

SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Impacto socioeconómico de la peatonalización de la carrera séptima

El fenómeno urbanístico de tener calles peatonalizadas en diversas ciudades del mundo ha mostrado muchas bondades en cuanto a disminución de emisiones contaminantes, bajos niveles de accidentalidad, desestimulo para usar el carro privado, mejores condiciones del medio urbano y hasta un ambiente propicio para los negocios. No obstante, esta tendencia en Bogotá, la cual cobró fuerza en el gobierno de la Bogotá Humana, ha mostrado en los gremios de comerciantes y medios de comunicación sus más acérrimos contradictores.

En aras de alimentar este debate, la Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios de la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico, en función de sus objetivos misionales, decidió realizar una encuesta cuyo objeto fue medir la percepción de los comerciantes localizados en la carrera séptima y que sirve como termómetro en la determinación de los factores que afectan o contribuyen la dinámica de los comerciantes en el sector. Este ejercicio, que es netamente de percepción subjetiva, se complementa con un análisis realizado con la información de los ingresos por venta provenientes del recaudo del impuesto Industria y Comercio (ICA) del año 2014.

La encuesta de percepción a establecimientos de la carrera séptima es un ejercicio censal, pues consideró dentro del marco estadístico todos los locales comerciales que se ubican en el área de influencia de la peatonalización (Carrera séptima – Calle 24 hasta la calle sexta).¹ La operación estadística, realizada durante los días 16 al 20 de abril de 2015, tendrá como referente de contraste la primera encuesta de percepción realizada por esta misma entidad en noviembre de 2012, aplicando el mismo número de preguntas que en ese año. Como factor logístico, el operativo contó con el apoyo del equipo piloto de encuestadores formados en el marco del Convenio interadministrativo 233-2014 celebrado entre la SDDE-IDIPROM. El censo implicó la visita a 634 establecimientos con una tasa de respuesta de 91%, es decir 580 encuestas completas.

Los principales resultados, que tendrán mayor detalle en este escrito, evidencian que los factores que acrecientan la percepción negativa de los comerciantes sobre la medida de peatonalización se mantienen inalterados en los últimos tres años, como son inseguridad y la caída en las ventas. Sin embargo, estos resultados son mucho más negativos por la alta percepción en el sector comprendido entre la Avenida Jiménez y la calle sexta por las obras de la segunda fase de peatonalización.

La percepción negativa sobre las ventas contrasta con el análisis de los ingresos declarados en el pago del impuesto ICA y otros impuestos en 2014, donde se evidencia que los

¹ Para los centros comerciales y galerías artesanales con muchos establecimientos, se realizó un muestreo aleatorio que permitiera una estimación representativa de las características de estos locales comerciales.



ingresos netos de los negocios en el sector de la séptima en el último año aumentaron 7,5%.

Por otra parte, las mayores exigencias que le plantean al distrito es mejorar la inseguridad, la movilidad de la zona y controlar la venta informal. Por último, respecto al proyecto de la segunda fase, el 28% de los comerciantes en la carrera séptima manifestó conocer el objeto de las nuevas obras que se están construyendo. De ellos, el 41% cree que sus ventas aumentarán, 12% que permanecerán iguales y 38% que disminuirán.

Antecedentes

El análisis de impacto de la peatonalización en la carrera séptima en Bogotá ha sido uno de los temas estudiados por la Dirección de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios de la Secretaría Distrital de Desarrollo desde que se empezaron a esbozar las primeras ideas del proyecto. Efectivamente, en septiembre de 2012 se publicó una nota editorial que plasmaba los pros y contras de la idea; planteando iniciativas para aprovechar estos escenarios urbanísticos teniendo un mejor acceso al espacio público (Jaimes, 2012).

En ese entonces, se destacó en los diversos estudios realizados en torno al impacto de peatonalización efectos positivos como el rescate de centros históricos y lugares de interés turístico; el reforzamiento de ciertas actividades comerciales o turísticas; una mayor satisfacción del peatón al caminar por las calles de la ciudad, pasear, o ir de compras; la disminución del ruido, la contaminación y los accidentes locales; y el aumento del número de visitas a la zona peatonal.

Con el fin de llevar a cabo una caracterización de los predios ubicados en la principal zona de impacto de la peatonalización, la Secretaría de Desarrollo Económico en conjunto con la Secretaría de Hacienda, llevaron a cabo un ejercicio de identificación de los principales usos correspondientes a los predios ubicados en esta área, con el fin de tener una aproximación al impacto de la medida según los diferentes tipos de actividades que se realizan en la zona (Jaimes, 2012). Este ejercicio se complementó con la recopilación de resultados de las encuestas de percepción ciudadana realizadas por el IDU, así como el impacto ambiental realizado por el grupo de estudios SUR- de la Universidad de los Andes; que destacaron un mejoramiento de las condiciones ambientales de la zona, señalando que los principales impactos de la medida se darían en la movilidad, la seguridad y el cambio del paisaje.

