

Departamento Administrativo Nacional de Estadística



Dirección de Censos y Demografía - DCD

**Diseño del Plan de Sensibilización Censo
General 2005 - CGRAL**

Diciembre 2004



DISEÑO DEL PLAN DE SENSIBILIZACIÓN CENSO GENERAL 2005 - CGRAL

CÓDIGO: SB-CGRAL-TEM-01
VERSIÓN : 01
PÁGINA: 2
FECHA: 30-12-04

ELABORÓ: Equipo SB

REVISÓ: Coordinadora SB

APROBÓ : Coordinador CGRAL

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	4
2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION	5
3. ENFOQUE CONCEPTUAL	6
3.1 Generalidades	6
3.2. Objetivos	7
3.2.1. General	7
3.2.2. Específicos	7
3.3. Acercamiento con la Comunidad	7
4. ESTRATEGIA METODOLOGÍA	8
5. ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN	10
Estrategia General	10
5.1. Sensibilización Interna	11
Concepto	11
Objetivos	11
Grupos objetivos	11
Estrategia	11
Actividades	11
5.2. Sensibilización Externa	12
Concepto	12
Objetivos	12
Grupos objetivo	13
Actividades	14
5.2.1. Participación de la comunidad	14
5.2.2. Campaña Promocional	15
Objetivos	15
Fase de Generación de expectativas	16
Fase de sostenimiento	17
Fase de finalización	17
5.2.3. Otras piezas comunicativas	19
6. MERCADEO SOCIAL DEL CENSO	20
Concepto	20
Objetivos	20
Identificación de requerimientos	20
Identificación de posibles aportantes	23
Gestión para la consecución de apoyos	25



DISEÑO DEL PLAN DE SENSIBILIZACIÓN CENSO GENERAL 2005 - CGRAL

CÓDIGO: SB-CGRAL-TEM-01
VERSIÓN : 01
PÁGINA: 2
FECHA: 30-12-04

7. MONITOREO Y EVALUACION	26
Objetivo	26
Metodología	26

1. INTRODUCCIÓN

El Censo que se realizará en Colombia en el año 2005, tiene por objeto proporcionar información precisa, oportuna, confiable e integrada sobre el volumen y composición de la población, los hogares, las viviendas, los establecimientos económicos y las unidades agropecuarias, con posibilidad de profundización temática a través de encuestas cocensales.

Mediante el documento CONPES 3276 de marzo de 2004 se aprobó la realización del XVII Censo Nacional de Población y VI de Vivienda par el 22 de mayo de 2005. A través del documento CONPES 3329 de 20 de diciembre de 2004 se recomendó la realización del Censo General para el año 2005, mediante la reformulación de la estrategia anterior de forma tal que sin afectar el logro de sus objetivos originales, se logran ahorros tan significativos que le permiten ampliar el alcance del Censo a otras variables como establecimientos económicos y unidades de producción agropecuaria. Además, se consolidará la base cartográfica oficial de precisión y un soporte esencial para la consolidación de los registros administrativos.

Como parte del logro de los objetivos del Censo General 2005, se requiere realizar una agresiva estrategia de sensibilización con énfasis en la participación y apropiación comunitaria, en el cual se busca generar conciencia, con respecto a la importancia del Censo en la población.

Por lo anterior el objetivo de sensibilización es diseñar y planear de manera completa, detallada e integral las campañas publicitarias, los procesos de relación con las comunidades, la promoción institucional y los procesos de capacitación necesarios para la exitosa realización del Censo General.

El presente documento presenta los lineamientos generales para el desarrollo e implementación de una estrategia de sensibilización para la realización del Censo General de 2005 con énfasis en la participación. Se plantea que la sensibilización debe partir como un proyecto de educación masiva, integrando ciudadanos, los cuales serán formados como agentes multiplicadores, personas que representen y lideren los intereses de todos, ciudadanos que intervengan positivamente en los intereses de la localidad, el municipio, departamento o de la misma Nación.

Esta estrategia parte del conocimiento y la experiencia realizada por el DANE en los censos experimentales de Yopal, Soacha y Pereira. Así mismo, debe comprender el contexto social, económico y político de cada localidad, municipio o departamento, brindando parámetros para desarrollar positivamente las actividades de este proceso, teniendo en cuenta los grupos especiales de la población (desplazados, grupos étnicos, grupos al margen de la ley), los cuales producen desafíos específicos y necesidades diferentes por parte de las poblaciones.

El documento está compuesto por los siguientes capítulos: introducción, antecedentes y justificación, enfoque conceptual, estrategia metodológica, estrategia de ejecución, Mercadeo social, monitoreo y evaluación, cronograma y presupuesto.

2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION

En los dos últimos censos nacionales (1985 y 1993) se le ha otorgado a la promoción y divulgación del censo una destacada importancia, mediante la creación dentro de la organización censal, de una dependencia especializada para el diseño, coordinación, contratación y evaluación de las campañas de divulgación y promoción.

Para el Censo de 1985 se creó la Unidad de Promoción y Divulgación y la Oficina de Información y Prensa del DANE tuvo a su cargo la canalización de toda la información relativa al censo.

Para el censo de 1993 se conformó en 1991 la División de Divulgación dependiente de la Dirección General del Censo y posteriormente se creó la Unidad de Divulgación con dos grupos de trabajo: Promoción y Prensa. Finalmente se creó dentro de la dirección de Censos la Unidad de Capacitación y Divulgación, encargada no solo de la planeación de la capacitación y la comunicación educativa, sino del diseño, coordinación y evaluación de la campaña masiva de Divulgación y Promoción del Censo. No obstante, se mantuvo una organización paralela; la Oficina de Publicidad y Prensa dependiente directamente del Director del DANE, encargada también de los aspectos de comunicación, promoción y difusión, con la consiguiente colisión de competencias, dispersión de recursos, bajo impacto y cobertura de las acciones del Plan de Difusión y ningún desarrollo institucional en este campo. Si bien la concepción general del Plan de Divulgación y las estrategias adoptadas y su ejecución fueron acertadas, los continuos cambios organizacionales, la insuficiencia de recursos y la debilidad institucional del DANE, tanto para la coordinación como para la evaluación de resultados, incidieron negativamente en el logro de los objetivos buscados.

