SABANA CENTRO cómovamos

RESULTADOS ENCUESTA DE PERCEPCIÓN CIUDADANA DE SABANA CENTRO

2025

Universidad de La Sabana · PRODENSA · Fundación corona · compensar · EL TIEMPO · Asociación de Empresarios de la Sabana · Cruz Roja Colombiana Seccional Cundinamarca y Bogotá · Fundación Alquería Cavelier · Centro Chía Naturalmente Único · MASTIN Seguridad Ltda · Cámara de Comercio de Bogota

SABANA CENTRO cómovamos

FICHA TÉCNICA

eurekagroup

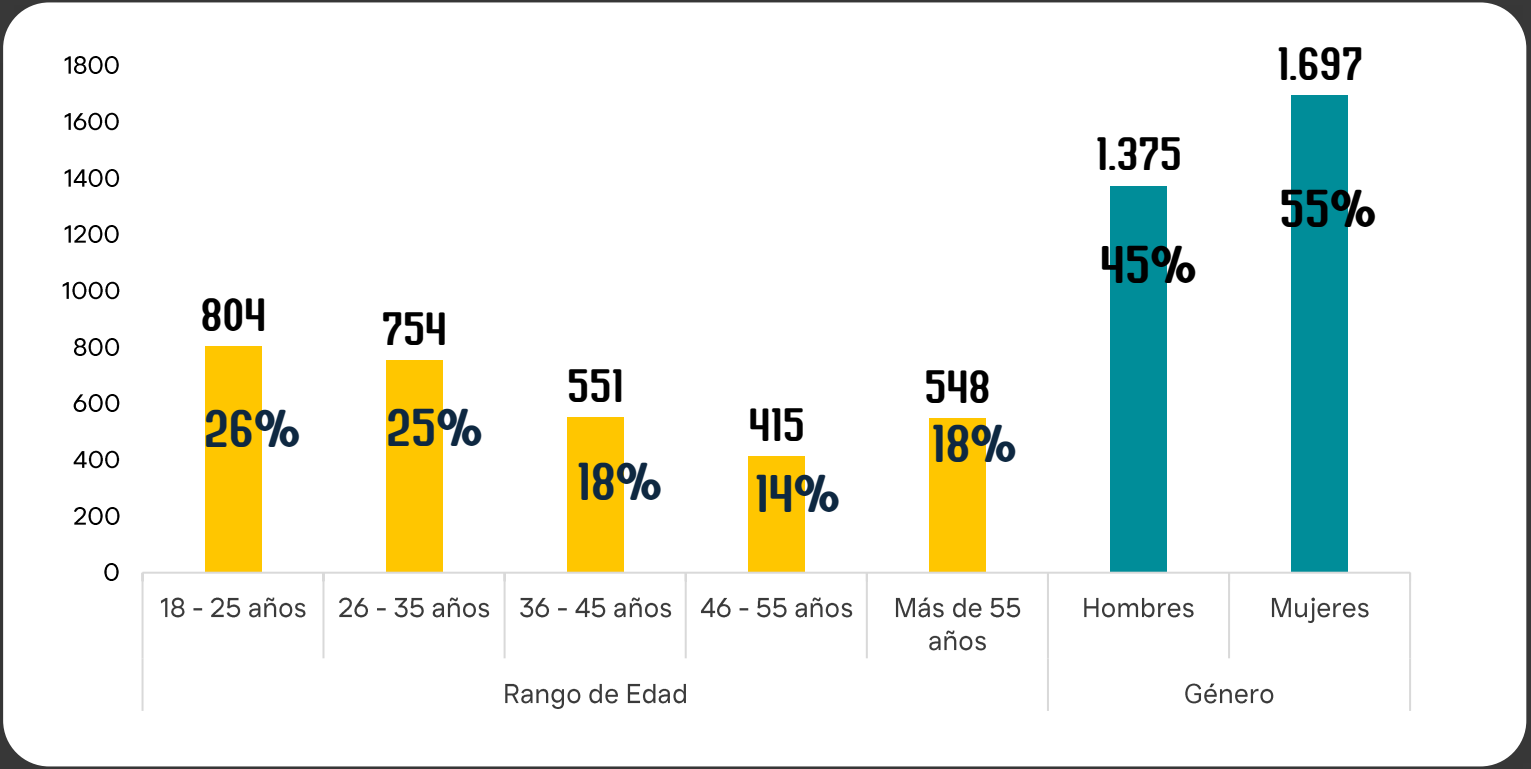
3.079
Mayores de 18 años

Tamaño

PRESENCIAL – HOGARES - URBANO

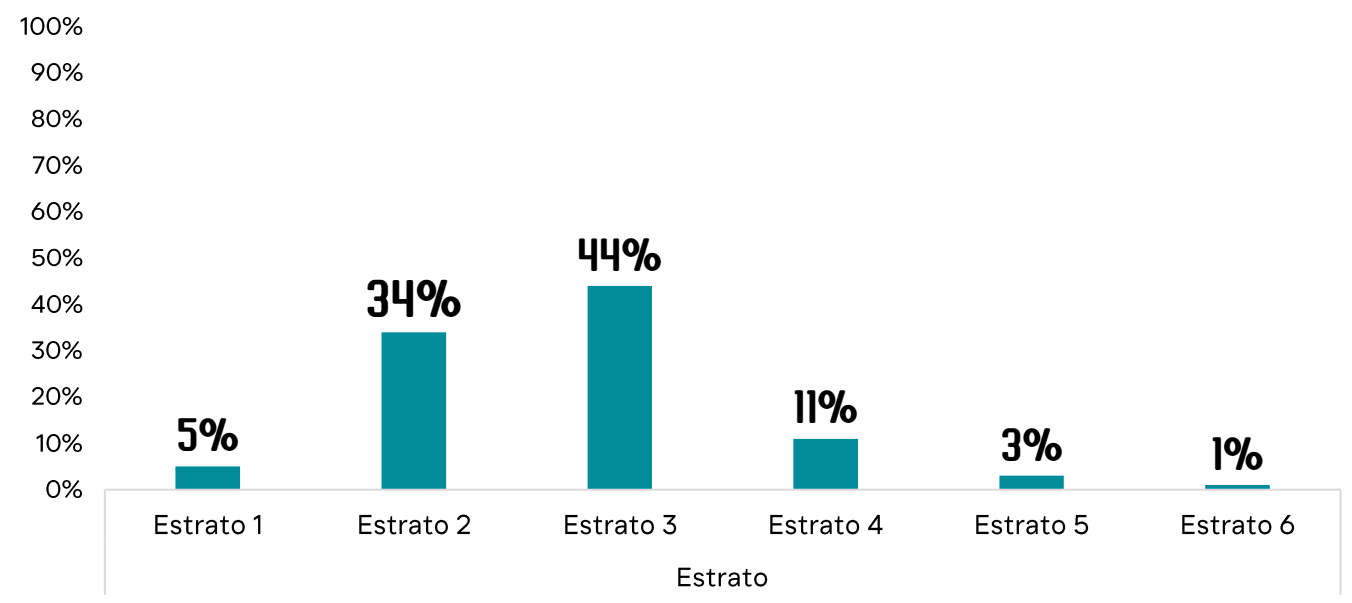
Recolección

Distribución por edad y género



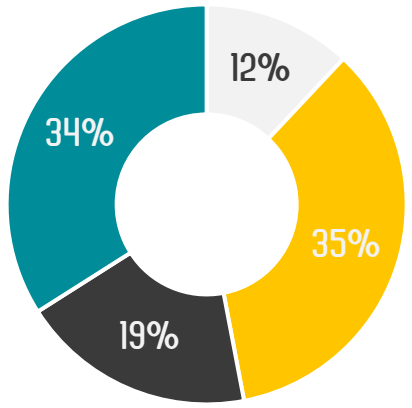
FICHA TÉCNICA

Distribución por estrato



31% ha vivido en otro municipio

TIEMPO DE RESIDENCIA EN SABANA CENTRO



- Menos de 1 año
- Entre 1 y 5 años
- Entre 5 y 10 años
- Más de 10 años

SABANA CENTRO cómovamos

RESULTADOS

Universidad de La Sabana

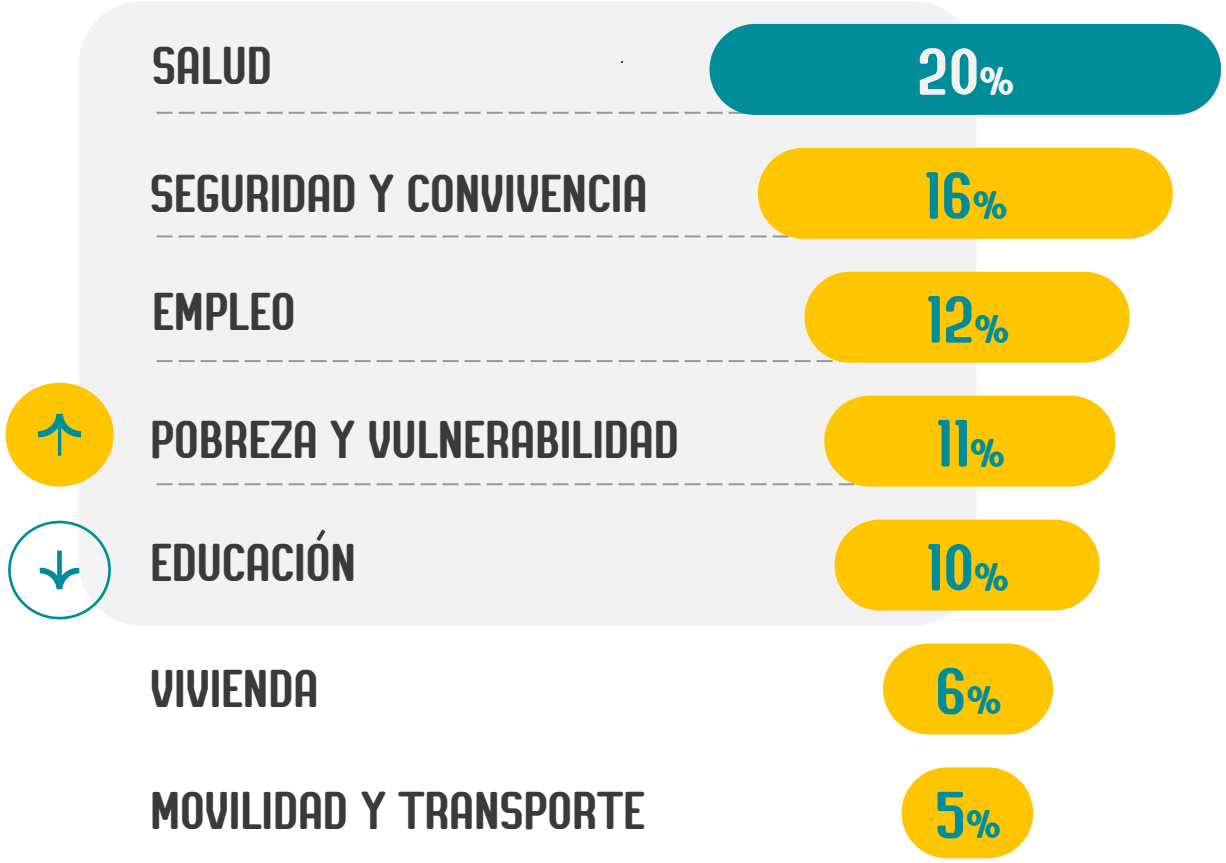
[redacted]

LOS HABITANTES PRIORIZAN TEMAS

SABANA CENTRO
cómovamos

SABANA CENTRO cómovamos

¿CUÁLES SON LOS TEMAS A LOS QUE DEBERÍA PRESTARLE ATENCIÓN LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL?