En virtud de estos análisis, la Dirección de Estudios decidió realizar en noviembre de 2012 la primera encuesta de percepción del impacto de la peatonalización sobre el comercio del área de influencia de la medida, encuesta que, entre otros aspectos, destacó el tema de la inseguridad y la disminución de las ventas como principales factores negativos de la medida de peatonalización.

Con este antecedente, y con el avance de la segunda fase de peatonalización, la Dirección de Estudios consideró muy oportuno elaborar un ejercicio longitudinal que replicará el ejercicio efectuado en 2012, con las mismas preguntas, manzanas y predios censados en esa ocasión. Es así, como en el mes de abril del presente año se realizó la segunda encuesta de percepción del impacto de la peatonalización en la actividad comercial de la carrera séptima, cuyos resultados se expondrán en la presente nota editorial.



Características de la encuesta

La encuesta de percepción a establecimientos de la carrera séptima es un ejercicio censal, pues consideró dentro del marco estadístico todos los locales comerciales que se ubican en el área de influencia de la peatonalización (Carrera séptima – Calle 24 hasta calle sexta)

Mapa 1. Marco censal para la encuesta de percepción en la carrera séptima, Bogotá, 2015



Fuente: SDDE- Censo 2015

En los centros comerciales y galerías artesanales en el sector, se procedió a realizar un muestreo aleatorio que permitiera una estimación representativa de las características de estos establecimientos.

Operativamente la encuesta indagó por 20 preguntas a los comerciantes con el fin de medir la percepción de los comunicantes de la zona sobre la medida de peatonalización y permitiendo, tal y como se identifica en el mapa, subdividir los resultados en tres zonas especiales localizadas a lo largo de la carrera séptima: zona 1, entre calle 24 y calle 19; zona 2, entre calle 19 y avenida Jiménez; y zona 3, entre avenida Jiménez y calle sexta.

Análisis de los resultados de la encuesta

Los resultados de la encuesta de percepción sobre el impacto de la carrera séptima para el sector comercial se exponen en la presente nota en tres grandes núcleos de análisis: *i*) la caracterización general de los establecimientos *ii*) aspectos negativos y positivos del sector de la carrera séptima, y *iii*) percepción e impactos económicos de la peatonalización.

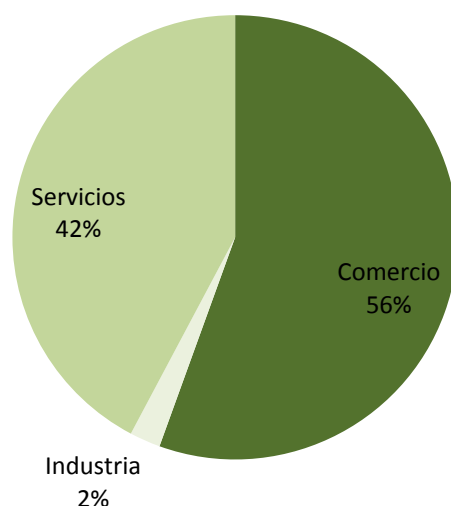


Además, como el operativo se dividió en tres zonas, se expondrán las diferencias de los resultados por zona, con el fin de mostrar cómo influye e impacta en la percepción la ubicación del local en el sector.

Caracterización general de los establecimientos

En cuanto a la característica de los establecimientos, se evidencia que en la zona de influencia el comercio es la actividad predominante, con una participación del 56% del total de establecimientos. Por otra parte, los establecimientos cuya actividad principal pertenecen al sector servicios son el 42% y la industria, 2%.

Gráfica 1. Actividad principal de los establecimientos encuestados en la carrera séptima, Bogotá, 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2015

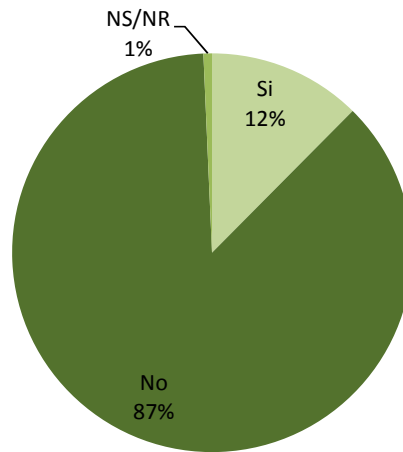
Estas actividades con un nivel de mayor desagregación evidencian una alta proliferación de actividades diversas en el sector, como almacenes de venta de ropa, restaurantes con servicio a la mesa y de autoservicio y joyería, que abarcan el 45% del total de establecimientos en la zona. Otras características de estos establecimientos son:

- **Antigüedad:** el 56% de los establecimientos económicos tiene menos 10 años en el sector, evidenciando una permanencia no tan antigua de los establecimientos en la zona.
- **Tenencia del local:** el 89% de los establecimientos opera bajo la modalidad de arriendo o subarriendo, mientras que solo el 9% de estos tiene su negocio en un local propio.
- **Tamaño:** el 82% de los locales tiene menos de 5 trabajadores, lo que evidencia un carácter predominantemente microempresarial de los establecimientos allí ubicados.