Las experiencias anteriores ilustran sobre la función determinante que cumplen los procesos de sensibilización en el logro de los objetivos del proyecto censal, el reconocimiento de su importancia estratégica alcanzado en los últimos censos, la conveniencia de planificar y organizar sus intervenciones desde el inicio de la programación censal, la necesidad de institucionalizar sus funciones a través de una única dependencia especializada dentro de la organización censal y la provisión oportuna de los recursos que la actividad demanda.

Además es de destacar que un buen proceso de sensibilización debe estar apoyado por la participación efectiva de la población civil a través de un acercamiento con sus organizaciones más representativas. Igualmente, para el trabajo de acercamiento con la comunidad se deben identificar y priorizar los grupos objetivos de la población teniendo en cuenta sus características sociales, económicas, étnicas y culturales .

3. ENFOQUE CONCEPTUAL

3.1 Generalidades

El Censo General de 2005, es la investigación estadística que recoge, procesa, evalúa, analiza y difunde la información socio – demográfica más importante sobre el volumen y composición de la población, los hogares, las viviendas, los establecimientos económicos y las unidades agropecuarias, con posibilidad de profundización temática a través de encuestas censales en un momento determinado.

Es importante definir la filosofía que orienta el trabajo de sensibilización de la población. Esta deberá generar actitudes de aceptación, colaboración, compromiso y participación de la gente hacia el proyecto censal.

En este sentido, se ha concebido la sensibilización censal como el conjunto de acciones de comunicación social tendiente a informar, motivar y orientar a las personas sobre el Censo General en el que su participación se considera estratégica y necesaria para su exitosa realización.

La sensibilización censal constituye un todo orgánico, con una finalidad última que es la efectiva integración y participación de toda la población y de sectores específicos de la misma en la realización y aprovechamiento de este gran esfuerzo colectivo.

En esencia, constituye un proceso de comunicación social y comunitario, diseñado, programado, coordinado, monitoreado y evaluado por la organización censal, en el cual se pretende difundir a distintas audiencias, a través de una combinación apropiada de estrategias y medios masivos a escala nacional, regional y local, un conjunto de mensajes cuyos contenidos buscan de manera paulatina informar, motivar y alcanzar la integración y participación activa de los destinatarios de dichos mensajes, en procesos y actividades específicas en los que su vinculación se ha conocido imprescindible para la exitosa y eficiente realización del proyecto.

La línea estratégica a seguir y construir por el DANE consiste en generar un fuerte consenso cívico alrededor del censo, lo que equivale a centrar su discurso en la formación de capital social con el fin de reducir y mitigar el miedo y la desconfianza, y por lo tanto los rechazos al levantamiento de información por parte del personal operativo. La idea central es propiciar una fuerte cooperación ciudadana y/o comunitaria con el proyecto. Este consenso cívico se logrará creando un fuerte lazo de pertinencia y/o apropiación social y ciudadana del proyecto. Estableciendo condiciones para que la comunidad se identifique con los objetivos y demás ingredientes del mismo. El censo busca abrir espacios de interlocución entre la entidad y los ciudadanos con el fin de que la oferta de información sobre objetivos y características de los procedimientos censales se transforme en formación conceptual en la comunidad.

La política de comunicación para efectos de la sensibilización y movilización ciudadana de apoyo al censo, tenga como base la participación social, es decir que la comunidad se sienta parte del proceso y no aparte; que su papel sea activo y no pasivo, en términos de

sus opiniones, inquietudes, reflexiones e iniciativas, todo en función de garantizar el éxito del proyecto.

3.2. Objetivos

3.2.1. General

Informar, motivar y orientar a todos los ciudadanos (as) y a los grupos de sectores estratégicos de la sociedad, frente a la realización censo, con el fin de generar identificación y apropiación cívica con el proyecto en cada uno de los municipios donde se realiza el operativo censal, para la exitosa realización del Censo General 2005.

3.2.2. Específicos

- Promover el interés público por los alcances del proyecto como una herramienta para la construcción de políticas nacionales y locales de desarrollo. (el censo si bien es de cobertura nacional se debe destacar la importancia regional y local del mismo con el fin de lograr una mayor apropiación social de este.)
- Lograr que la población reconozca al Censo General como una necesidad para el país y por ende, como un compromiso de todos.
- Propiciar el apoyo y colaboración de la población para con los entrevistadores.
- Contribuir a la formación de una cultura estadística en las regiones a partir de los resultados del censo. Para este efecto es pertinente la participación de la academia, de las entidades públicas, los gremios y las organizaciones de la sociedad civil.

3.3. Acercamiento con la Comunidad

El énfasis del proceso de sensibilización se centrará en un trabajo participativo con los diferentes grupos de población que son claves para que sirvan como multiplicadores al interior de sus comunidades y posibiliten la realización del Censo con parámetros de calidad y cobertura.

Los grupos de población que se identifican en la estrategia de sensibilización contarán en forma diferenciada por grupo de población de una estrategia de acercamiento de acuerdo a sus características organizativas. Por ejemplo con las comunidades negra se establecerá contacto con las consultiva nacional y departamentales, ante la dificultad de establecer acuerdos y compromisos de trabajo organización por organización, debido a sus múltiples intereses. Mientras que con las comunidades indígenas se podrá establecer una estrategia de sensibilización de tipo local, ya sea por organizaciones o por regiones, de acuerdo a sus estructura organizativa.

Dicha estrategia de acercamiento estará acompañada por un proceso de vinculación operativa de miembros de estas organizaciones a la realización del censo. Esto permite que se presente mejores niveles de confianza y credibilidad al momento de suministrar la información en el operativo censal. Igualmente en relación con aspectos de seguridad, permite disminuir los riesgos y lograr mayor eficacia en la recolección de la información.

4. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

El dispositivo estratégico de la comunicación para la sensibilización censal, debe despertar el consenso social sobre la necesidad e importancia de la realización del proyecto, como un evento de múltiples beneficios para el país y la población en su conjunto. En ese sentido se debe resignificar el papel de la sensibilización en un aspecto crucial: generar confianza ciudadana y reducir los riesgos de rechazo.

Los mensajes deben estar imbuidos de un espíritu que resalte el valor estratégico del proyecto para la economía, la democracia y el hábitat de los colombianos. Los ciudadanos deben tener claro ¿por qué el censo? y ¿para qué? Los distintos acontecimientos ocurridos en la última década y principalmente los que tienen que ver con el impacto del comportamiento de la economía, la intensificación y extensión del conflicto armado, los escándalos por corrupción, la pobreza y empobrecimiento de un número cada vez mayor de colombianos, seguidos por la desconfianza hacia las instituciones públicas, exigen con mayor razón el diseño de proyectos y programas cercanos a la comunidad que resalte aspectos como la equidad en la distribución de los recursos desde el centro a la periferia y, con ellos una verdadera igualdad de oportunidades en cuanto al acceso a los servicios básicos para el bienestar de la comunidad.