SABANA CENTRO cómovamos

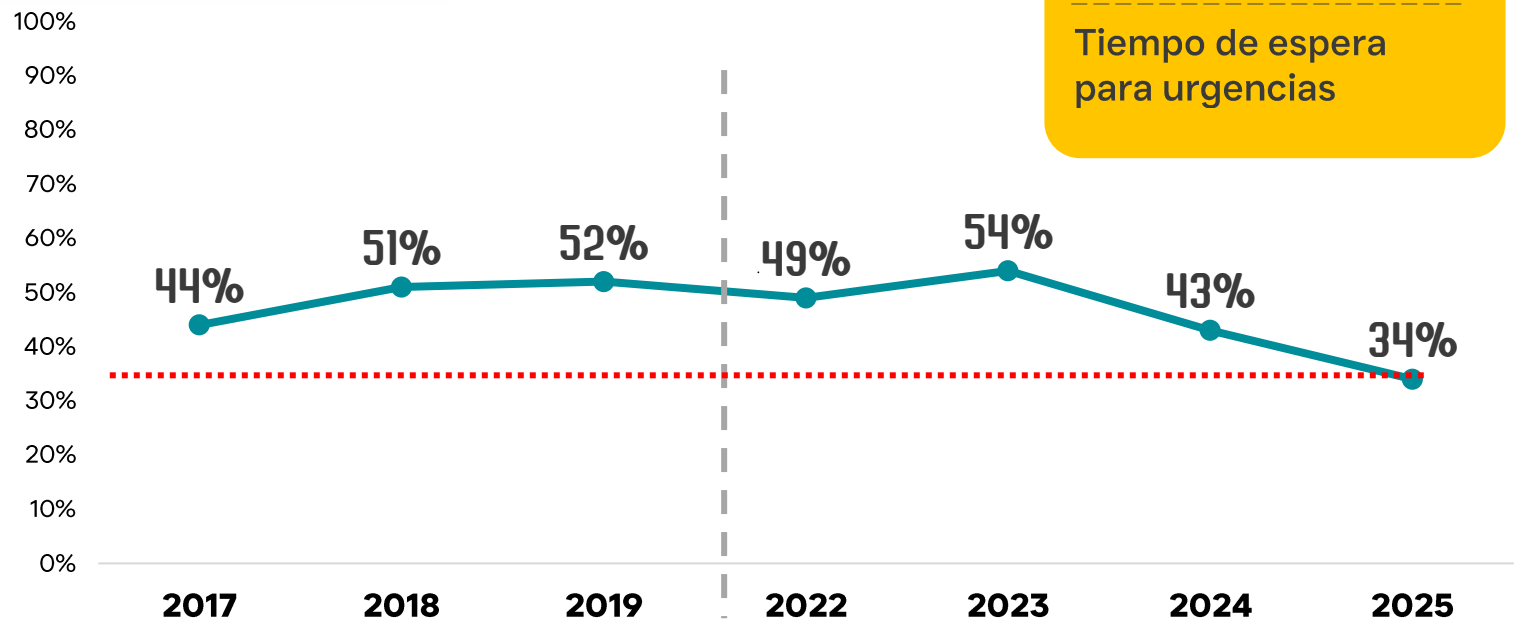
SALUD

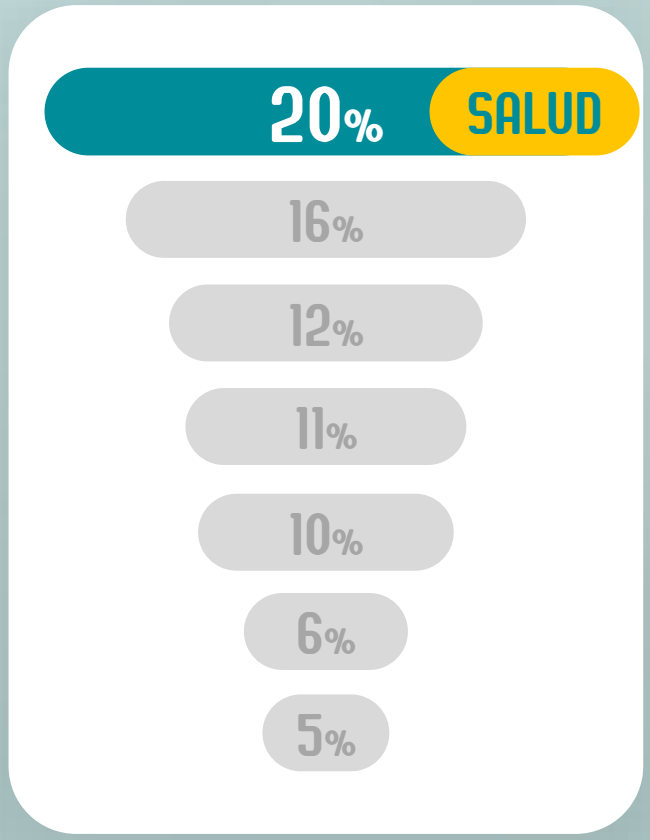
34%
Satisfacción con servicio

10%
Población que toma el servicio de salud en Bogotá

PRINCIPALES RAZONES DE INSATISFACCIÓN

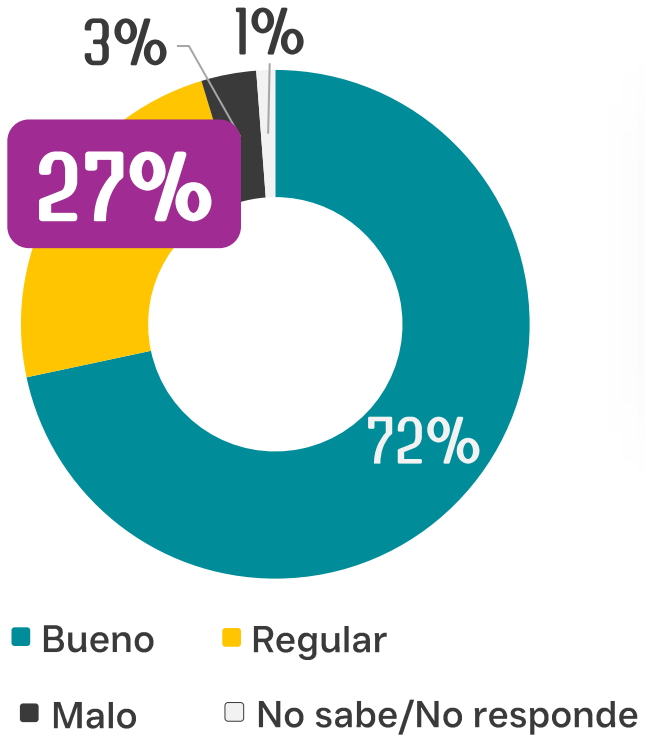
- Tiempos de espera para citas
- Acceso a medicamentos
- Tiempo de espera para urgencias