Otra de las características a destacar en el sector es la poca asociatividad y la no representación de los pequeños comerciantes por parte de un gremio o asociación. Los resultados indican que solo el 12% del total de establecimientos pertenece a un gremio o asociación. Esta cifra es muy importante al momento de establecer diálogos o consensos, pues en la medida que existe una menor asociatividad en un sector económico, las capacidades de diálogo al momento de tomar y discernir una decisión de política pública son relativamente más complicadas.

Gráfica 2. Establecimientos agremiados o pertenecientes a una asociación comercial en la carrera séptima, Bogotá, 2015 (%)

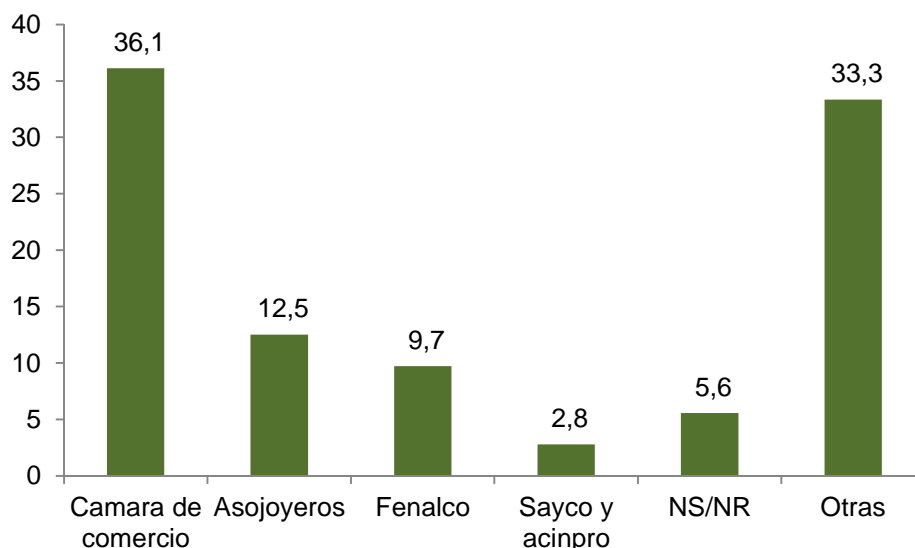


Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2015

Por otra parte, al indagar a los pocos comerciantes asociados por la entidad que los agremia, el 36,1% inscribió en la Cámara de comercio de Bogotá, el 12,5% a Asojoyeros y el 9,7% a Fenalco. En este orden de ideas, si tenemos en cuenta el total de locales comerciales y su relación con el principal gremio de comerciantes en la ciudad, Fenalco solo agremia al 1% del total de comerciantes en la carrera séptima.



Gráfica 3. Organizaciones y asociaciones de comerciantes en la carrera séptima, Bogotá, 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2015

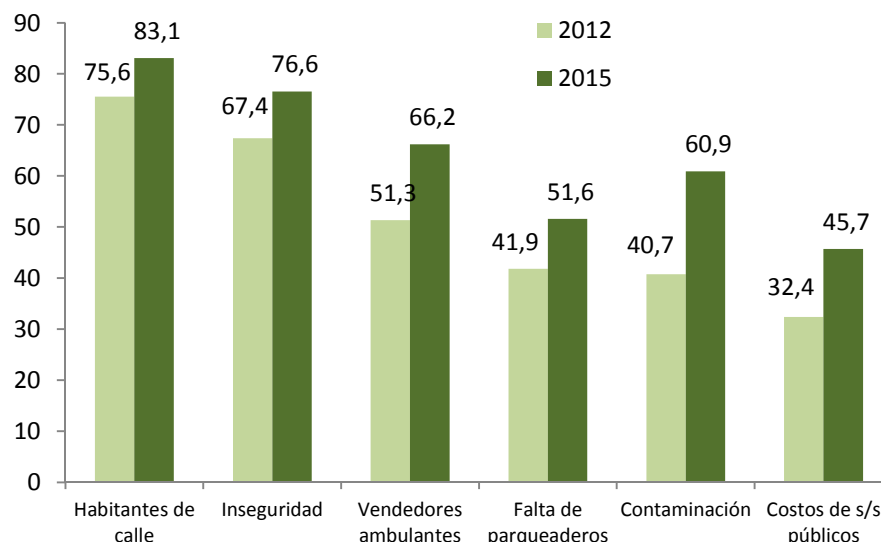
Aspectos negativos y positivos del sector de la carrera séptima

Con la encuesta también se trató de conocer los aspectos relacionados con la ubicación del establecimiento en la zona de influencia. En este sentido, se les preguntó a propietarios y administradores por los aspectos positivos y negativos relacionados con la ubicación del establecimiento en la séptima.

