BANCO DE PREGUNTAS ENTREVISTAS ESTRUCTURADAS Y SEMIESTRUCTURADAS MONOGRAFÍA SOBRE PROYECTO DE INFRAESTRUCTURA IDU 1653-2020

CENSO PARA CONOCER LA RECEPCIÓN DE INFORMACIÓN POR PARTE DE LOS HABITANTES DEL BARRIO PATIO BONITO

Grupo poblacional seleccionado: Hombres y Mujeres adultos entre los 18 y 60 años, que vivan o trabajen en los barrios colindantes a la obra (Patio Bonito primer sector), ya que es el grupo poblacional con mayor porcentaje en la localidad de Kennedy. Preferiblemente que conozcan sobre la obra.
Las primeras muestras de la encuesta serán las personas encargadas de los puntos satélite de información que se encuentran en la zona de influencia.

https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/diagnstico_pdl_kennedy_v6_resumen_final_1.pdf pág. 9.

Datos básicos: Edad, donde vive, género, ocupación.
Muestra: Aproximadamente entre 60-80.

Sacar muestra aleatoria. Dando un número a cada persona, para evitar que se repitan personas de las mismas características.

Objetivo Específico Investigación	**Justificación de la pregunta**	**Pregunta**
Determinar los impactos y eficiencia que ha tenido la estrategia comunicativa, analizando/examinando las herramientas e indicadores que se han utilizado para establecer los alcances de las mismas en el público objetivo.	El volante que se le mostrará a las personas de la encuesta fue el primer volante que se difundió sobre la obra, según la comunicadora social del proyecto, por este motivo, se espera encontrar una respuesta que nos dé una señal sobre el alcance de este primer aviso dado.	**Durante la obra que se está ejecutando en la avenida ciudad de Calí, ¿recibió este volante en algún momento?** **En caso de sí haberlo recibido, ¿considera que cumple la función de informarle sobre la obra?** **En caso de no, ¿por qué considera que no lo recibió?**

Identificar la formulación de la estrategia comunicativa del proyecto de infraestructura vial IDU-1653-2020,reconociendo en esta la implementación del Manual y la Guía que acompañan los proyectos viales de alto impacto en la ciudad.	El comité IDU es parte esencial en el proceso comunicativo por parte del contratista con la ciudadanía. Según la comunicadora social del proyecto, este comité es el encargado de difundir una parte de las piezas comunicativas realizadas, por este motivo, es importante verificar, qué tan al tanto está la ciudadanía sobre las personas designadas para la entrega de la información sobre el proyecto.	**¿Conocía usted que existe un comité IDU a través del cual se difunde información relacionada con este proyecto de infraestructura vial?** **En caso de responder sí, ¿ha participado en este comité?**
Determinar los impactos y eficiencia que ha tenido la estrategia comunicativa, analizando/examinando las herramientas e indicadores que se han utilizado para establecer los alcances de las mismas en el público objetivo.	Los cierres viales, es una de las principales afectaciones durante la ejecución de la obra, y este se informa a partir de los volantes PTM - Volante informativo, explicado en el punto 5.1.5 de la estrategia de comunicación, por esto se espera evidenciar el alcance de esta información con base en la forma de difusión que ellos utilizan.	**Cuando se han hecho cierres viales, ¿ha sabido con anterioridad sobre los desvíos y los tiempos del cierre?** **En caso de sí, ¿de qué forma se enteró del cierre vial?**
Determinar los impactos y eficiencia que ha tenido la estrategia comunicativa, analizando/examinando las herramientas e indicadores que se han utilizado para establecer los alcances de las mismas en el público objetivo.	A partir del objetivo que se plantea dentro del plan estratégico, en el cual especifican que se debe “brindar información sobre el proyecto de construcción y sus diferentes etapas”, es necesario comprender, a partir del público que recibe dicha información, si tiene conocimiento de forma oportuna de los acontecimientos de la obra.	**¿Cree que ha recibido información de forma oportuna sobre las diferentes afectaciones o beneficios que ha traído la obra para los habitantes de esta zona?**
Identificar la formulación de la estrategia comunicativa del proyecto de infraestructura vial IDU-1653-2020,reconociendo en esta la implementación del Manual y la Guía que acompañan los proyectos viales de alto impacto en la ciudad.	En el documento de la estrategía, apartado 9. indicadores de seguimiento y evaluación, habla sobre la realización de encuestas dentro del grupo de interés (personas habitantes de los barrios) y se pretende con esta pregunta obtener información sobre si alguna persona de la muestra ha realizado dicha encuesta.	**¿En algún momento durante la obra le han realizado encuestas con relación a la gestión de información del proyecto?** **Ha tenido alguna comunicación o contacto con las personas de la obra que le permita conocer más a fondo qué es lo que se está realizando en su entorno?**

		En caso de que sí, este encuentro ha sido formal o informal?

