económica:

Según la rae: Pertenciente o relativo a la economía.

Según Definición ABC: La idea de ciencia económica engloba todos los parámetros, teorías y técnicas de estudio relacionados con los factores de producción de una sociedad.

Según definición. De: El adjetivo económico, por su parte, alude a lo vinculado a la economía (la ciencia dedicada al análisis de la satisfacción de las necesidades materiales de las personas a partir de recursos que son escasos).

Encuesta:

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Según la RAE: Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales.

Según Dane: Obtener información estadística continua a una muestra de la población.

Según Definición ABC: conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones

Levantamiento:

Según la RAE: Ajuste, conclusión y finiquito de cuentas.

Según Definición ABC: Llega un momento en el que, y por muy pacífico que seas, te cansas que te pisoteen. Y entonces te revelas. Y entonces incluso llegar a sorprenderte de la fuerza que puedes tener.

Según wordreference: levantamiento de pesos. Disciplina olímpica que consiste en levantar ruedas de diferentes tamaños acopladas a los extremos de una barra; halterofilia.

Población:

Según la RAE: Conjunto de personas que habitan en un determinado lugar.

Según Diccionario Jurídico: el acto de poblar, de dotar de habitantes a un territorio, pero en el sentido científico indica más bien, el resultado de este acto, es decir, el conjunto de habitantes de un país o territorio, política, administrativamente o socialmente determinada.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Según tesis de Investigación: Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Planeación:

Según la RAE: Acción y efecto de planear (|| trazar un plan).

Según Definición ABC: Cuando tenemos que llevar a cabo una actividad, ya sea en el plano personal o en el laboral, que es importante, pero se y que implica a varias personas y aspectos es imprescindible que la organicemos con algún tiempo de anticipación porque de esta manera estaremos bien preparados para las contingencias, por ejemplo, y además porque esa preparación con tiempos será sin dudas fundamental para atravesar con éxito.

Según definición. De: planeación o planeamiento es un accionar que está vinculado a planear. Este verbo, por su parte, consiste en elaborar un plan.

De acuerdo a las fuentes de información consultadas se determinó que las definiciones que se enfocan al objetivo del proyecto de investigación son las siguientes: iniciando por el concepto de actividad, definida por la Real academia española como el conjunto de operaciones propias de una persona o entidad, pues esta determina de manera sencilla y concreta el ejercicio o tarea que puede realizar una persona en sus diferentes campos de acción. El concepto de barrio de acuerdo al diccionario ABC, alude que la misma hace referencia a una sección de la ciudad más o menos definida, que presenta algunas características distintivas sobre las demás. En cuanto a las bases de datos son una colección de datos organizados los cuales debe existir relación, de esta manera se puede determinar las características a obtener en la investigación. Estas caracterizaciones pueden

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

ser obtenidas por medio de cuestionarios los cuales son realizados mediante un conjunto de preguntas, las mismas de acuerdo a una finalidad específica, para el caso del presente proyecto se busca obtener información sobre el sistema de comercio y consumo que se desarrolla en el sector del barrio Restrepo.

Para poder obtenerlo se debe realizar un levantamiento o en otros términos la recolección y construcción consolidada de información determinado las variables que son de nuestro interés, para ello se requiere de una planeación o un conjunto de actividades que se ejecutarán cronológicamente, siguiendo una guía para el proceso que se determine.

8.3 Marco Legal

El presente trabajo se sujeta bajo la ley estatutaria 1266 del año 2008 o Habeas Data y la ley 79 de 1993 en su artículo quinto.

El habeas Data se conoce como el recurso legal que permite acceder a un banco de información o registro de datos. Se fundamenta como una garantía sobre la adecuada manipulación de la información personal que se encuentra bajo conocimiento de terceros, en este caso para nuestro proyecto de investigación se fundamenta la presente ley en sus artículos 2,3,6 y 7 ya que, al realizar la planeación de una actividad con fines de una encuesta económica, en la cual se desea obtener información general o personal de los establecimientos del sector, se debe tener el debido conocimiento de la normatividad que regula este tipo de datos. La presente información es tomada de la página de la secretaría del senado.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Esta ley en especial regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones.

Tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales relacionadas con la recolección, tratamiento y circulación de datos personales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política, así como el derecho a la información establecido en el artículo 20 de la Constitución Política, particularmente en relación con la información financiera y crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países.

Artículo 20. Ámbito de Aplicación. La presente ley se aplica a todos los datos de información personal registrados en un banco de datos, sean estos administrados por entidades de naturaleza pública o privada.