En este orden, los principales aspectos negativos que influyen la localización de los negocios en la carrera séptima son la presencia de habitantes de la calle y la inseguridad en la zona.



Gráfica 4. Aspectos negativos del sector de la carrera séptima para los establecimientos, Bogotá, 2012 y 2015. (%)



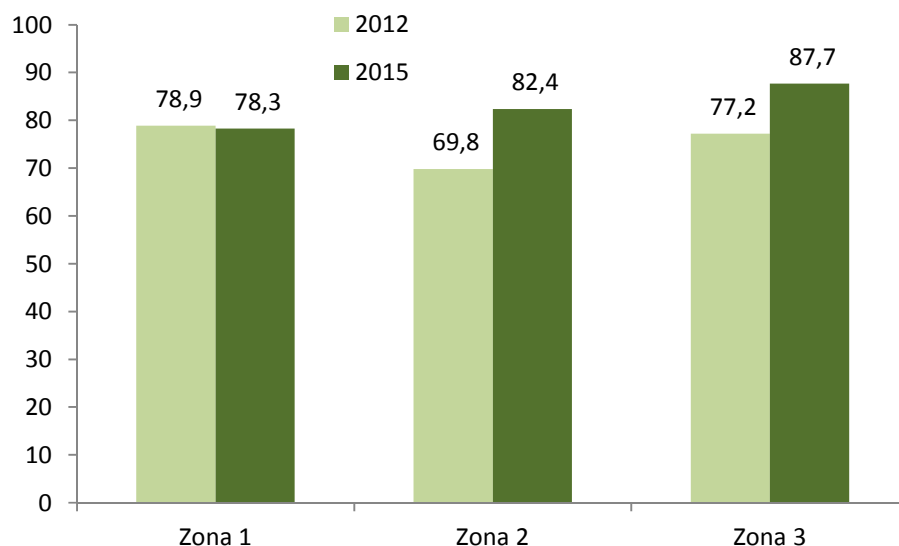
Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Como se observa en la gráfica 4, el 83,1% de los establecimientos considera que el principal aspecto negativo para el negocio en la carrera séptima es la presencia de habitantes de la calle, mismo resultado que también primó en el 2012. No obstante, el mayor incremento en la percepción negativa, en estos últimos tres años fueron en aspectos como la contaminación y la presencia de ventas ambulantes.

Analizando por zonas, la gráfica 5 muestra que la mayor percepción negativa de los comerciantes se concentra en la zona 3 (Carera 7° entre la avenida Jiménez y la calle 6ta). Por otra parte, el mayor incremento de esta percepción en los últimos tres años se percibe en la zona 2 y en la zona 3.



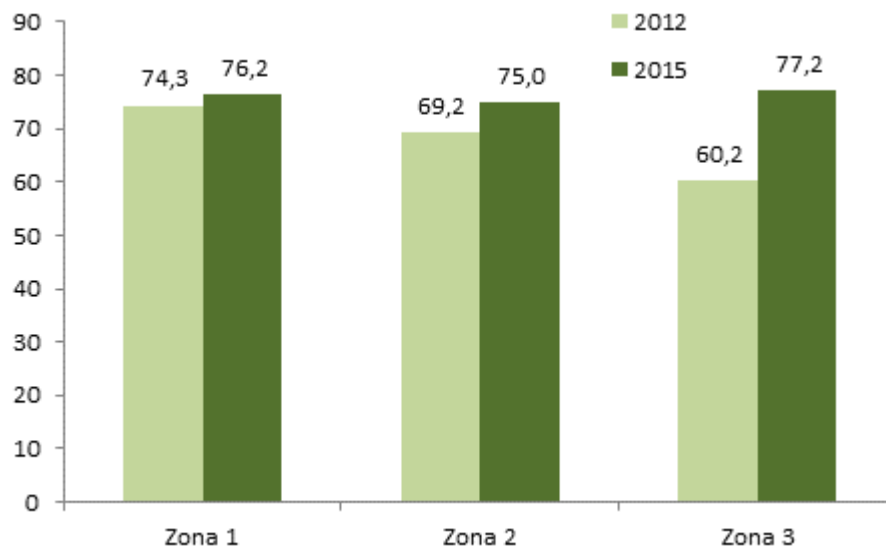
Gráfica 5. Percepción negativa ante la presencia de habitantes de la calle en la carrera séptima, por zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Entre otros aspectos a resaltar, la mayor percepción negativa de los comerciantes ante la inseguridad se muestra de nuevo en la zona 3, al igual que el mayor incremento en los últimos tres años.