BANCO DE PREGUNTAS PARA LÍDER DEL COMITÉ IDU

Objetivo Específico Investigación	**Justificación de la pregunta**	**Pregunta**
Identificar la formulación de la estrategia comunicativa del proyecto de infraestructura vial IDU-1653-2020,reconociendo en esta la implementación del Manual y la Guía que acompañan los proyectos viales de alto impacto en la ciudad.	Al ser miembro del comité IDU, esta persona es un canal de comunicación directo entre la ciudadanía y el contratista del proyecto, por ello, es importante conocer durante su ejercicio de miembro del comité IDU qué tanto ha podido cumplir con esta función encargada.	**¿Ha tenido alguna sugerencia, queja o reclamo que pueda mejorar las condiciones de vida de las personas a quienes afecta/beneficia la obra? Si su respuesta es sí: ¿Ha podido comunicar esta sugerencia al IDU?, ¿Su sugerencia, queja o reclamo fue solucionado?**
Determinar los impactos y eficiencia que ha tenido la estrategia comunicativa, analizando/examinando las herramientas e indicadores que se han utilizado para establecer los alcances de las mismas en el público objetivo.	Ya que esta persona está presente en las reuniones informativas que se realizan mensualmente y es importante que los líderes del comité IDU tengan toda la información clara y desglosada para poder transmitirla a la población de la zona de influencia.	**¿Por parte del IDU ha recibido información oportuna, comprensible y de fácil difusión para compartir con la comunidad?**
Determinar los impactos y eficiencia que ha tenido la estrategia comunicativa, analizando/examinando las herramientas e indicadores que se han utilizado para establecer	Al ser miembro del comité IDU, esta persona es un canal de comunicación directo entre la ciudadanía y el contratista del proyecto, por ello, es importante conocer durante su ejercicio de miembro del comité IDU qué tanto ha podido cumplir con esta función encargada.	**¿Ha enviado o compartido la información que llega por parte del contratista OHLA a la comunidad? Si su respuesta es sí, mencione por medio de qué canales lo ha hecho**

los alcances de las mismas en el público objetivo.		

BANCO DE PREGUNTAS PARA LA COMUNICADORA SOCIAL DEL PROYECTO

Objetivo Específico Investigación	**Justificación de la pregunta**	**Pregunta**
Reconocer el contenido del "Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital" 2021 y la "Guía para la construcción del plan estratégico de comunicaciones proyectos de infraestructura" realizando un análisis comparativo en el cual se identifiquen los aspectos claves de las comunicaciones dentro de los proyectos de infraestructura vial	Teniendo en cuenta que el distrito establece unos lineamientos en su "Manual estratégico de comunicaciones en el distrito capital" para poder ejecutar a nivel ciudad una forma de comunicación pública entendida como un servicio social y que a partir de ella, se rijan de la misma forma todas las comunicaciones en las entidades de la capital, conocer sobre los procesos de capacitación es de gran importancia en vista de que estos lineamientos puedan ser cumplidos a cabalidad y que además, se mantenga este enfoque con los encargados de comunicaciones en los distintos proyectos que desarrollen en Bogotá.	**¿Recibió algún tipo de capacitación por parte del IDU para posteriormente poder formular la estrategia comunicativa del proyecto?**
Identificar la formulación de la estrategia comunicativa del proyecto de infraestructura vial IDU-1653-2020, reconociendo en esta la implementación del Manual y la Guía que acompañan los proyectos viales de alto impacto en la ciudad.	Esto nos dará un acercamiento para comprender desde cero, cómo es la formulación de la estrategia comunicativa, qué se tiene en cuenta y cómo se van tomando distintos elementos y en qué niveles de importancia, para así, poder darle forma a medida que se va construyendo la misma.	**¿Cuáles son los principales parámetros que se deben tener en cuenta a la hora de formular la estrategia de comunicación para un proyecto de infraestructura vial?**