Esta ley se aplicará sin perjuicio de normas especiales que disponen la confidencialidad o reserva de ciertos datos o información registrada en bancos de datos de naturaleza pública, para fines estadísticos, de investigación o sanción de delitos o para garantizar el orden público.

Artículo 30. Definiciones. Para los efectos de la presente ley, se entiende por:

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

a) Titular de la información. Es la persona natural o jurídica a quien se refiere la información que reposa en un banco de datos y sujeto del derecho de hábeas data y demás derechos y garantías a que se refiere la presente ley.

b) Fuente de información. Es la persona, entidad u organización que recibe o conoce datos personales de los titulares de la información, en virtud de una relación comercial o de servicio o de cualquier otra índole y que, en razón de autorización legal o del titular, suministra esos datos a un operador de información, el que a su vez los entregará al usuario final. Si la fuente entrega la información directamente a los usuarios y no, a través de un operador, aquella tendrá la doble condición de fuente y operador y asumirá los deberes y responsabilidades de ambos. La fuente de la información responde por la calidad de los datos suministrados al operador la cual, en cuanto tiene acceso y suministra información personal de terceros, se sujeta al cumplimiento de los deberes y responsabilidades previstas para garantizar la protección de los derechos del titular de los datos;

c) Operador de información. <Literal CONDICIONALMENTE exequible> Se denomina operador de información a la persona, entidad u organización que recibe de la fuente datos personales sobre varios titulares de la información, los administra y los pone en conocimiento de los usuarios bajo los parámetros de la presente ley. Por tanto, el operador, en cuanto tiene acceso a información personal de terceros, se sujeta al cumplimiento de los deberes y responsabilidades previstos para garantizar la protección de los derechos del titular de los datos. Salvo que el operador sea la misma fuente de la información, este no tiene relación comercial o de servicio con el titular y por ende no es responsable por la calidad de los datos que le sean suministrados por la fuente;

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

d) Usuario. El usuario es la persona natural o jurídica que, en los términos y circunstancias previstos en la presente ley, puede acceder a información personal de uno o varios titulares de la información suministrada por el operador o por la fuente, o directamente por el titular de la información. El usuario, en cuanto tiene acceso a información personal de terceros, se sujeta al cumplimiento de los deberes y responsabilidades previstos para garantizar la protección de los derechos del titular de los datos. En el caso en que el usuario a su vez entregue la información directamente a un operador, aquella tendrá la doble condición de usuario y fuente, y asumirá los deberes y responsabilidades de ambos;

e) Dato personal. Es cualquier pieza de información vinculada a una o varias personas determinadas o determinables o que puedan asociarse con una persona natural o jurídica. Los datos impersonales no se sujetan al régimen de protección de datos de la presente ley. Cuando en la presente ley se haga referencia a un dato, se presume que se trata de uso personal. Los datos personales pueden ser públicos, semiprivados o privados;

f) Dato público. Es el dato calificado como tal según los mandatos de la ley o de la Constitución Política y todos aquellos que no sean semiprivados o privados, de conformidad con la presente ley. Son públicos, entre otros, los datos contenidos en documentos públicos, sentencias judiciales debidamente ejecutoriadas que no estén sometidos a reserva y los relativos al estado civil de las personas;

g) Dato semiprivado. Es semiprivado el dato que no tiene naturaleza íntima, reservada, ni pública y cuyo conocimiento o divulgación puede interesar no sólo a su titular sino a cierto sector o grupo de personas o a la sociedad en general, como el dato financiero y

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

crediticio de actividad comercial o de servicios a que se refiere el Título IV de la presente ley.

h) Dato privado. Es el dato que por su naturaleza íntima o reservada sólo es relevante para el titular.

i) Agencia de Información Comercial. Es toda empresa legalmente constituida que tenga como actividad principal la recolección, validación y procesamiento de información comercial sobre las empresas y comerciantes específicamente solicitadas por sus clientes, entendiéndose por información comercial aquella información histórica y actual relativa a la situación financiera, patrimonial, de mercado, administrativa, operativa, sobre el cumplimiento de obligaciones y demás información relevante para analizar la situación integral de una empresa. Para los efectos de la presente ley, las agencias de información comercial son operadores de información y fuentes de información.

Derechos de los Titulares de la Información.

Artículo 60. Derechos de los titulares de la información. Los titulares tendrán los siguientes derechos:

1. Frente a los operadores de los bancos de datos:

1.1 Ejercer el derecho fundamental al hábeas data en los términos de la presente ley, mediante la utilización de los procedimientos de consultas o reclamos, sin perjuicio de los demás mecanismos constitucionales y legales.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

1.2 Solicitar el respeto y la protección de los demás derechos constitucionales o legales, así como de las demás disposiciones de la presente ley, mediante la utilización del procedimiento de reclamos y peticiones.