Gráfica 6. Percepción negativa ante la inseguridad en la carrera séptima, por zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Resaltando el tema de la contaminación, el cual fue el ítem de mayor incremento en la percepción negativa en los últimos tres años en la carrera séptima, se observa que, al igual que en los aspectos anteriores, la zona 3 muestra los indicadores de mayor inciden-



cia negativa del sector. Es decir, en esta zona el 64,6% de los comerciantes cree que la contaminación afecta la dinámica de su negocio, esta proporción hace dos años fue de solo el 40,3% del total de comerciantes.

Gráfica 7. Percepción negativa ante el incremento de la contaminación en la carrera séptima, por zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

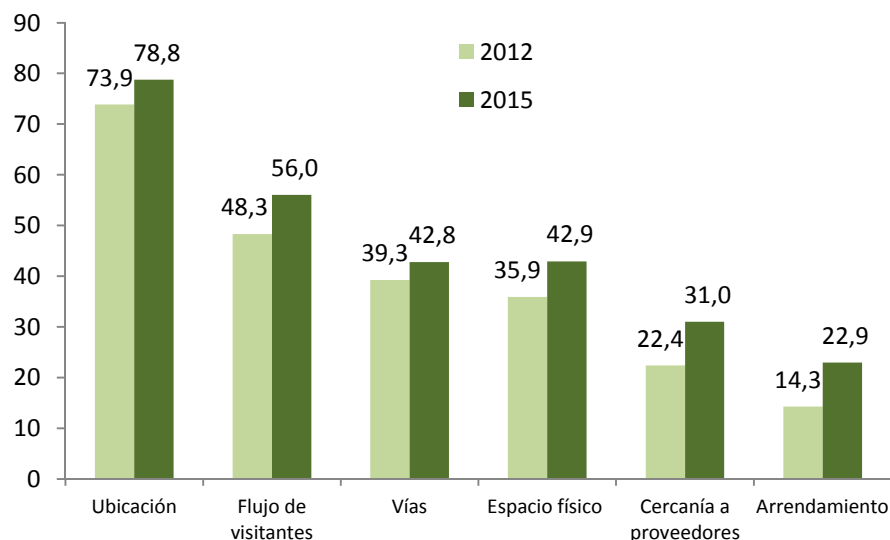
Haciendo una recapitulación de los anteriores aspectos, la localización del establecimiento incide en la percepción negativa que se tiene del sector. De hecho, los comerciantes que hoy en día se ubican en la zona 3 (Carrera 7a entre la avenida Jiménez y la calle 6ta), donde se adelantan las obras de la segunda fase de peatonalización, perciben un deterioro en cuanto al incremento de la inseguridad, presencia de habitantes de la calle y aumento de la contaminación por escombros y basuras.

Pasando a los aspectos positivos, según lo afirmado por los comerciantes, la ubicación en el sector y el alto flujo de visitantes son los principales aspectos positivos que se valoran al momento de observar las externalidades para el desenvolvimiento del negocio en la carrera séptima.

Contrastando los últimos tres años, a pesar de tener bajas valoraciones positivas en cuanto a la percepción, los aspectos del canon de arrendamiento y cercanía de proveedores fueron los de mayor aumento proporcional en este periodo de análisis.



Gráfica 8. Aspectos positivos de la peatonalización en los establecimientos localizados en la carrera séptima, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Haciendo el mismo contraste por zonas, de los aspectos positivos, se tiene que los comerciantes localizados en la zona 3, son los que en mayor medida resaltan la importancia de la ubicación, mientras que en la zona 2 destacan el mayor flujo de visitantes.

Gráfica 9. Percepción positiva por la ubicación en la carrera séptima, por zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



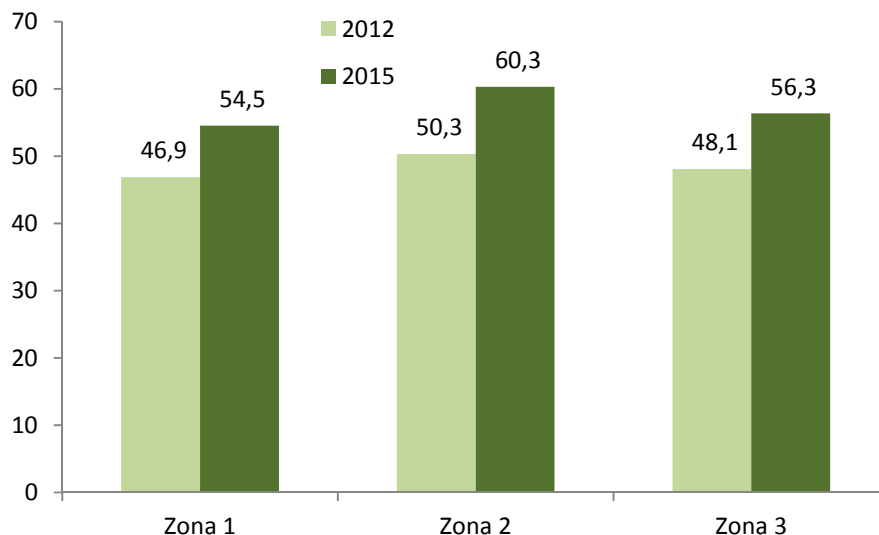
Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Haciendo énfasis en el aspecto de la ubicación, mientras en las zonas 1 y 2 de la carrera séptima las percepciones positivas en los últimos tres años decrecen, en la zona 3 este resultado aumenta. Esto puede obedecer a que mientras los comerciantes allí localizados



