

## **Informe de campo**

La encuesta fue realizada en dos salidas de campo; 05 de noviembre y 06 de noviembre entre las 4pm y las 6pm, en la localidad de Chapinero entre las calles 57 y 67 y las carreras Caracas y séptima. En total fueron encuestados 35 establecimientos.

### **Observaciones**

En comparación al plan de trabajo, se tuvo que extender a dos salidas cuando en el principio era una sola. Con respecto a la información secundaria, no se siguió al pie de la letra debido a la poca precisión del Google My maps, esto porque no todos los lugares preseleccionados se encontraron abiertos o cambiaron de razón social, sin embargo, fue de utilidad para identificar el sector.

### **Problemas**

Debido al horario escogido para realizar la encuesta, el 26 de noviembre (jueves) al final de la jornada los establecimientos presentaban un aumento en su afluencia de clientes, por lo que era más difícil para los encuestados responder las preguntas con continuidad, es decir, debían atender a los clientes mientras respondían la encuesta.

### **Comentarios**

La recepción por parte de la población encuestada fue positiva, tuvieron una buena disposición en el momento de realizar la encuesta, y mientras se realizaba la misma, los encuestados no se limitaban a responder puntualmente la pregunta, en cambio se extendían y explicaban la razón de su respuesta.

### **Soporte fotográfico**

Fotografía no.1: proceso de recolección de datos en bar de chapinero.



Fotografía no.2: proceso de recolección de datos en bar de chapinero.



Fotografía no.3: bar cercano a la avenida caracas.



Fotografía no.4: construcción del metro Av. Caracas con calle 63.



Fotografía no.5: construcción del metro Av. Caracas.



## Conclusión

El trabajo de campo en Chapinero permitió evidenciar las limitaciones prácticas de aplicar un protocolo teórico en un entorno urbano dinámico, así como la necesidad de adaptar la planificación a las condiciones reales del territorio. La extensión del trabajo a dos jornadas y las dificultades para ubicar algunos establecimientos demostraron que la información secundaria disponible, aunque útil como punto de partida, no refleja del todo la realidad económica cambiante del sector.