Sensibilizar implica el diseño de una estrategia de comunicación que no ahorre esfuerzos en la construcción de imaginarios y símbolos coherentes con un proyecto de Nación. Por ello es indispensable incentivar sentido de pertenencia hacia el censo, fomentando todo tipo de espacios comunitarios, académicos e institucionales, donde la “voz pública tenga oído público”, lo que equivale a un diálogo compartido, la acción conjunta y la transformación de los interlocutores en agentes promotores del proyecto.

Con base en los anteriores aspectos, se prevé el empleo de una metodología que se desarrollará en dos perspectivas :

Sensibilización interna : Es el conjunto de acciones comunicativas dirigidas a informar, motivar y orientar a la comunidad del DANE en general, así como al grupo de personas directamente involucradas en la realización del censo.

Sensibilización externa: Conjunto de acciones comunicativas dirigidas a informar, motivar y orientar a la población y a sectores sociales específicos cuya vinculación con el censo se considera de gran importancia para su exitosa realización.

La estrategia metodológica de sensibilización, como componente esencial del proyecto, traza dos cursos de acción. El primero orientado a divulgar los objetivos, características y alcances del proyecto a toda la ciudadanía, haciendo uso de los medios masivos de

comunicación del país y las regiones. Un segundo curso de acción dirigido a informar a los distintos estamentos del sector público y privado, así como a gremios, asociaciones, organizaciones sociales, universidades y demás expresiones de la sociedad civil.

En particular, se realizará especial énfasis en la normatividad que ampara la reserva estadística con el fin de garantizar a la población que la información suministrada solo podrá ser utilizada por el DANE. Desde la perspectiva de las voces ciudadanas, se debe promover un consenso a favor del proyecto, estimulando un proceso de visibilización del mismo a través de múltiples espacios de participación.

Como apoyo a lo anterior, se adelantaran los siguientes procedimientos :

Acciones

Son todas aquellas actividades institucionales contempladas en el proyecto, que de modo inherente llevan implícito el discurso de la sensibilización, con un fuerte componente de motivación por parte de todos y cada uno de los funcionarios a cargo . La denominación de las acciones, está asociado a la presentación de la presentación del proyecto en distintos escenarios tanto institucionales como culturales y sociales en lo que prevalezca la cultura oral y el relato . Así las acciones desde el punto de vista del componente comunicacional del proyecto, hacen referencia al desarrollo de un discurso coherente , maduro y lo suficientemente convincente, para asegurar el apoyo gubernamental y ciudadano del proyecto. Las acciones se desplegará a través de múltiples secciones en el que la voz experta del DANE adquiera una dimensión sólida y persuasiva ante distintos interlocutores en ruedas de prensa, foros, talleres, audiencias etc.

Instrumentos

Los instrumentos a emplear tienen que ver básicamente con los recursos de carácter audiovisual y gráficos a utilizar por la estrategia. En este caso se propone los siguientes : elaboración y difusión de una cuña radial, elaboración y difusión de un comercial de televisión, elaboración y difusión de un plegable informativo , elaboración y difusión de un afiche promocional y una tarjeta de invitación redactada en lenguaje sencillo pero impactante en la que se convoque la causa común de los ciudadanos.

Mecanismos

La estrategia se apoyará en el mecanismo de campaña de divulgación y motivación , como concepto central del procedimiento a utilizar en el proceso de sensibilización. Así mismo la campaña se diseñará y ejecutará con base en un plan de medios que incluya la planificación de la pauta radial y televisiva a contratar y/o mercadear por parte de la entidad. Dicho plan atenderá el criterio de máxima cobertura a los menores costos. Dadas las experiencias censales en Soacha y AMCO, se requiere un esfuerzo sostenido de divulgación a través de boletines de prensa (free- press), además de entrevista y diálogos tanto en radio como en televisión local

Multiplicadores de Sensibilización

Con el fin de potenciar un primer esfuerzo de acercamiento realizado con la juventud colombiana, a través del concurso del diseño del logo y slogan del censo se debe adelantar una estrategia de multiplicadores de sensibilización en todos los planteles educativos del país en alianza con el Ministerio de Educación Nacional y el sector privado para que niños y jóvenes promuevan los objetivos e intereses del Censo en sus hogares.

5. ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN

Para los fines operativos, conviene programar las acciones de sensibilización, acordes con el desarrollo de las distintas etapas y procesos censales. De esta forma, las estrategias de sensibilización estarán definidas de acuerdo con el cumplimiento de las etapas. Para estos fines, se acoge la programación así: 1) etapa pre-censal o conjunto de procesos previos al censo de la población; 2) etapa censal 3) etapa post-censal, que comprende los procesos posteriores al censo hasta la producción, difusión y promoción de uso de la información y los productos censales elaborados con base en la misma.

Lo anterior implica movilizar a los distintos sectores de la sociedad a través de estrategias comunicativas que combinen adecuadamente la utilización, tanto de medios masivos, como interpersonales para lograr su participación en las distintas etapas del proyecto censal.

Estrategia General

Durante todas las etapas censales se realizará un conjunto de acciones de comunicación y divulgación diferentes en sus objetivos, contenidos, sectores sociales y utilización de medios, tendientes a informar, motivar y orientar a la población para lograr su apoyo y participación con el propósito de tener un censo de alta calidad, con el máximo de cobertura y con los menores costos posibles.

Lo anterior comprende diseñar y desarrollar una campaña permanente y progresivamente intensa de información, motivación y orientación de los distintos sectores y grupos sociales de la población colombiana en las diferentes etapas y actividades de la preparación y ejecución censales, así como en la fase post-censal.

El desarrollo de la campaña se basa en la combinación de los diferentes medios de comunicación, tanto masivos como interpersonales, acompañado con un ejercicio de participación con la comunidad.

De igual manera es de destacar que la estrategia de sensibilización se desarrollará mediante la realización de las siguientes fases:

5.1. Sensibilización Interna

Concepto

Es el conjunto de acciones comunicativas dirigidas a informar, motivar y orientar a la comunidad del DANE en general, así como al grupo de personas directamente involucradas en la realización del censo.