consideran la zona como insegura y con alta presencia de habitantes de la calle, valoran la ubicación como una externalidad positiva para sus negocios.

Gráfica 10. Percepción positiva por el flujo de visitantes en la carrera séptima, por zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Como complemento, se les preguntó a los comerciantes si tenían pensado mudarse de la zona. Según la respuesta dada, el 19% indicó que tiene pensado irse del sector, resultado que contrastado con 2012 muestra un mayor optimismo. Hace tres años la proporción de establecimientos con idea de mudarse era 25%.

Gráfica 11. Proporción de establecimientos que ha pensado mudarse de la séptima, según zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos formales de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015



Por zonas, el sector de los comerciantes ubicado en la zona 2, son los que muestran más interés en quedarse en la séptima, mientras que, en los últimos tres años, la idea de permanecer en el sector muestra resultados muy favorables en la zona 1 y 3.

Percepción e impactos socioeconómicos de la peatonalización

Los interrogantes relacionados con la percepción tienen que ver con los aspectos de la inseguridad, las ventas, la dinámica de contratación laboral, el flujo de peatones, el número de visitantes, entre otros aspectos. A continuación se exponen al detalle la percepción que tienen los comerciantes de la zona sobre los principales aspectos que impactan la dinámica económica de los establecimientos en función de la peatonalización de la carrera séptima.

Ventas

En la actualidad el 63,6% de los establecimientos en la carrera séptima indica que respecto al año anterior el volumen de sus ventas cayó, mientras que solo el 7,6% señaló que sus ventas aumentaron, y el 24,8% que permanecieron iguales. Este resultado aunque muestra una primacía en la percepción negativa, contrasta con los resultados en 2012. En ese periodo, el porcentaje de establecimientos que afirmaron caída en sus ventas fue 71,1%, y los que dijeron que aumentaron fue 5,2%; por tanto, existe un margen de establecimientos que proporcionalmente ven menos caídas en sus ventas.

Gráfica 12. Impacto de la peatonalización en la carrera séptima sobre la disminución en ventas, según zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



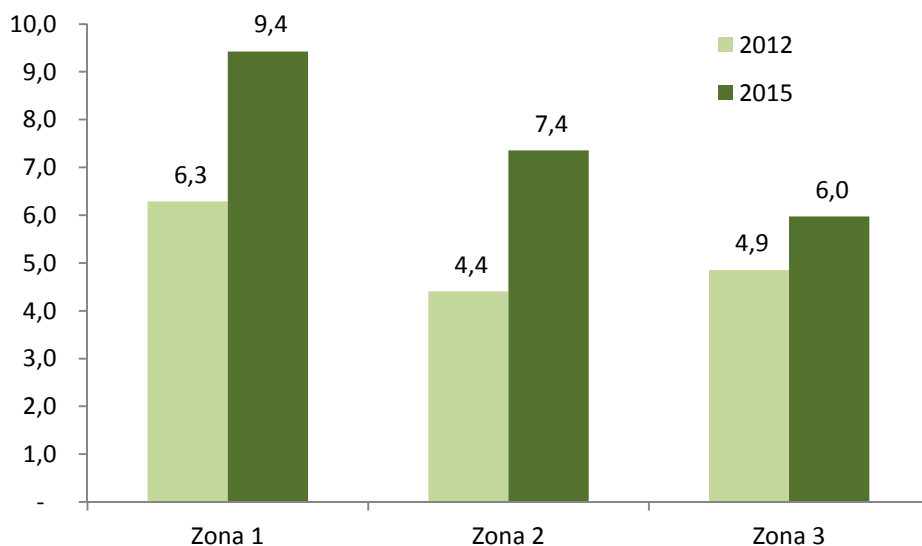
Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Según zonas, en el sector 3 se evidencia una alta percepción sobre la disminución de las ventas mayor, aquí, el 73,5% de los establecimientos indicó que sus ventas cayeron este año respecto a 2014. De igual forma, si se contrastan los resultados con la encuesta en



2012, se observa que mientras en la zona 1 y 2 la percepción negativa sobre caída en las ventas disminuye en estos últimos tres años, en la zona tres esta percepción aumenta.