Identificar la formulación de la estrategia comunicativa del proyecto de infraestructura vial IDU-1653-2020, reconociendo en esta la implementación del Manual y la Guía que acompañan los proyectos viales de alto impacto en la ciudad.	Teniendo en cuenta que dentro de la estrategia no se específica cuál es el público objetivo más allá de decir que son los habitantes del sector.	**¿Cuáles son los públicos objetivo y/o de interés?**
Determinar los impactos y eficiencia que ha tenido la estrategia comunicativa, analizando/examinando las herramientas e indicadores que se han utilizado para establecer los alcances de las mismas en el público objetivo.	En el apartado 9. "INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN", se hace mención de una serie de encuestas que se realizan cuatrimestralmente a la población para "evaluar la gestión de comunicaciones, con la intención de mantener una valoración correcta sobre la misma", sin embargo esto realmente no es un indicador del manejo de las estrategias. Asimismo, en el apéndice H se hace mención de distintos reportes que el contratista debe enviar a la interventoría sobre su gestión en materia de diálogo ciudadano y comunicación estratégica, pero, como en el documento de la estrategia de comunicación, esto solo se hace para dar cuenta de las actividades que se realizan, más no si son eficientes y tienen el alcance deseado. Entonces, la pregunta se realiza con el fin de que se brinde explicaciones sobre ese aspecto.	**¿Cómo se miden las actividades y tácticas de la estrategia de comunicación?**
Determinar los impactos y eficiencia que ha tenido la estrategia comunicativa, analizando/examinando las herramientas e indicadores que se han utilizado para establecer los alcances de las	En vista de que son los miembros del comité IDU quienes realizan una gran parte de la difusión de la información sobre la obra, es necesario comprender cómo desde el proyecto, se verifica o no si esta información está siendo difundida de forma adecuada para el beneficio de la ciudadanía.	**¿Se tiene una forma de verificar si los líderes del comité IDU realizan una verdadera difusión del contenido? ¿cómo?**

mismas en el público objetivo.		
Identificar la formulación de la estrategia comunicativa del proyecto de infraestructura vial IDU-1653-2020, reconociendo en esta la implementación del Manual y la Guía que acompañan los proyectos viales de alto impacto en la ciudad.	Este cuestionamiento está principalmente enfocado en indagar hasta qué punto la comunicadora social del proyecto ve pertinente informar sobre las afectaciones generadas a la ciudadanía a causa del proyecto a pesar de que en la estrategia comunicativa, las afectaciones no son consideradas como un mensaje clave.	**¿Cree que es necesario informar a la comunidad acerca de los retrasos y sus razones?**
	La Oficina Asesora de Comunicaciones es el ente que debe vigilar todos los productos en materia de información y comunicación que se realicen de las obras, entonces el contratista y la OAC deben tener una comunicación con la regularidad que se establece dentro del documento.	**¿Con qué frecuencia se tiene comunicación con la OAC?**
Identificar la formulación de la estrategia comunicativa del proyecto de infraestructura vial IDU-1653-2020, reconociendo en esta la implementación del Manual y la Guía que acompañan los proyectos viales de alto impacto en la ciudad.	El apartado 5 nos habla de los distintos volantes que se pueden distribuir, teniendo como base 3500 en la mayoría de casos. Se pretende obtener la información de en qué ocasiones se ha realizado la distribución de estos volantes y si se tienen en cuenta distintos aspectos a la hora de volantear.	**¿Cuántas veces se ha realizado distribución de volantes? ¿En qué ocasiones se ha realizado? ¿quiénes son los encargados de hacer la distribución?**