Objetivos

- Mantener informados, de manera permanente, a los funcionarios y contratistas sobre los desarrollos de las actividades del Censo General 2005.
- Incentivar su colaboración y participación en el Censo de acuerdo con sus actividades técnicas y profesionales.

Grupos objetivos

En el DANE se diferencian cuatro grupos de públicos:

- Personal de la sede central
- Direcciones Territoriales
- Personal del Censo
- Visitantes a la entidad

Estrategia

Diseñar y adoptar un programa permanente de comunicación interna que informe sobre el Censo y sus desarrollos y que además forme, motive e integre a la comunidad del DANE en la ejecución del proyecto en los campos de competencia de cada uno de sus integrantes.

Actividades

Selección y diseño de medios para la sensibilización interna.

Para las acciones de sensibilización interna se ha previsto la combinación de diversos medios que se exponen a continuación:

Cartelera: En las cartelera existentes en el DANE Central y en las Oficinas Territoriales, el Censo General tendrá un lugar importante a través de un espacio llamado "**PANAL INFORMATIVO CENSO 2005**", donde se informará periódicamente los desarrollos del proceso censal. Esta actividad se iniciará el 15 de enero.

Página web - Intranet: Se creará un link para el Censo, en el cual se informará sobre la actividad censal.

Correo Interno: Se enviarán mensajes informativos de hechos relevantes de desarrollo del Censo a través del correo interno al interior del DANE Central y a las sedes y

subsedes a través de un espacio llamado "**PANAL INFORMATIVO CENSO 2005**", donde se informará periódicamente los desarrollos del proceso censal.

Fichas para visitantes Ingreso a las instalaciones y al parqueadero: Las fichas de visitantes que se entregan al ingresar a las instalaciones del DANE, tanto en el parqueadero como en la recepción tendrá la imagen que identifica al censo e ira acompañado de una frase como "**EL DANE CUENTA CONTIGO EN EL CENSO 2005**".

Buzón de sugerencia: Se ubicará un buzón de sugerencia al ingreso de cada sede y subsele del DANE para que los funcionarios y visitantes planteen sus inquietudes, sugerencias, comentario frente al desarrollo del Censo.

Mensaje del conmutador: El mensaje que se emite en el conmutador del DANE, informará a los usuarios sobre la realización del Censo y los invitará a participar en este.

Souvenirs con imagen del Censo: se entregaran una serie de souvenirs (tacos de notas, calendarios, afiches) con la identidad gráfica del censo. Y serán distribuidos entre los funcionario del DANE a nivel Nacional.

Volantes informativos: Se divulgará a través de este medio información relativa a las características del censo general y los beneficios institucionales como habitantes del país que de él se derivan. Esta actividad se iniciaría el 15 de enero.

El desarrollo de estas actividades se inició a partir del mes de diciembre , pero se realizaran con mayor énfasis a partir del mes de febrero y paulatinamente se extenderán hasta el mes de junio de 2006

5.2. Sensibilización Externa

Concepto

Conjunto de acciones comunicativas dirigidas a informar, motivar y orientar a la población y a sectores sociales específicos cuya vinculación con el censo se considera de gran importancia para su exitosa realización.

Objetivos

General

Promover la activa participación de la población y de sectores estratégicos de la misma en la exitosa realización del Censo General 2005.

Específicos

- Lograr que la población Colombiana reconozca al Censo General como una necesidad para el país y sus habitantes y por ende, como un compromiso de todos, motivando su activa participación en la realización del mismo y orientando su colaboración en los distintos procesos y actividades que requieran su aporte.

- Promover el interés público por los alcances del proyecto como una herramienta para la construcción de políticas nacionales y locales de desarrollo.
- Contribuir a la formación de una cultura estadística en las regiones del país a partir de los resultados del Censo.
- Brindar apoyo en los campos de sensibilización y mercadeo social a los procesos censales de capacitación y operativo.
- Propiciar el apoyo y la colaboración de la población al momento de suministrar información al encuestador

Grupos objetivo**Entidades gubernamentales**

- Gobierno Central (Ministerios, Institutos, Departamentos Administrativos, establecimientos públicos)
- Fuerza Pública
- Gobernaciones
- Alcaldías y Secretarías Municipales
- Juntas Administradoras Locales
- Organismos de control

Medios de Comunicación

- Directores
- Editores
- Columnistas
- Periodistas
- Colaboradores

Sector educativo

- Secretarías Departamentales y Municipales de Educación
- Rectores de Colegios públicos y privados
- Directores de Núcleos Educativos
- Profesores de Colegios e Institutos de Educación
- Estudiantes

Organizaciones de la Sociedad Civil

- Asociaciones de padres de familia
- Juntas de Acción Comunal de barrios y localidades
- Iglesias
- Organizaciones cívicas
- Asociaciones de propietarios de conjuntos residenciales
- ONGs
- Sindicatos, Centrales Obreras
- Grupos Étnicos
- Cruz Roja

Sector Académico e Investigativo

- Universidades e Instituciones del sector educativo tanto públicas como privadas
- Asociaciones de profesionales
- Investigadores sociales y económicas

Otros sectores

- Sector informal
- Desplazados

Estrategia (anexo: cuadro de estrategias para grupos objetivo)

Realizar una campaña informativa, motivacional y orientadora dirigida a la población a través de la aplicación de medios masivos e interpersonales de comunicación, con contenidos explicativos y motivacionales para lograr la participación efectiva de la población, según las diferentes fases de la campaña.

En las políticas de comunicación en el proceso de sensibilización censal y de movilización de la población, tendrá como base la participación social, es decir que la comunidad se sienta parte del proceso, que su papel sea activo en términos de sus inquietudes, reflexiones e iniciativas, esto en función debe garantizar el éxito del proyecto.

Actividades

- Caracterización socio - económica, demográfica y cultural de la población. (esto se define de acuerdo a los conglomerados).
- Estudio sobre disponibilidad de medios de comunicación nacionales. (esto se define de acuerdo a los conglomerados.)
- Elaboración de piezas comunicativas impresas, audiovisuales y canales electrónicos y elaboración de las piezas promocionales para la consecución de apoyos a la campaña y a los procesos censales.
- Elaboración del portafolio de productos censales para la promoción de la demanda y uso de la información censal.

5.2.1. Participación de la comunidad

La estrategia de participación de la comunidad estará apoyada por una serie de eventos, a través de los cuales se informará, motivará y orientará a los diferentes grupos de población sobre los principales aspectos del Censo y sobre la importancia del mismo para la comunidad.