SABANA CENTRO cómovamos

SALUD MENTAL

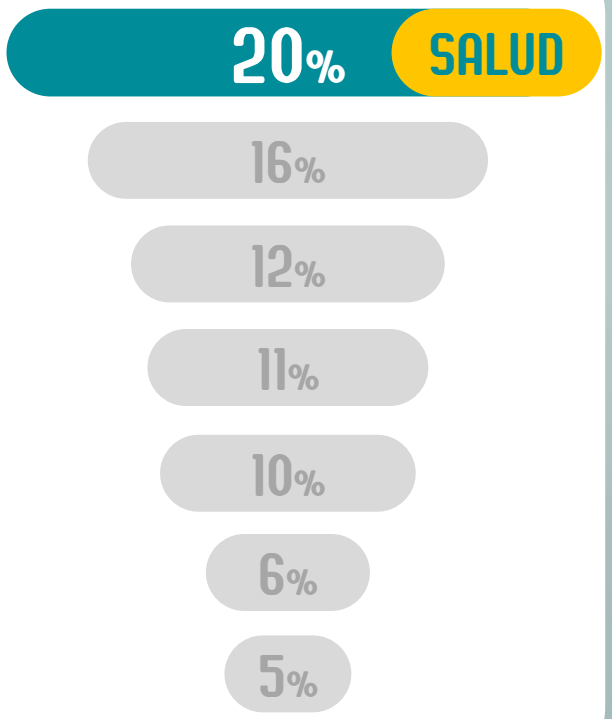


2024

89%
Bueno

1%
Malo

10%
Regular



PRINCIPALES CAUSAS

- Situación económica
- Estrés laboral o académico
- Problemas familiares

SEGURIDAD

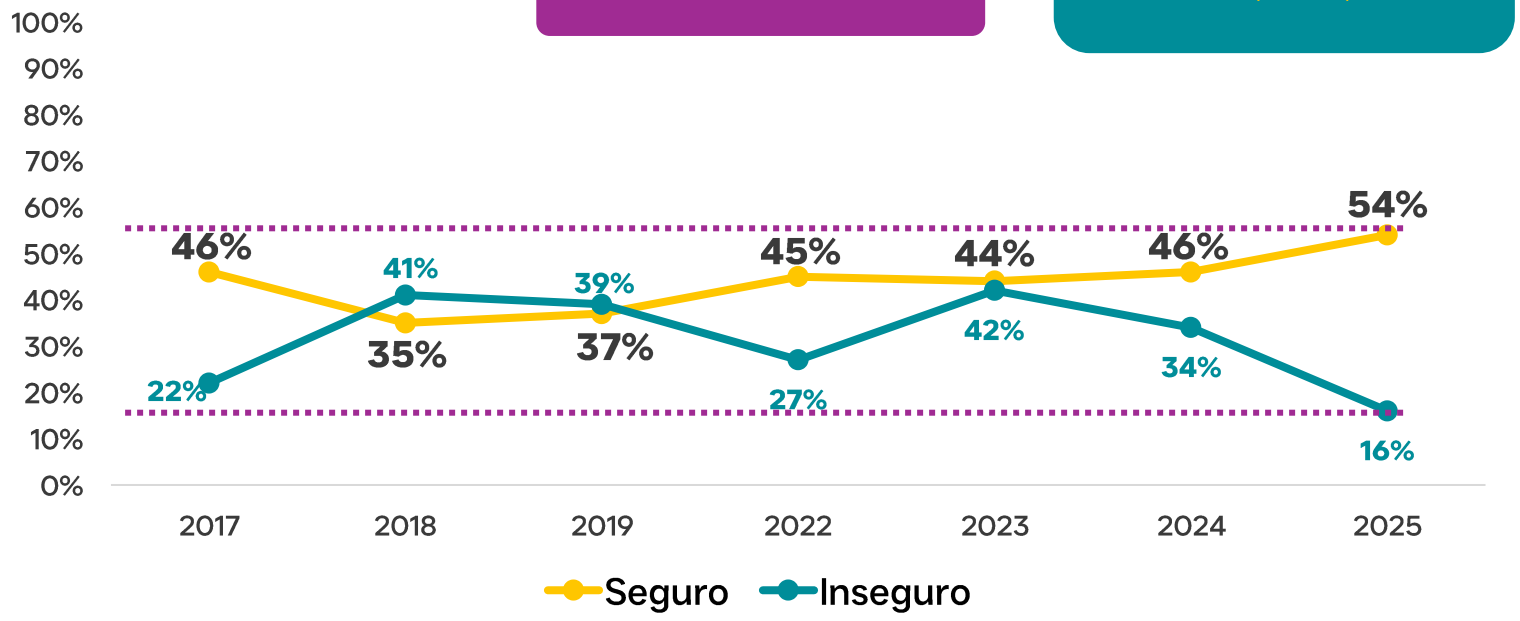
54%
Se siente seguro en su municipio

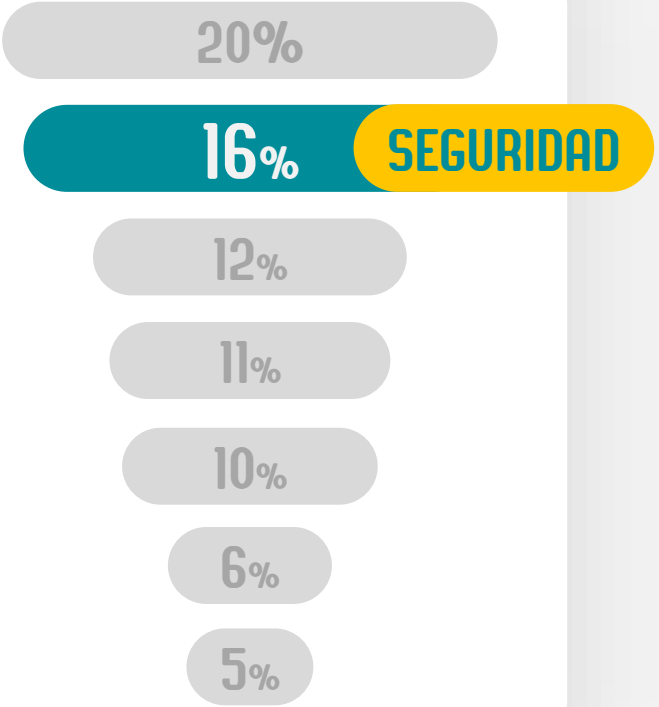
10%
Fue víctima de delito

45% no denunció