Gráfica 13. Impacto de la peatonalización en la carrera séptima sobre el aumento en ventas, según zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Aunque son menores los establecimientos que indican que sus ventas aumentaron, la gráfica 13, ilustra un panorama favorable para la zona 1, donde el 9,4% de los locales referenciaron aumento en las ventas anuales. Además, en esta zona se evidencia un mayor aumento proporcional respecto a los resultados de 2012.

Otra proporción de establecimientos muestra un panorama estable en materia en sus ventas anuales. En este año el 32,4% de establecimientos en la zona 1 señaló que sus ventas permanecieron iguales, porcentaje que en 2012 fue de 13,1%. Resultado contrario se mostró en la zona 3, en 2012 la proporción de establecimientos con unas ventas anuales iguales al año anterior fue 18%, este año la proporción disminuyó a 16,8%.

Consumos de agua y energía eléctrica

Ante la percepción negativa en las ventas, se estableció como variable de verificación o contraste los consumos asociados a los servicios de energía eléctrica y agua, pues la evidencia indica que las mejores dinámicas económicas están asociadas a mayores consumos de servicios.

En este sentido, el 46,9% de los establecimientos señaló que su consumo de metros cúbicos de agua permaneció igual de un año a otro. Sin embargo, este porcentaje de establecimientos fue menor a la proporción vista en 2012 (59,4%). Contrario a esto, el 33,8% de los establecimientos indicaron un aumento de consumo de agua, superando en proporción, el 24,4% de 2012.



Gráfica 14. Impacto de la peatonalización en la carrera séptima sobre el aumento en el consumo de m³ de agua, según zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Analizando este aspecto por zonas, se muestra que el sector 2 tiene la mayor proporción de establecimientos que indicaron que su consumo de agua aumentó (48,5%). Esta misma tendencia se observa en la zona 1, donde la proporción de locales comerciales con aumento de consumo de agua en 2015 fue 34,8%, cerca de 12 puntos porcentuales superior a 2012.

Por el lado del consumo de energía eléctrica (kw/h), el 46,9% de los establecimientos señaló que su consumo de energía permaneció igual de un año a otro. Este porcentaje de establecimientos fue menor a la proporción de 2012 (58,1%). Contrario a esto, el 39,1% de los establecimientos indicaron un aumento en el consumo de energía, superando en proporción, el 26,9% de 2012.

Según lo ilustrado en la gráfica 15, la mayor proporción de establecimientos que indicaron un aumento de energía eléctrica se localizaron en la zona 2. De igual modo, aunque todas las zonas evidenciaron un incremento en esta proporción en los últimos tres años, las zonas 2 y 1 muestran los principales incrementos porcentuales.



Gráfica 15. Impacto de la peatonalización en la carrera séptima sobre el aumento en el consumo de energía (kw/h), según zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)

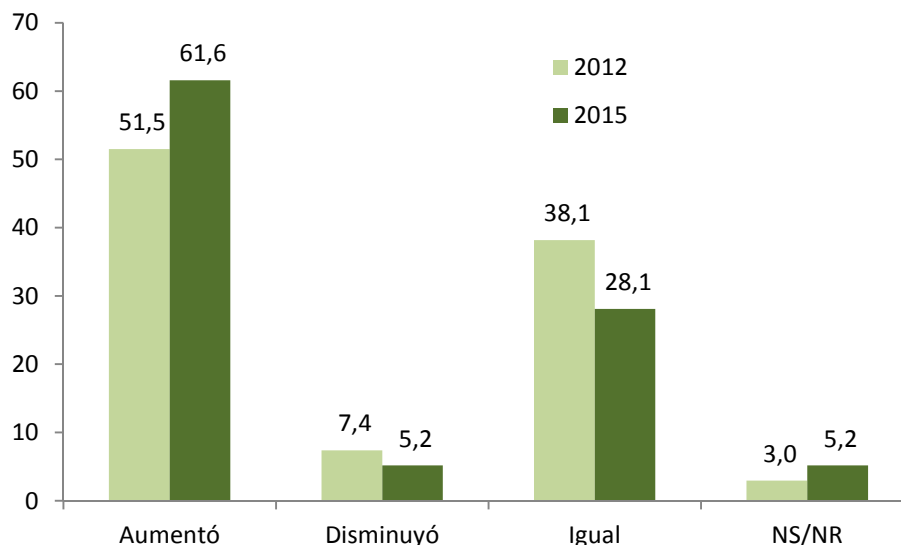


Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Inseguridad

La inseguridad se ha convertido en el principal aspecto que especifican los comerciantes como de mayor aumento ante la medida de peatonalización. Mientras en 2012 el 51,5% de los comerciantes consideraron un aumento en la inseguridad del sector, esta proporción en 2015 se situó en 61,6%.