Identificar la formulación de la estrategia comunicativa del proyecto de infraestructura vial IDU-1653-2020, reconociendo en esta la implementación del Manual y la Guía que acompañan los proyectos viales de alto impacto en la ciudad.	En el apartado 5.1.10 Puntos Satélites de Información, se menciona que se disponen de distintos espacios de los comercios en los barrios para colocar afiches informativos, sin embargo se explica: "no poder obtener la firma por el distanciamiento social y normas de Bioseguridad durante la pandemia", dando a entender que este punto aún tiene en cuenta las restricciones y medidas de cuidado sanitario adoptado por la pandemia, y teniendo en cuenta que en la actualidad ya las normas sanitarias han cambiado este punto debió ser actualizado.	**¿La estrategía ha tenido cambios debido a las nuevas medidas sanitarias?**
Determinar los impactos y eficiencia que ha tenido la estrategia comunicativa, analizando/examinando las herramientas e indicadores que se han utilizado para establecer los alcances de las mismas en el público objetivo.	Esto, para verificar el cumplimiento total de la estrategia de comunicación en su numeral 9. Indicadores de seguimiento y evaluación donde se hace énfasis en que todas las actividades y envíos realizados a partir de la estrategia de comunicación, tendrán un registro y una trazabilidad. Es importante conocer si se está haciendo y en caso de que sí, poder conocer cómo se hace y se ejecuta uno de los puntos más importantes en una estrategia de comunicación, pero que aquí es el más corto.	**¿Cómo realizan los registros y trazabilidad de las acciones realizadas a partir del plan estratégico de comunicaciones?**
Determinar los impactos y eficiencia que ha tenido la estrategia comunicativa, analizando/examinando las herramientas e indicadores que se han utilizado para establecer los alcances de las mismas en el público objetivo.	Esto, para verificar el cumplimiento total de la estrategia de comunicación	**¿Cuántas veces se han enviado los boletines y encuestas al público?**
		¿De qué manera usa el manual del distrito? ¿Qué cosas hacen ustedes de forma independiente?

BANCO DE PREGUNTAS PARA EL JEFE DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES IDU

Objetivo Específico Investigación	**Justificación de la pregunta**	**Pregunta**
Identificar la formulación de la estrategia comunicativa del proyecto de infraestructura vial IDU-1653-2020, reconociendo en esta la implementación del Manual y la Guía que acompañan los proyectos viales de alto impacto en la ciudad.	Según lo que se habló con la comunicadora social del proyecto, Diana Prieto, el componente de diálogo social dentro del IDU es muy reciente, no más de cinco años, ya que anteriormente los temas de comunicación los desarrollaba el trabajador social residente de la obra, para lo cual no estaba especializado. El fin de esta pregunta es confirmar la veracidad de esta información.	**¿Hace cuánto funciona el componente de diálogo ciudadano dentro del IDU?**
	De la mano de la anterior pregunta, se vuelve necesario entender, desde la perspectiva del IDU, la importancia de contratar un profesional en el área de comunicaciones para el componente de diálogo y ver que cambios y organización se le da a esta área con un profesional trabajando en este cargo.	**¿Qué tan importante es contratar un profesional en comunicaciones dentro de los proyectos de infraestructura vial?**

	La OAC y los comunicadores sociales de los proyectos deben tener una comunicación con regularidad, ya que este primer actor es el cual aprueba todas las actividades que se desarrollan dentro del componente comunicacional, entonces es menester entender cuál es la periodicidad con la que tienen contacto para determinar si esto afecta o no la publicación de los productos y/o actividades.	**¿Con qué periodicidad la OAC (Oficina asesora de comunicaciones) se comunica e informa con los comunicadores sociales de los proyectos?**
Identificar la formulación de la estrategia comunicativa del proyecto de infraestructura vial IDU-1653-2020, reconociendo en esta la implementación del Manual y la Guía que acompañan los proyectos viales de alto impacto en la ciudad.	El Manual de Comunicaciones del Distrito nos habla de que todas las instituciones públicas de Bogotá se deben regir con base en este manual, entonces, si se sigue el conducto regular, deben estar planificadas a partir de ese documento.	**Dentro de los parámetros para la construcción de la estrategia de comunicaciones, ¿Se tiene en cuenta el Manual de Comunicaciones del Distrito?**
	Son distintos pasos los que se deben tener en cuenta para crear el plan estratégico de comunicaciones para los proyectos de infraestructura vial, para los cuales, no en todos los casos los comunicadores sociales están informados, entonces con base en esta pregunta se quiere saber si el conocimiento de la creaciones de las estrategias se realiza solo a partir de los documentos que se envían o realizan capacitaciones para el entendimiento de los mismos.	**La OAC capacita o direcciona a los comunicadores sociales de los proyectos para poder crear una estrategia de comunicación eficiente y a favor de la ciudadanía?** **¿Qué cosas se les recomienda que utilicen para la construcción de la estrategia comunicativa?** **¿Hasta dónde llega la autonomía de la comunicadora social?**