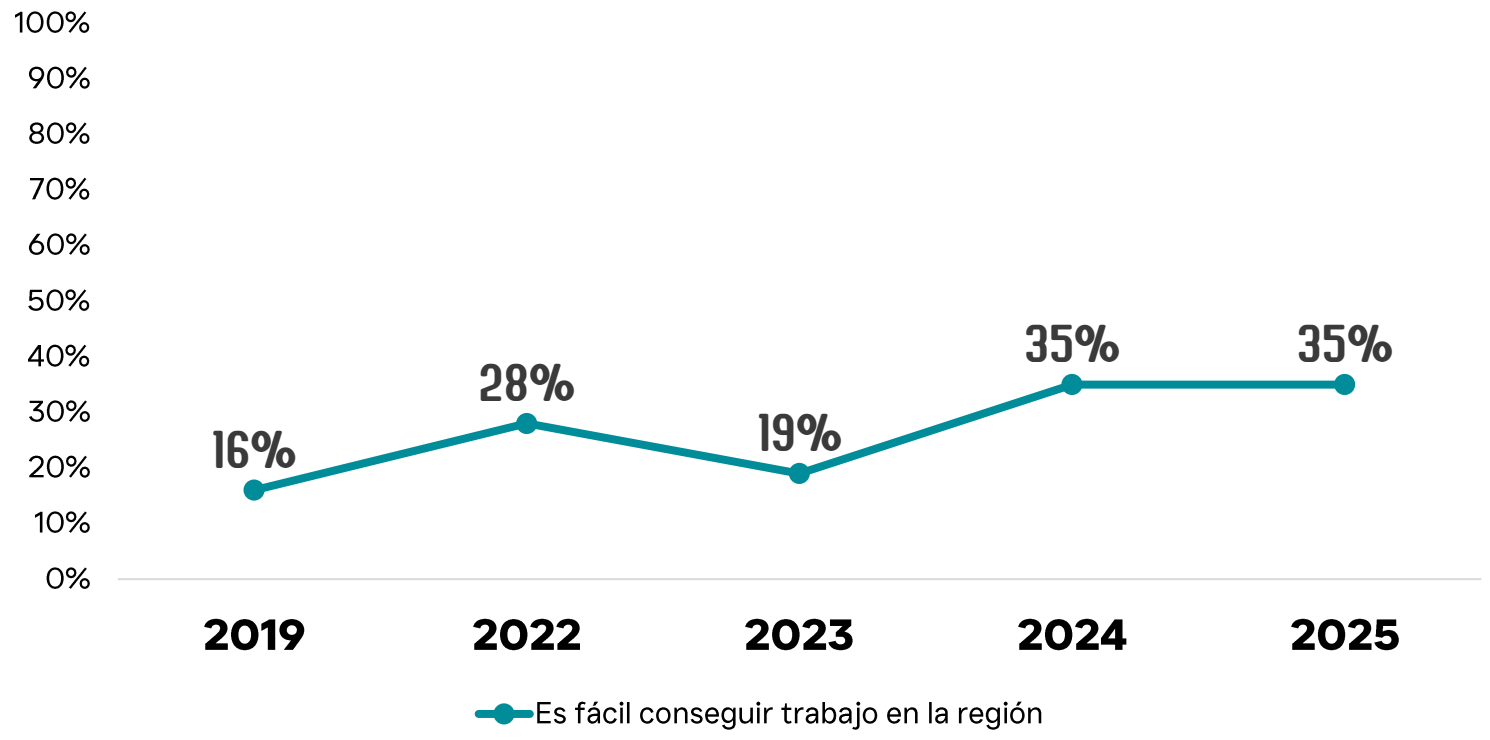
PRINCIPALES PROBLEMAS

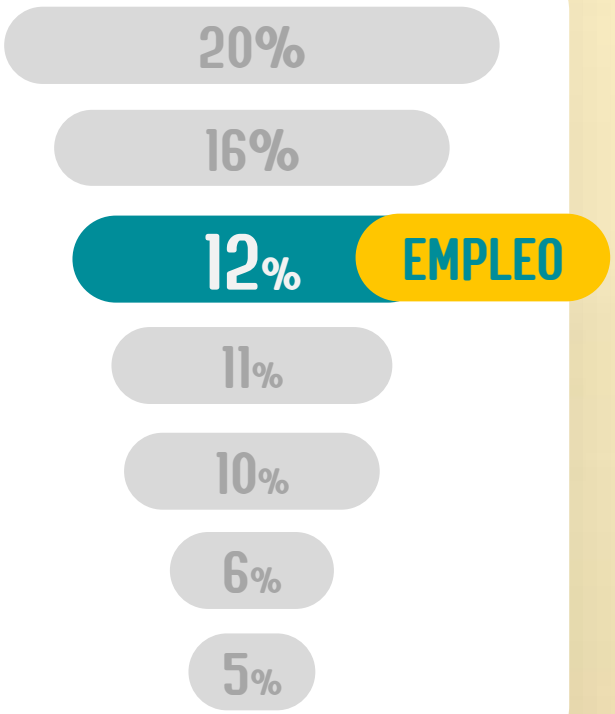
- Drogadicción **(41%)**
- Atracos Callejeros **(37%)**
- Tráfico de drogas **(30%)**
- Pandillas **(22%)**





EMPLEO





PRINCIPALES BARRERAS PARA ENCONTRAR TRABAJO

- Solicitan más experiencia laboral
- No tengo una red de contactos
- No alcancé nivel educativo necesario