Como parte de los eventos, se programarán los siguientes mecanismos o actividades:

- **Eventos de Lanzamiento oficial del censo:** Se realizará un evento de lanzamiento oficial del Censo en Bogotá a este asistirán representantes del Gobierno central, la academia, los gremios, los medios de comunicación etc. igualmente se replicaran en las sedes territoriales del DANE con la presencia de

las directivas del DANE, las primeras autoridades locales, los representantes de los medios de comunicación local .

- **Talleres de sensibilización:** con una duración máxima de medio día cuyo propósito es el de generar espacios de participación y apropiación del proyecto censal por parte de la comunidad. Estos talleres estarán dirigidos a líderes y miembros de ONGs, organizaciones cívicas y comunitarias, Juntas de Acción Comunal como Juntas Administradoras Locales, grupos juveniles, madres comunitarias, Iglesias, Grupos y organizaciones étnicas, y periodistas de los medios de comunicación local, entre otros.
- **Reuniones Informativas:** con una duración máximo de dos horas, cuyo propósito es el de informar en forma general sobre la importancia del Censo. Estará dirigida a los diferentes grupos de población identificados anteriormente.
- **Foros:** los cuales se realizarán por territorial y cubren los diferentes conglomerados. Estos Foros tienen como propósito analizar las problemáticas de la población y articular sus soluciones mediante el uso de información socioeconómica y demográfica actualizada reportada por el censo. Su duración será de máximo un día. A estos eventos asistirán representantes de la academia, los gremios, los medios, expertos en aspectos sociales, económicos, políticos, y demás población interesada.
- **Evento de entrega de resultados preliminares:** Se convocará una rueda de prensa organizada por la Oficina de Prensa del DANE con los medios de comunicación, directivas del DANE, autoridades del municipio y del departamento con el objeto de presentar los resultados preliminares del Censo General.

5.2.2. Campaña Promocional

Como se señaló anteriormente la estrategia para llevar a cabo la sensibilización externa consiste en el desarrollo de una campaña promocional, intensiva y motivadora a través de medios masivos e interpersonales que se desarrollará en el país durante las etapas pre-censal, censal y post-censal del Censo General.

Objetivos

- Informar a toda la población sobre la realización del Censo General, señalar su importancia para el país; precisar los requerimientos de apoyo ciudadano para su exitosa realización y promover su activa participación en el mismo
- Informar a todos sobre las características del censo y sobre su cobertura motivándolos a participar entusiastamente.

Estrategia

Es importante que antes de iniciar la campaña promocional del Censo, se realice una campaña de reposicionamiento institucional , esta se puede realizar a través de la programación de ruedas de prensa que normalmente adelanta el DANE, adicionalmente

se podrían aprovechar los programas de opinión de alta sintonía como (yo José Gabriel, La Noche, Hablando Claro con la Prensa etc.)

Además se contempla la realización de un programa orgánico de comunicación social mediante la utilización coordinada e integrada de medios masivos e interpersonales de comunicación que informen, motiven y orienten a la población sobre la realización del censo, sus principales características y condiciones y el papel que a los habitantes les cabe desempeñar en su exitosa realización.

Como se señaló en la estrategia para llevar a cabo la campaña promocional del Censo General, ésta se hará de manera progresivamente intensa, lo que implica que tendrá varias fases en su desarrollo. Las fases en las que se implementará la campaña son:

Fase de Generación de expectativas

En esta fase se busca informar y motivar a la población del sobre la realización del Censo General y lograr su colaboración en las actividades censales que se desarrollan.

Durante esta primera fase se busca el posicionamiento del Censo General en la sociedad y en sectores estratégicos de la misma, señalando por qué el censo le sirve a la comunidad, indicando cómo la información que se obtiene a través del censo redundará en una mejor focalización de los programas sociales, en la provisión y mejoramiento de los servicios públicos y sociales.

La colaboración y participación de la comunidad en el censo garantiza la confiabilidad en la información que se obtenga, en términos de calidad, integralidad en cuanto a respuesta a los formularios y máxima cobertura poblacional, de hogares y viviendas y de unidades agropecuarias.

Es una fase en la cual la promoción y publicidad del censo tiene que ser intensa y utilizando todos los medios de comunicación, tanto masivos como interpersonales, así como la realización de eventos y el uso de piezas comunicativas preparadas para este propósito.

El contenido de los mensajes publicitarios, especialmente los transmitidos por medios masivos, debe enfocarse hacia explicar: ¿Qué es un Censo General? , ¿Qué información se recoge?, ¿Qué beneficios le aporta el censo a cada municipio y a sus habitantes?

Las acciones comunicativas en esta fase tienen que ver con:

Acto de lanzamiento del Censo General.

Taller informativo del Censo con comunicadores locales.

Taller informativo con líderes comunitarios

Distribución y fijación de afiches del Censo General

Fase de sostenimiento

En esta fase se realiza un reforzamiento de la estrategia de comunicación a través de los medios masivos de comunicación.

De otra parte, mediante la aplicación del Sistema de seguimiento se detectan las fallas a lo largo del desarrollo del ejercicio censal, y de esta manera se aplicaran los correctivos mediante la estrategia de sensibilización a través de los diferentes canales.

Fase de finalización

Esta fase de la campaña está orientada a agradecer y reconocer la participación de la ciudadanía en la realización del Censo General. En esta fase de la campaña solo se utilizará el medio radial y fundamentalmente a través de emisoras locales.

Es de destacar que la difusión y promoción del Censo General se hará mediante una adecuada combinación de medios de comunicación masivos e interpersonales.

En cuanto a los medios masivos se utilizarán, preferencialmente la radio y la televisión. Otros medios como los impresos serán utilizados, complementariamente, para la publicación de avances, novedades, ruedas de prensa, entrevistas (publirreportajes) con los directivos del DANE y del Censo.

Radio

Será el medio masivo más utilizado en la campaña promocional del censo por la gran penetración de este medio en los hogares Colombianos.

La pauta publicitaria del censo se hará, preferencialmente, con emisoras locales y aunque la mayor audiencia radial está en emisoras de Bogotá, D.C., cadenas comerciales o emisoras independientes, los altos costos de las pautas en este tipo de emisoras limitan las posibilidades de su utilización. Los espacios donde se transmitirá la información censal preferencialmente serán: los espacios noticiosos, algunos espacios musicales (los de mayor sintonía), espacios dirigidos a la juventud y espacios culturales.