1.3 Solicitar prueba de la certificación de la existencia de la autorización expedida por la fuente o por el usuario.

1.4 Solicitar información acerca de los usuarios autorizados para obtener información.

Deberes de los Operadores, las fuentes y los Usuarios de Información.

Artículo 70. Deberes de los operadores de los bancos de datos. Sin perjuicio del cumplimiento de las demás disposiciones contenidas en la presente ley y otras que rijan su actividad, los operadores de los bancos de datos están obligados a:

1. Garantizar, en todo tiempo al titular de la información, el pleno y efectivo ejercicio del derecho de hábeas data y de petición, es decir, la posibilidad de conocer la información que sobre él exista o repose en el banco de datos, y solicitar la actualización o corrección de datos, todo lo cual se realizará por conducto de los mecanismos de consultas o reclamos, conforme lo previsto en la presente ley.

2. Garantizar, que, en la recolección, tratamiento y circulación de datos, se respetarán los demás derechos consagrados en la ley.

3. Permitir el acceso a la información únicamente a las personas que, de conformidad con lo previsto en esta ley, pueden tener acceso a ella.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

4. Adoptar un manual interno de políticas y procedimientos para garantizar el adecuado cumplimiento de la presente ley y, en especial, para la atención de consultas y reclamos por parte de los titulares.

5. Solicitar la certificación a la fuente de la existencia de la autorización otorgada por el titular, cuando dicha autorización sea necesaria, conforme lo previsto en la presente ley.

6. Conservar con las debidas seguridades los registros almacenados para impedir su deterioro, pérdida, alteración, uso no autorizado o fraudulento.

7. Realizar periódica y oportunamente la actualización y rectificación de los datos, cada vez que le reporten novedades las fuentes, en los términos de la presente ley.

8. Tramitar las peticiones, consultas y los reclamos formulados por los titulares de la información, en los términos señalados en la presente ley.

9. Indicar en el respectivo registro individual que determinada información se encuentra en discusión por parte de su titular, cuando se haya presentado la solicitud de rectificación o actualización de la misma y no haya finalizado dicho trámite, en la forma en que se regula en la presente ley.

10. Circular la información a los usuarios dentro de los parámetros de la presente ley.

11. Cumplir las instrucciones y requerimientos que la autoridad de vigilancia imparta en relación con el cumplimiento de la presente ley.

12. Los demás que se deriven de la Constitución o de la presente ley.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

Ley 79 de 1993. Por la cual se regula la realización de los censos de población y vivienda en todo el territorio nacional.

ARTICULO 5o. Las personas naturales o jurídicas, de cualquier orden o naturaleza, domiciliadas o residentes en el territorio nacional, están obligadas a suministrar al Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E, los datos solicitados en el desarrollo de Censos y Encuestas. Los datos suministrados al Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, en el desarrollo de los censos y encuestas, no podrán darse a conocer al público ni a las entidades u organismos oficiales, ni a las autoridades públicas, sino únicamente en resúmenes numéricos, que no hagan posible deducir de ellos información alguna de carácter individual que pudiera utilizarse para fines comerciales, de tributación fiscal, de investigación judicial o cualquier otro diferente del propiamente estadístico.

8.4 Marco Temporal

Plantear en un tiempo de 6 meses, como se realizaría la construcción de una base de datos de los emprendedores formales e informales pequeños y medianos empresarios, establecimientos comerciales, y alguna actividad económica o fabril en el barrio Restrepo, para establecer la cantidad de personas que ejercen una actividad económica de manera formal e informal.

La ejecución de la presente encuesta comprenderá el periodo de febrero a junio del año 2021.

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

8.5 Marco Espacial

La UPZ 38 Restrepo se ubica en el costado occidental de la localidad Antonio Nariño. Tiene una extensión de 354.7 hectáreas, equivalentes al 72.7% del total de área de las UPZ de la localidad. Limita, por el norte, con las UPZ Muzú y Ciudad Montes de la localidad Puente Aranda; por el oriente, con la UPZ Ciudad Jardín; por el sur, con la UPZ Quiroga de la localidad Rafael Uribe; y por el occidente, con la UPZ Tunjuelito, de la localidad del mismo nombre. (Monografía Localidad Antonio Nariño, septiembre 2018).