EMPLEO

SABANA CENTRO cómovamos

2025

35%
Es fácil encontrar trabajo en SC

No es fácil: 33%

Indiferente: **32%**

2024

35%
Es fácil

48%
No es fácil

17%
Indiferente/neutral

2025

32%
Es fácil emprender en SC

No es fácil: 36%

Indiferente: **32%**

2024

35%
Es fácil

45%
No es fácil

20%
Indiferente/neutral

2025

45%
optimista con situación económica de la región

No optimista: **23%**

Indiferente: **32%**

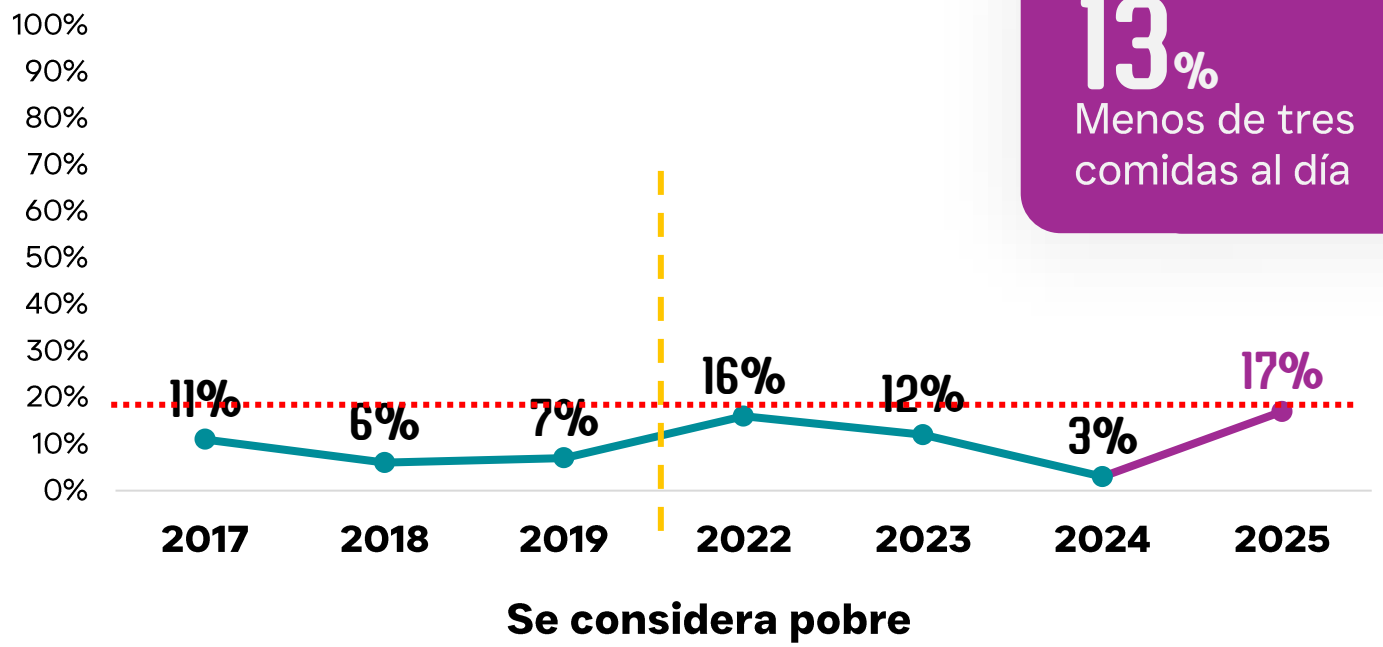
2024

54%
Optimista

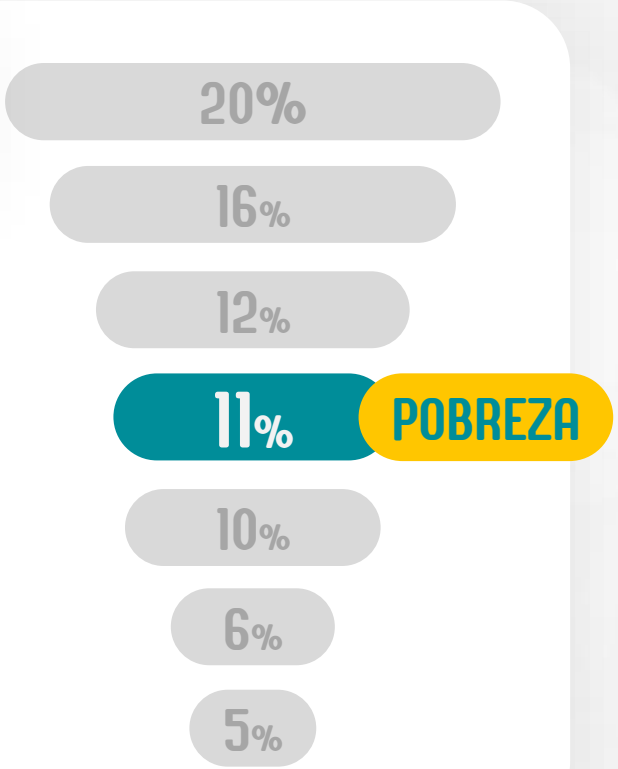
16%
No optimista

30%
Indiferente/neutral

POBREZA Y VULNERABILIDAD



13%
Menos de tres comidas al día



La situación económica de su hogar durante el último año...

2025	46% Mejoró	16% Empeoró	38% Sigue igual
2024	25% Mejoró	23% Empeoró	52% Sigue igual

EDUCACIÓN

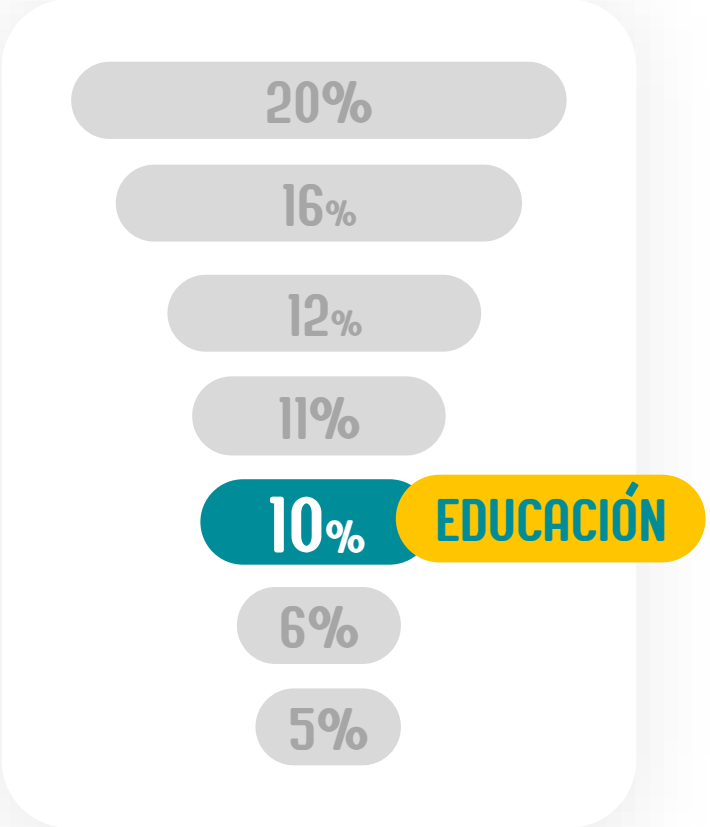
Recibe el servicio en…

2023*	2025
93% Municipio de residencia	79% Municipio de residencia
5% En otro municipio de SC	13% En otro municipio de SC
2% En Bogotá	5% En Bogotá

Del total de personas que respondieron que **Sí había niños, niñas y adolescentes estudiando en algún tipo de institución.**

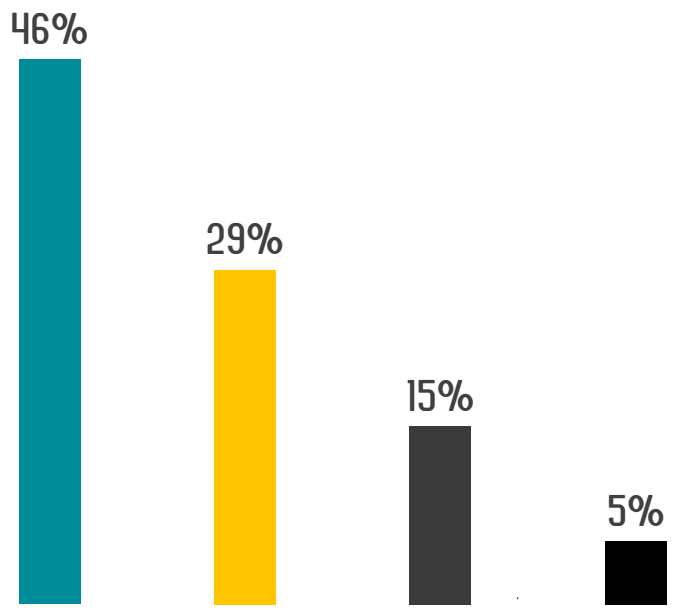
Satisfacción con algunos aspectos de la educación

Privado		Público
60%	Desempeño profesores	55%
61%	Infraestructura física	49%
55%	Infraestructura tecnológica	44%
61%	Materiales de apoyo	40%
22%*	Insatisfacción Acoso escolar	32%*



VIVIENDA

USTED VIVE EN UNA VIVIENDA



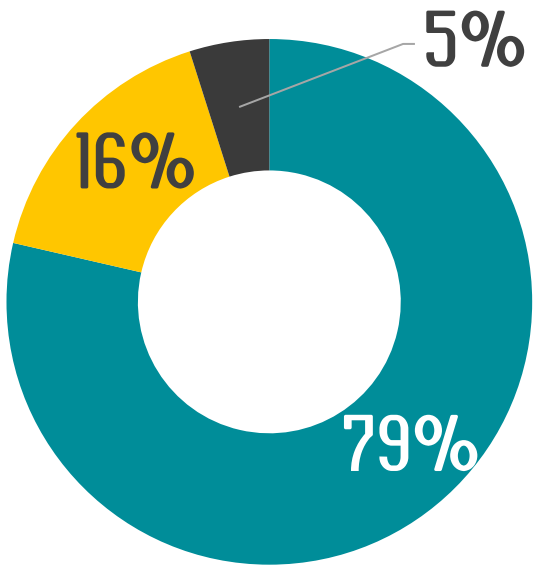
- Arrendada o subarrendada
- Propia (totalmente pagada o la están pagando)
- De propiedad familiar
- En usufructo (ningún miembro es dueño y viven sin pagar arriendo con autorización del dueño)