Las especificaciones técnicas sobre la promoción radial se presentan en el plan de medios el cual se esta elaborando actualmente.

Televisión

Canales locales:

La pauta publicitaria en estos canales se hará de diversas maneras como pueden ser:

- Por generación de caracteres, voz, imágenes y musicalización.
- Presencia interactiva entre personal del censo y la comunidad en programas específicos de televisión (entrevistas, líneas directas).
- Noticieros, mediante la transmisión de noticias específicas sobre el censo preparadas por la Oficina de Prensa del DANE.
- Emisión de un video especialmente preparado sobre el censo.

- Canales nacionales públicos: Se propone que mediante solicitud a la CNTV, se utilicen los espacios de código cívico para promocionar el Censo. Para el efecto se elaborará un spot de televisión de 30 segundos de duración para ser emitido en las transiciones programáticas de los canales públicos nacionales (Señal Colombia, Canal 1, Canal A y Teveandina).
- Canales privados: utilizar los noticieros para informar sobre el Censo a través de comunicados de prensa, comerciales y ruedas de prensa.

Comerciales de televisión: Se producirán y emitirán 5 referencias de comerciales por grupo de población con una duración de 30 segundos los cuales serán transmitidos por los canales públicos y privados de televisión cuyo objetivo es el de informar a toda la población del país, sobre la realización del Censo General.

Prensa escrita

- Comunicados: Elaboración por parte de la Oficina de Prensa del DANE, de información periódica acerca del Censo General de 2005.
- Publireportajes: Eventualmente se pautarán publireportajes para divulgar información sobre el Censo y sus desarrollos, en periódicos de circulación nacional y local.
- Ruedas de prensa: La oficina de Prensa del DANE organizará ruedas de prensa con el Director del DANE para informar sobre el censo: lanzamiento, desarrollo, empadronamiento, etc.

Medios electrónicos

- Internet

En la página web del DANE se creará un link especial para el Censo de General de 2005 que estará permanentemente actualizado con los desarrollos que el censo vaya teniendo.

- DANEnet e intranet

Por este medio se divulgará información sobre el Censo General y sus desarrollos.

- Link del censo (Chat) y sus respectivas salas de conversación que permita, de acuerdo con una programación de temas determinados, habilitar espacios de interacción entre personas de las diversas regiones de Colombia y el mundo, interesadas en intercambiar opiniones sobre la agenda del evento. Esto servirá de realimentación entre los diversos grupos que asumen tareas específicas dentro de la organización, al tiempo que servir de espacio de interlocución con los ciudadanos. Este tipo de dispositivos de comunicación son fuertes en la medida en que la oferta se amplifique a través de la RADIO, y en especial de estaciones de radio con amplia sintonía aceptación.

Perifoneo ambulante

Localmente se contratarán los servicios de esta modalidad y los mensajes y contenidos serán grabados en casetes por parte de la Oficina de Prensa del DANE y su elaboración estará a cargo del Grupo de Sensibilización Censal.

En cuanto al uso de medios interpersonales en el Censo se utilizarán:

- **Cartas institucionales**

A autoridades territoriales, Gobernadores y Alcaldes con el fin de solicitar la colaboración y participación en los procesos censales. Estas estarán firmadas por el Director del DANE.

A organizaciones cívicas, comunitarias, religiosas y ONGs locales, informándoles sobre la realización del censo y solicitando su colaboración y participación.

A los medios de comunicación para motivarlos y lograr su participación en las distintas actividades censales.

A las autoridades policivas y militares para solicitar su cooperación en los aspectos relacionados con la seguridad de los entrevistadores y en las medidas de control y vigilancia durante el Censo.

Otro de los instrumentos de la campaña de sensibilización es la creación de punto de información call center y un punto de información en la alcaldía municipal, a través de los cuales, la población que no haya sido censada pueda reportar estas novedades y/o despejar las inquietudes frente al proyecto.

5.2.3. Otras piezas comunicativas

La campaña promocional, además de la utilización de medios de comunicación masivos e interpersonales, utilizará otras piezas comunicativas para informar y motivar a la población y propiciar su participación activa en la realización del censo. Para este propósito se han programado las siguientes:

- **Afiches:** Informar a la población sobre la realización del censo. Se fijarán en lugares públicos como la Alcaldía, las Iglesias, el comercio, los colegios, sedes de las juntas de acción comunal, etc.
- **Plegables:** En los que se dará a conocer qué es el censo, para qué es el censo, qué características tiene, quién recoge la información, para qué sirve la información, etc. Su distribución será a la población en general.
- **Volantes:** Para informar a la población de manera ágil sobre la realización del censo con un contenido muy específico: fecha de realización e invitación a participar.

- **Pasacalles:** Se fijarán en las vías de mayor circulación de los municipios , con el objetivo de informar y promocionar su realización.
- **Pendones:** Sirven para difundir la identidad propia del censo y se utilizarán en los lugares donde se realicen los eventos propios del censo como el lanzamiento, reuniones especiales, talleres de capacitación, etc.

Portafolio de productos censales

Con el fin de lograr la mayor utilización de la información censal, tanto por parte de las entidades estatales, como de la empresa privada, la comunidad académica e investigativa nacional y la población en su conjunto, se diseñara un portafolio de los productos censales que estarán a disposición de los usuarios poco tiempo después de realizado el censo.

6. MERCADEO SOCIAL DEL CENSO

Concepto

El mercadeo social del Censo se refiere a las actividades de búsqueda y consecución de recursos y servicios requeridos para su realización, por parte de sectores estratégicos de las esferas estatales, la actividad privada, comunitaria y de cooperación internacional, a cambio de servicios y productos censales, publicidad y reconocimiento ciudadano.

Objetivos

- Facilitar la realización del Censo General mediante la consecución de recursos adicionales a los del presupuesto del censo requeridos para su eficiente ejecución y aprovechamiento.
- Favorecer el desarrollo institucional del DANE en el mercadeo social de sus investigaciones y productos estadísticos.

Identificación de requerimientos

La realización del Censo General, en los diferentes procesos que lo integran, plantea una serie de requerimientos de carácter técnico y logístico que deben ser satisfechos para lograr un censo de alta calidad y con la mayor cobertura posible.

Los aspectos técnicos como la cobertura, la calidad de la información y la oportunidad con que sean presentados los resultados están plenamente resueltos, por la amplia experiencia del DANE en la realización de censos y por la adopción de modernas tecnologías en el procesamiento y manejo de la información que garantizan la integralidad de la misma y su oportunidad en la entrega de los resultados a la sociedad.