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

9 conclusiones

1. Darle vía al proyecto de investigación en datos reales para que sea aplicado por otros estudiantes.

2. Construir un instrumento para la aplicación de la presente encuesta, que recolecte la información necesaria, para que de esta manera sean satisfechas las necesidades de los diferentes entes que la requieren.

3. Beneficiar a la universidad Antonio Nariño para brindarle en un futuro cercano una base de datos para sus proyectos sociales, educativos, beneficiando a los estudiantes de la facultad de Contaduría Pública.

4. Poder trabajar de la mano con diferentes entes locales para fortalecer la economía y dar a conocer los proyectos sociales que desarrolla la Universidad Antonio Nariño en frente a la comunidad.

10 anexos**10.1 Glosario****Actividad**

Son todas aquellas tareas que realiza un individuo en el desarrollo de sus labores cotidianas., 64

Barrio

Hace referencia a una sección de la ciudad, que se diferencia de las demás porque presenta características distintivas., 65

Base De Datos

Es un conjunto de datos organizados, con los cuales se da origen a una investigación. Esta debe ser de fácil acceso, organizada y debe mantenerse actualizada, para su utilización., 65

Caracterización

Son todos aquellos atributos que diferencian a una persona o una cosa de las demás., 65

Cuestionario

Conjunto de preguntas diseñadas para obtener información de algún tema de

investigación, con algún objetivo en específico., 66

Económica

Es la forma de administrar los recursos esto mediante el intercambio de bienes o servicios, 66

Encuesta

Conjunto de preguntas ordenadas, diseñadas para ser dirigidas a la muestra de una población, 66

Levantamiento:

Es el proceso mediante el cual se recolecta y analiza información que es objeto de estudio., 67

Planeación

Es el proceso de organizar un conjunto de actividades, que se realizaran en un determinado tiempo, 67

Población

Conjunto de personas que habitan en un determinado lugar. Estas pueden ser el conjunto de habitantes de un país o territorio., 67

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

11. Bibliografía

- Asale, R. (2020, mayo 29). empresa | Diccionario de la lengua española. Recuperado de <https://dle.rae.es/?w=empresa&m=form>
- Actividad comercial - ¿Qué es?, tipos, características, ejemplos y más. (2020, abril 17). Recuperado de <https://enciclopediaeconomica.com/actividad-comercial/>
- ALCALDIA LOCAL DE ANTONIO NARIÑO. (s. f.). Historia de la localidad. Recuperado de <http://www.antonionarino.gov.co/mi-localidad/conociendo-mi-localidad/historia>
- CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. (2007, febrero). *PERFIL ECONÓMICO Y EMPRESARIAL LOCALIDAD ANTONIO NARIÑO*. Recuperado de https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2881/6226_perfil_economico_antonio_narino.pdf?sequence=1
- Código de Comercio Artículo 25. Empresa - concepto. (s. f.). Recuperado de https://leyes.co/codigo_de_comercio/25.htm
- Colaboradores de Wikipedia. (2020, abril 1). Formalización - Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Formalizaci%C3%B3n>
- DANE. (2018). COLOMBIA - Censo Nacional de Población y Vivienda - CNPV - 2018 - Información general. Recuperado de <http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/643>
- Definición de actividad comercial — Definicion.de. (s. f.). Recuperado de <https://definicion.de/actividad-comercial/>
- Definición de PyME. (s. f.). Recuperado de <https://www.definicionabc.com/economia/pyme.php>
- Definición de pyme — Definicion.de. (s. f.). Recuperado de <https://definicion.de/pyme/>
- Empresa (s. f.). Recuperado de https://www.diccionarios.com/detalle.php?palabra=empresa&Buscar.x=0&Buscar.y=0&dicc_100=on&dicc_100=on
- Establecimientos de comercio | Gerencie.com. (2020, abril 24). Recuperado de <https://www.gerencie.com/establecimientos-de-comercio.html>

PLANEACIÓN ENCUESTA ECONÓMICA

- ¿Qué significa Actividad económica? (2010, mayo 10). Recuperado de https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/actividad_economica.php
- ¿Qué es un fabricante? (2019, junio 18). Recuperado de <https://ecommerce-platforms.com/es/glossary/manufacturere>
- Ríos Echeverri, V. (2015). *Memoria Parque Lago Luna Park y Restrepo como lugar de prácticas productivas y el hacer*. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/18148/RiosEcheverriViviana2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, L. (2019, julio 15). ¿Qué es ser emprendedor? Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/que-es-ser-emprendedor.html>
- Secretaria general del senado. (s. f.). SECRETARIA GENERAL DEL SENADO. Recuperado de <http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/arbol/1000.html>