2024

46%
Arriendo

SABANA CENTRO cómovamos

SATISFACCIÓN CON LA VIVIENDA QUE HABITA



- Satisfecho
- Indiferente / Neutral
- Insatisfecho

2024

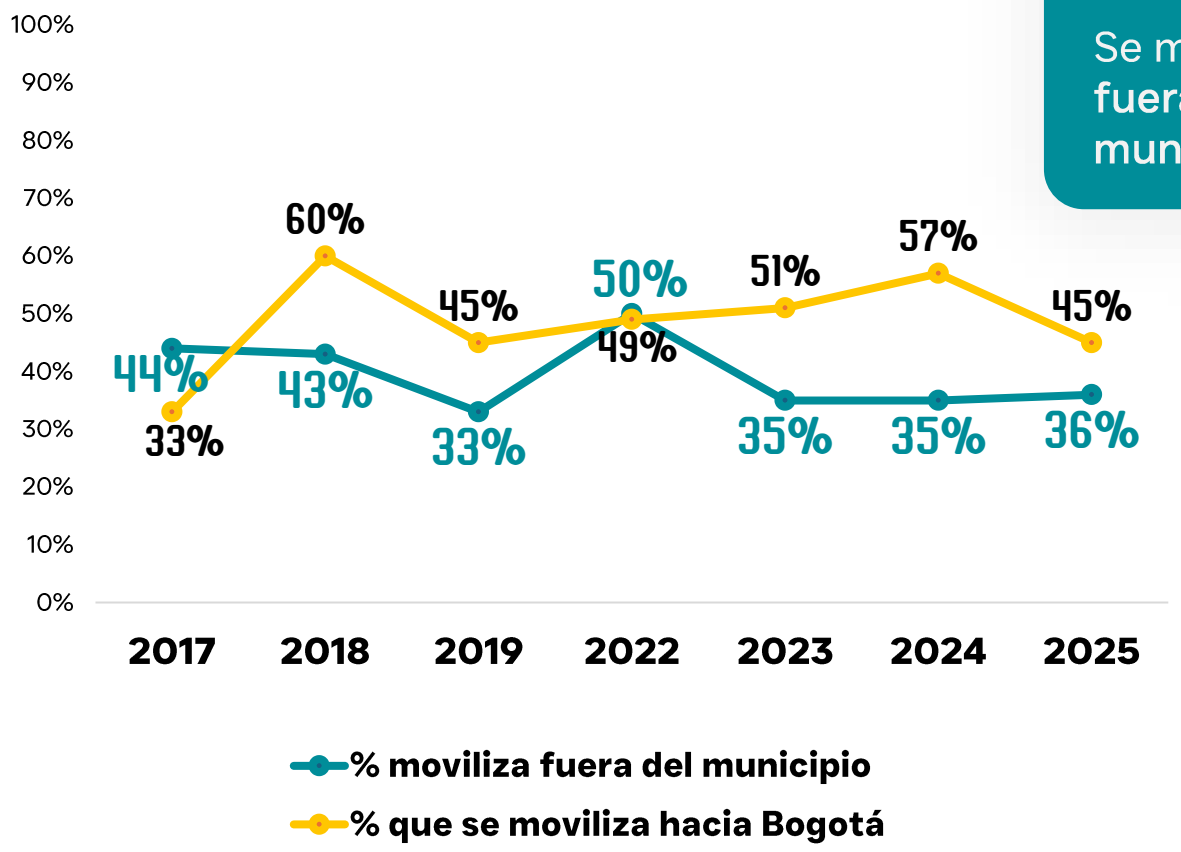
92%
Satisfecho

3%
Insatisfecho

5%
Indiferente/Neutral

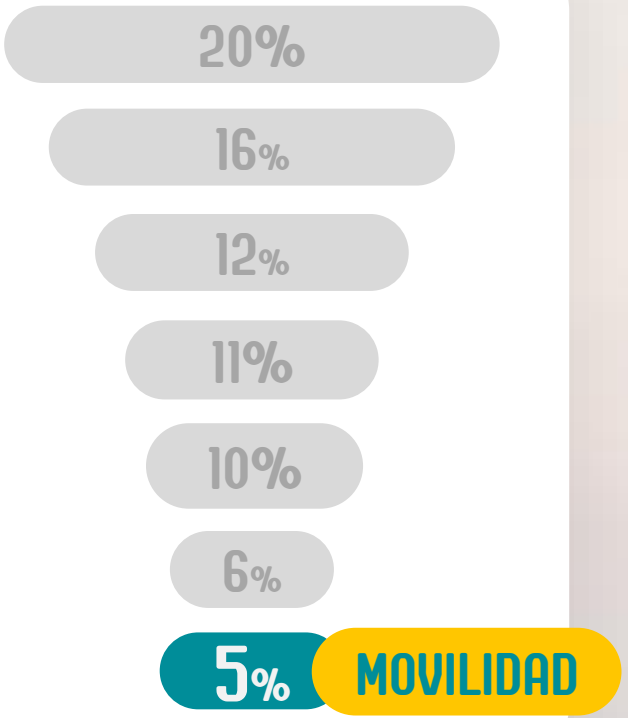
MOVILIDAD

MOVILIDAD FUERA DEL MUNICIPIO



36%

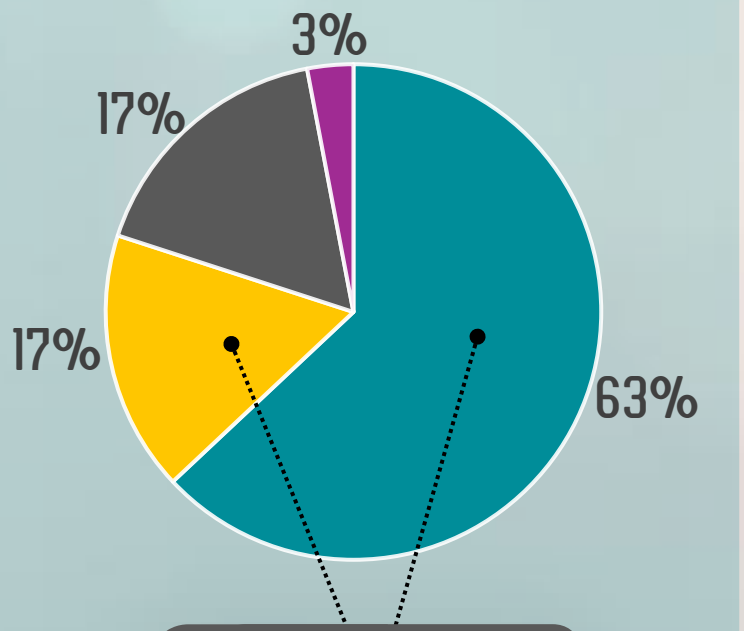
Se moviliza por fuera del municipio.



SABANA CENTRO cómovamos

PRINCIPAL DESTINO DE LAS PERSONAS QUE SALEN DEL MUNICIPIO

	2024	2025	
Bogotá	57%	45%	17%
Otros municipios de Sabana Centro	39%	46%	17%
Otros municipios diferentes a Sabana Centro y Bogotá	4%	9%	3%
		Del 36% que sale	Del total de la población