No ocurre igual con algunos aspectos logísticos que por diversas razones el DANE no puede satisfacer o no puede hacerlo con la debida oportunidad de acuerdo con las demandas de la operación censal. Estos requerimientos logísticos están asociados, por lo

general, con la colaboración de la ciudadanía y con el apoyo y vinculación de las entidades gubernamentales, de las organizaciones de la comunidad y de la empresa privada.

Para la ejecución del Censo General se ha tenido especial cuidado en identificar los apoyos y colaboraciones que algunos de los procesos censales demandan y las formas para la obtención de los recursos y servicios que prioritariamente son exigidos para algunos de los procesos censales.

Los procesos que evidentemente requieren de estos apoyos logísticos son fundamentalmente los siguientes: sensibilización, capacitación y operativo y sus demandas se pueden concretar en estos principales aspectos:

- **Proceso de Sensibilización Censal**

- Ø Otorgamiento sin costo de espacios periódicos en los principales medios de comunicación nacionales. El medio principal en el que se requieren los apoyos es el radial por ser este el que tiene la mayor penetración y en el que se hará énfasis en la campaña promocional.
- Ø Asignación de un espacio de código cívico en los canales de televisión públicos para la emisión de un spot de televisión que promueva y divulgue el Censo General.
- Ø Producción y difusión de piezas comunicativas de distinta naturaleza (impresa y audiovisual) que expliquen el censo y sus características y motiven a la población a participar en las actividades censales.

- **Proceso de capacitación**

La realización del Censo General en un año, requiere de la capacitación de un gran número de personas para que desarrollen actividades determinadas en la organización censal como instructores, supervisores y entrevistadores, cuya cantidad y el perfil estará en función de las responsabilidades definidas en los correspondientes manuales.

Como otros recursos y servicios de apoyo al proceso de capacitación se han identificado las siguientes:

- Ø Asignación de espacios como salones, auditorios o salas de conferencias, en donde se realizará la capacitación de los entrevistadores.
- Ø La consecución de medios y ayudas audiovisuales para apoyar la capacitación.
- Ø La promoción, a través de medios de comunicación masivos, del proceso de Capacitación que estimule la participación de la sociedad en este proceso.
- Ø Servicios de seguridad en los lugares donde se lleve a cabo la capacitación de los entrevistadores.

- **Operativo censal**

La magnitud, complejidad y costos de la operación censal, en sus diferentes etapas y actividades, requieren del apoyo y la colaboración de diversos sectores sociales que puedan suministrar recursos y servicios para la realización del censo.

En este caso, son claramente identificables las entidades y sectores que pueden vincularse a la realización del censo de acuerdo con los requerimientos específicos que el operativo censal demanda.

Ø **Autoridades municipales y departamentales**

Las actividades de actualización cartográfica, recuento de viviendas y hogares, empadronamiento y revisitas requieren de:

- Asignación de oficinas debidamente dotadas que sirvan de sede al personal operativo encargado de estas labores, especialmente durante la ejecución censal y para las actividades de recepción, entrega, recuperación y revisión del material censal.
- Servicios de seguridad en las áreas que se van censando.
- Coordinación con las entidades de salud (hospitales, clínicas, centros y puestos de salud) para la implementación de un sistema de urgencias médicas y primeros auxilios el tiempo que dure el censo.

Ø **Sector productivo privado**

Los apoyos que el sector productivo privado puede brindar a las distintas actividades del operativo censal son diversos y van desde la consecución gratuita de espacios comunicativos, el otorgamiento de descuentos en la pauta publicitaria hasta el suministro de recursos y servicios para los entrevistadores el día del censo. En este sentido se pueden mencionar los siguientes:

- “ Con las cadenas radiales, hacer negociación de tarifas reducidas, e incluso sin costo, para la divulgación de mensajes alusivos al censo y para que destaquen en los programas noticiosos la importancia del censo y de la colaboración ciudadana en su realización.
- “ Publicidad censal en los productos comerciales.

Ø **Organizaciones de la sociedad civil**

Las diferentes organizaciones de la sociedad civil pueden desempeñar un importante papel en la promoción y difusión del censo y pueden brindar su colaboración auspiciando la participación en las actividades censales de sus asociados.

En este sentido, es importante tener en cuenta organizaciones en los municipios tales como:

- Ø Juntas de acción comunal
- Ø Asociaciones de padres de familia
- Ø Organizaciones religiosas de cualquier credo
- Ø Organizaciones no gubernamentales de carácter ambiental
- Ø Organizaciones no gubernamentales de derechos humanos
- Ø Organizaciones comunitarias de autoconstrucción
- Ø Organizaciones de personas desplazadas
- Ø Organizaciones artísticas y culturales locales

Identificación de posibles aportantes

De acuerdo con lo planteado en la identificación de requerimientos para los procesos censales, los posibles aportantes para la satisfacción de estos requerimientos se evidencian de acuerdo con la naturaleza del requerimiento.

Así para el proceso de sensibilización los aportantes están constituidos fundamentalmente por los medios de comunicación masivos, tanto públicos como privados. En este sentido, se tendrían los siguientes:

- Ø Emisoras locales de los municipios
- Ø Emisoras comunitarias
- Ø Cadenas nacionales de radio
- Ø Canales públicos de televisión
- Ø Canales locales de televisión
- Ø Periódicos locales
- Ø Empresas de perifoneo ambulante

Para el proceso de capacitación, dada su naturaleza, los pueden concretar en los siguientes principales aportantes:

- Ø Alcaldía Municipal
- Ø Secretaría de Educación Municipal
- Ø Secretaría de Educación Departamental
- Ø Rectores de Colegios públicos y privados
- Ø Asociaciones de docentes
- Ø Asociaciones de padres de familia
- Ø Emisoras locales de radio
- Ø Canales locales de televisión
- Ø Empresas transportadoras locales
- Ø Establecimientos comerciales de papelería y útiles escolares

Los apoyos a obtener con las autoridades municipales y educativas se enfocan fundamentalmente a la consecución de aulas o locales para realizar la capacitación de instructores, entrevistadores y supervisores.

Con las asociaciones de padres de familia, asociaciones de docentes y medios masivos de comunicación locales, lograr su vinculación a las labores de difusión y promoción de la capacitación censal.