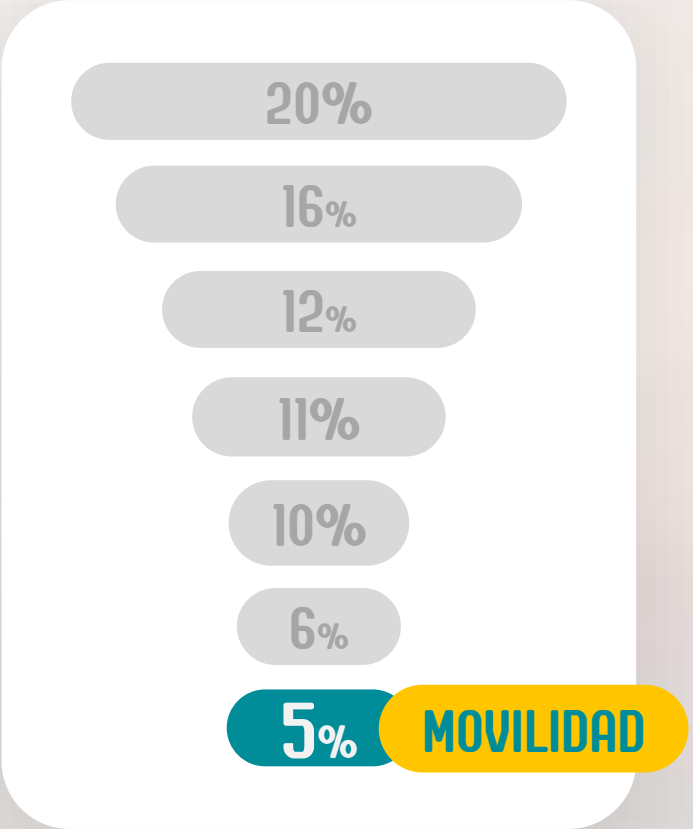
81%
Movilidad intra-regional

SABANA CENTRO cómovamos

ACTIVIDAD POR LA QUE SE DESPLAZA FUERA DEL MUNICIPIO

	2024	2025
Trabajo	49%	53%
Servicios de salud	31%	20%
Educación	9%	13%
Otras actividades (esparcimiento, visitas familiares, trabajos esporádicos)	11%	12%

Del 36% que sale

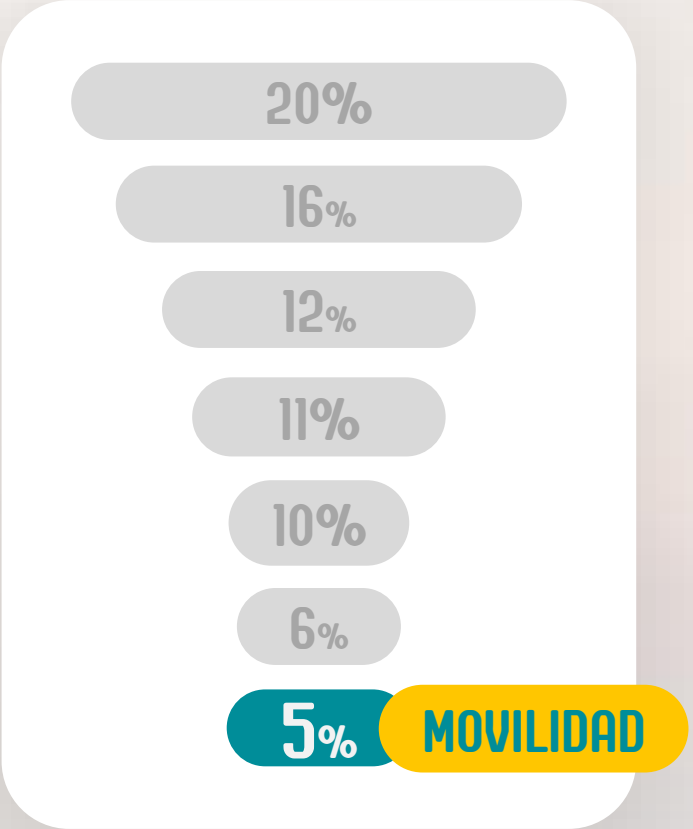


SABANA CENTRO cómovamos

PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE PARA MOVILIZARSE FUERA DEL MUNICIPIO

	2024	2025
Bus | Buseta Micro | Ejecutivo	63%	56%
Carro particular	22%	18%
Carro a través de aplicaciones de transporte	1%	7%
Moto particular	6%	7%
Bicicleta	3%	5%

Del 36% que sale



SABANA CENTRO cómovamos

TIEMPO DE DESPLAZAMIENTO

PROMEDIO DE QUIENES SALEN DEL MUNICIPIO

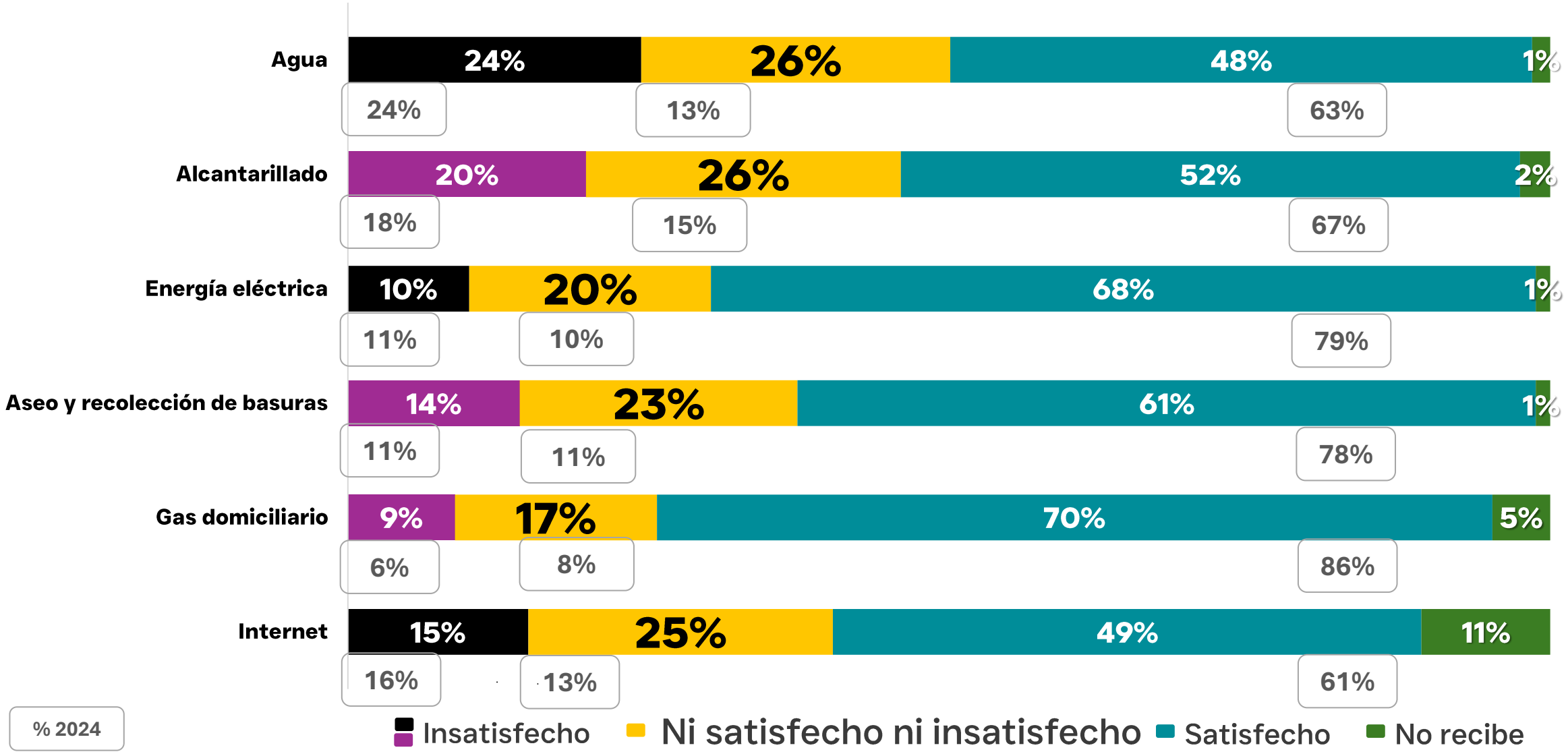
	2024	2025
Menos de 15 minutos	1%	4%
Entre 15 y 30 minutos	6%	11%
Entre 30 y 60 minutos	28%	25%
Entre 60 y 90 minutos	31%	25%
Más de 90 minutos	34%	35%

Del 36% que sale

44% manifiesta mal comportamiento de los ciudadanos frente a **normas de tránsito.**

OTROS TEMAS QUE INCIDEN EN SU SATISFACCIÓN

SERVICIOS PÚBLICOS



ENTORNO

MEDIO AMBIENTE

2024: 58%

43%
está **satisfecho** con la **calidad del aire**

31%-35%
ni satisfecho ni insatisfecho en los seis aspectos ambientales consultados

32%
insatisfacción con la contaminación visual

SABANA CENTRO cómovamos

ENTORNO

INFRAESTRUCTURA VIAL

Movilidad total - medio de transporte principal

Bus | Buseta Micro | Ejecutivo	45%
Bicicleta	12%
Automóvil particular	12%
A pie	10%
Moto particular	7%

39% de insatisfacción con **estado de los bicicarriles**

Satisfacción: 25%

Neutral: 29%

43% de insatisfacción con el **estado de las vías**

Satisfacción: 22%

Neutral: 33%

36% de insatisfacción con **estado de los andenes**

Satisfacción: 28%

Neutral: 34%

SABANA CENTRO cómovamos

ENTORNO

CULTURA Y DEPORTE

49%
está satisfecho con la **oferta de actividades culturales**

Ni satisfecho ni insatisfecho: 22%

42% no participa

47%
está satisfecho con la **oferta de actividades deportivas**

Ni satisfecho ni insatisfecho: 20%

26% no participa

SABANA CENTRO cómovamos

SABANA CENTRO cómovamos

CULTURA DIGITAL

TOP 3

medios que usan los habitantes de Sabana Centro para informarse

1. REDES SOCIALES
2. TELEVISIÓN
3. PLATAFORMAS DE MENSAJERÍA

CULTURA DIGITAL

USO DE LA IA

59%
de los encuestados **no ha utilizado** ninguna herramienta de inteligencia artificial

17%
de quienes la usan, desconfía.

53%
de quienes la usan, dice que **ni confía ni desconfía**

SABANA CENTRO cómovamos

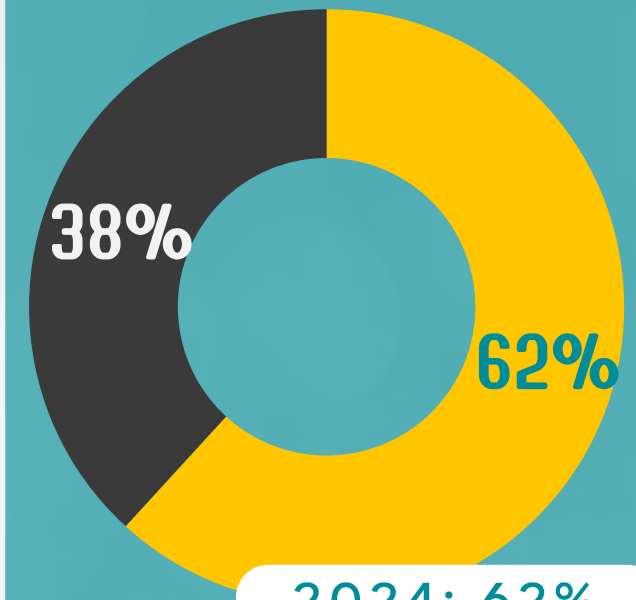
PERCEPCIÓN GLOBAL DE LA REGIÓN

SABANA CENTRO
cómovamos

SABANA CENTRO cómovamos

PERCEPCIÓN DE LA REGIÓN

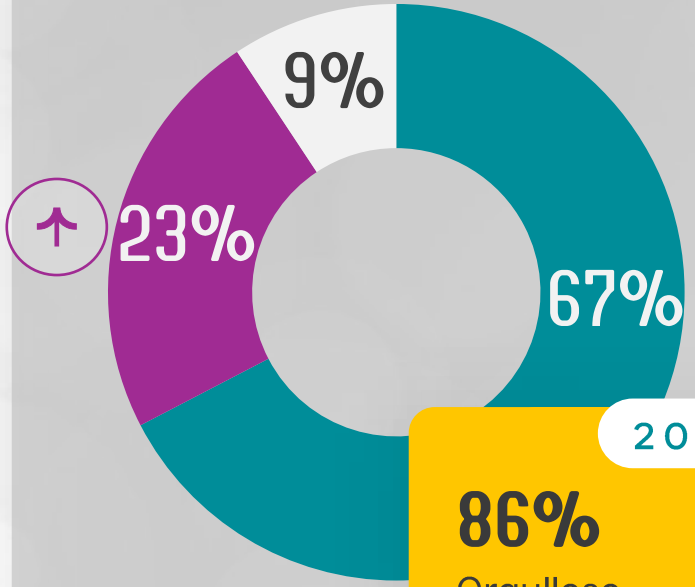
¿CÓMO VAN LAS COSAS?



2024: 62%

- Mal camino
- Buen camino

ORGULLO POR LA REGIÓN



- Orgulloso
- Indiferente
- No orgulloso

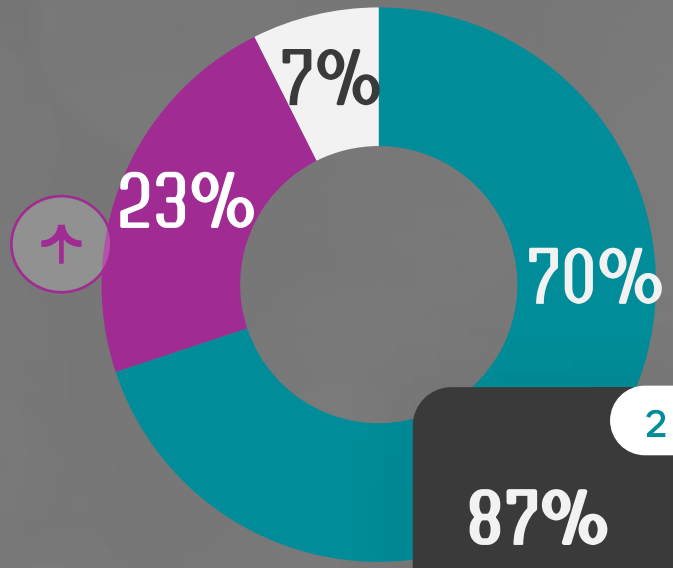
2024

86% Orgulloso

3% No Orgulloso

11% Indiferente/Neutral

SATISFACCIÓN CON LA REGIÓN PARA VIVIR



- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho

2024

87% Satisfecho

4% Insatisfecho

9% Indiferente/Neutral

SABANA CENTRO cómovamos

LOS DESTACADOS

Mejora **percepción de seguridad** en la región.

Mejora la percepción sobre la **situación económica** del hogar.

Cae satisfacción con **servicio de salud** y aumenta la percepción de **salud mental** mala o regular.

Incrementa la población con **menos de tres comidas** al día.

Incrementa la población que **se considera pobre.**

Incrementa insatisfacción con **infraestructura vial**

Contaminación visual: principal insatisfacción en temas de medio ambiente.

REFLEXIONES

INTEGRACIÓN DE MIRADAS TERRITORIALES

Nuevos residentes aportan una visión de **novedad y de priorizar lo positivo** frente a otras regiones; quienes llevan más de 10 años actúan como **custodios de la calidad de vida** ante el crecimiento acelerado, lo que representa una oportunidad para revivir el orgullo regional y cuidar el desarrollo equilibrado.

BIENESTAR EN EL NÚCLEO FAMILIAR

Promover la estabilidad económica que es el principal **motor de la salud mental,** atender focos de **vulnerabilidad alimentaria** en los sectores más sensibles y promover la atención oportuna de sus habitantes en los servicios de salud para garantizar un bienestar integral.

SABANA CENTRO cómovamos

SE FORTALECE LA DINÁMICA REGIONAL

Con un 81% de la movilidad ocurriendo dentro de la Provincia, la región se va fortaleciendo como ecosistema que exige priorizar la **oferta interna de servicios, cultura, deporte, entretenimiento e infraestructura vial.**

LA OPORTUNIDAD EN LA ZONA GRIS

El alto nivel de respuestas neutras indica:

- **Desconexión o falta de información** (ej. cultura, deporte)
- **Normalización o percepción de estabilidad** (ej. servicios públicos)
- **Incertidumbre o alerta pasiva** (ej. seguridad)
- **Debilidad en el vínculo emocional** (ej. orgullo)

Reto: **movilizar esa neutralidad hacia una satisfacción activa** y **recuperar la confianza** en las soluciones colectivas y la justicia.

SABANA CENTRO cómovamos

CONSULTA LOS RESULTADOS COMPLETOS

sabanacentrocomovamos.org

facebook.com/SabanaCentroComoVamos

www.linkedin.com/in/sabana-centro-cómo-vamos-411247266

twitter.com/sabanacentrocv

@sabanacentrocomovamos9152