Con los establecimientos comerciales, artículos como papel para papelógrafo, libretas de apuntes, lápices, borradores, etc.

El operativo censal y las actividades que comprende es el que demanda de mayores recursos y servicios y cuando se hizo la identificación de requerimientos, de acuerdo con los mismos, se señaló quienes podrían ser los posibles aportantes, en relación con los requerimientos específicos. Así:

- Ø Las autoridades administrativas locales y departamentales deben garantizar la provisión de la infraestructura física requerida por la organización censal (oficinas debidamente dotadas, comunicaciones efectivas el día del censo, transporte en las diferentes etapas censales, seguridad para el operativo censal), la coordinación con autoridades policivas y militares para garantizar la inmovilización de la población el día del censo, etc.
- Ø El sector productivo privado puede aportar diversos tipos de recursos y servicios dependiendo de sus actividades productivas.

Las empresas de medios de comunicación masiva (radio, televisión, prensa) locales o nacionales pueden aportar tarifas reducidas, e incluso sin costo para la divulgación de mensajes alusivos al censo.

Las empresas productoras de artículos de consumo masivo, especialmente alimentos y bebidas pueden vincularse a la realización del censo mediante el suministro de algunos de los elementos requeridos por los entrevistadores: planilleros, lápices, borradores, cachuchas, bolsas plásticas, etc., así como suministrando los refrigerios para los entrevistadores el día del censo.

- Ø Otras empresas productivas bien sea locales, regionales o nacionales pueden suministrar recursos y servicios de diverso orden: las empresas transportadoras locales, brindar el transporte de los entrevistadores el día del censo, estableciendo rutas y horarios especiales, de acuerdo con lo determinado por la organización censal.

Empresas editoriales pueden proveer las credenciales y distintivos requeridos el día del empadronamiento, así como las calcomanías para el control visual de cobertura.

Empresas de telecomunicaciones pueden proveer los sistemas de comunicación requeridos el día del empadronamiento urbano para la coordinación de los centros operativos con los jefes de área, el delegado municipal, etc.

Gestión para la consecución de apoyos

Las acciones de gestión para la consecución de recursos y servicios que apoyen la realización del Censo General por parte de las autoridades departamentales y municipales, las empresas del sector productivo privado y las organizaciones de la sociedad civil, tienen fundamentalmente dos finalidades:

- Racionalizar los costos del censo y conseguir recursos adicionales a los del presupuesto del censo requeridos para su eficiente ejecución y aprovechamiento.
- Lograr un acercamiento e integración del censo con la comunidad y con sectores estratégicos de la misma, enfatizando en la importancia de sus aportes y en los beneficios concretos que dicha vinculación les reportaría.

El logro de estas finalidades implica el desarrollo de dos acciones diferentes pero complementarias entre sí. De una parte, el conjunto de acciones que tienen que ver con la coordinación de las colaboraciones y apoyos que puedan ofrecer entidades gubernamentales del sector central, departamental y municipal y que deben ser asumidos por la Dirección del DANE y un segundo conjunto de acciones que deben adelantarse frente al sector privado y las organizaciones sociales para ganar su vinculación y apoyo y poder obtener buena parte de los elementos de consumo básicos para la realización de los procesos como la capacitación y el operativo.

La búsqueda y obtención de recursos y servicios complementarios que cumpla con el doble propósito de reducir parte importante de los costos del censo y de promover la colaboración y participación con el mismo, debe realizarse en una dirección de doble vía en la que las entidades estatales, la cooperación técnica internacional, el sector privado y las organizaciones sociales se vinculen al censo a través de aportes de recursos y servicios que posibilitan la realización exitosa del censo, recibiendo a cambio bienes y servicios censales específicos que retribuyan debidamente los aportes brindados.

Con el sector privado es importante destacar la importancia del censo en cuanto a cobertura que logrará en el municipio en términos de viviendas, hogares y personas localizadas en el área urbana y rural del municipio, cobertura que asociada al apoyo de productos y piezas publicitarias que se diseñen para cada uno de ellos, permitirá a muchas empresas, en el futuro cercano, identificar y acceder más directamente a los demandantes de bienes y servicios y penetrar en otros segmentos de mercado con sus propias estrategias de ventas. En este sentido el censo se constituirá en un mecanismo de muy bajo costo publicitario para las empresas que decidan apoyarlo.

7. MONITOREO Y EVALUACION¹

Esta parte del documento contiene el diseño metodológico y operativo del proceso de monitoreo y evaluación del plan de Sensibilización y Mercadeo del Censo General 2005.

La metodología de Planeación Estratégica aplicada para el diseño y ejecución del Censo General contiene los elementos básicos para el seguimiento oportuno, periódico y documentado del desarrollo de cada uno de los procesos, y dentro de éstos, las macroactividades y tareas programadas con sus tiempos de inicio y culminación, responsables, insumos y productos intermedios y finales. Para el monitoreo de los procesos objeto de este documento, se aplicará dicha metodología, común al conjunto de procesos censales, con lo que se aseguran su unidad y comparabilidad.

En razón de que las acciones de sensibilización y mercadeo corresponden a campos específicos de la comunicación social y de las ciencias sociales, por su objeto, métodos, estrategias, medios y modalidades, contienen conceptos, métodos, técnicas, instrumentos e indicadores propios de evaluación de resultados, se hace necesario diseñar y aplicar métodos e indicadores de uso corriente en estos campos.

El presente diseño contiene los aspectos básicos para la evaluación de los resultados y productos del proceso de sensibilización diseñado para el Censo General, de acuerdo con sus objetivos, estrategias y actividades para su ejecución y validación.

Objetivo

- Establecer el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos en términos de las estrategias aplicadas, los medios utilizados, y los productos obtenidos.

Metodología

La evaluación del proceso de sensibilización comprende el conjunto de acciones que intervienen en dicho proceso, desde la fase de diseño, hasta la ejecución, incluyendo la fase misma de evaluación de resultados.

El proceso como tal es un todo integrado de intervenciones lógicas y metodológicas que obedecen a un orden secuencial incorporado en los procesos de planeación, diseño, programación, ejecución, seguimiento y evaluación.

Bajo este enfoque, cada fase del proceso debe ser evaluada de acuerdo con sus características y especificaciones.

¹ Este aspecto se trata en el documento “manual de Diseño del Sistema de seguimiento y Evaluación de la Sensibilización y Capacitación del censo general 2005”, elaborado por Raúl Castro, consultor del Censo. Bogotá, D.C., diciembre de 2005.