Gráfica 16. Percepción de la inseguridad en la carrera séptima, Bogotá, 2012 y 2015. (%)

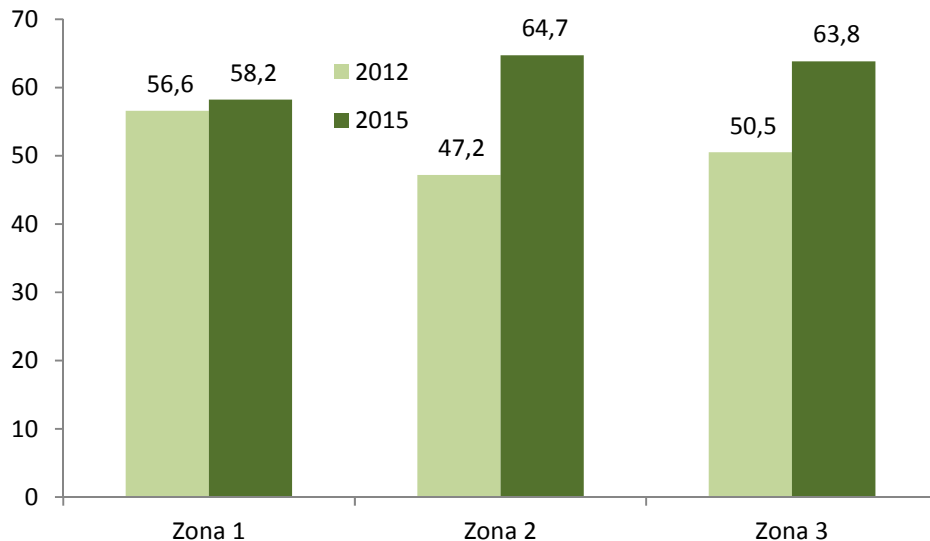


Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015



La mayor percepción de inseguridad se encuentra en la zona 2, donde el 64,7% consideran que la inseguridad aumentó este año a raíz de la medida. Esta proporción fue mucho más alta que en 2012 (47,2%). El segundo incremento de la percepción de inseguridad está en el sector 3, donde el 63,8% de los establecimientos considera un aumento de la inseguridad.

Gráfica 17. Aumento de la percepción de inseguridad en la carrera séptima, según zonas, Bogotá, 2012 y 2015. (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Flujo de peatones

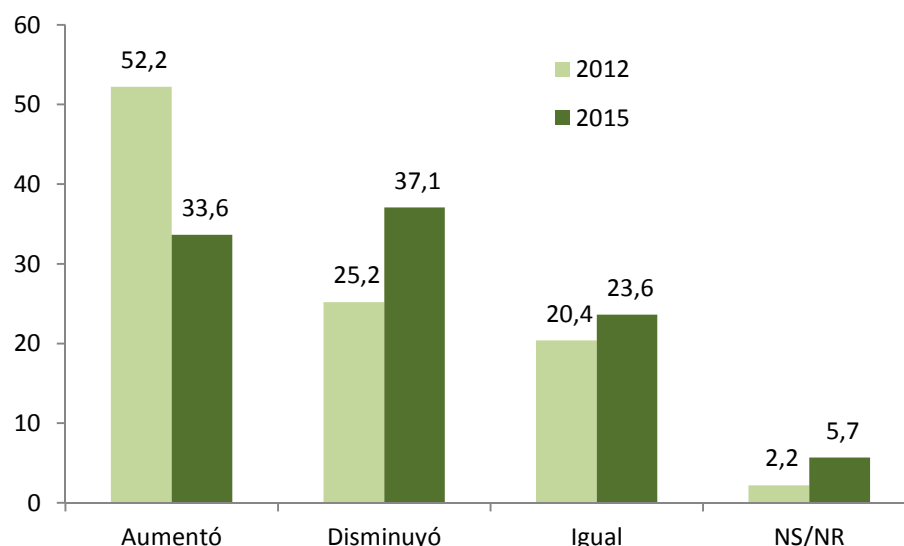
Como se mostró antes en esta nota, el flujo de visitantes en la zona es el segundo aspecto valorado como benéfico para los negocios allí establecidos. De hecho, la zona 2, es la que muestra mayor valoración de este aspecto.

Ahora bien, en 2015 la percepción positiva que se tenía sobre el flujo de peatones disminuyó en los últimos tres años. Mientras hace tres años el 52,2% de los comerciantes percibían un aumento de peatones en el sector, este año, esta proporción cayó a 33,6%, dando paso a una percepción negativa, en la cual, el 37,1% de los comerciantes cree que el flujo peatonal ha disminuido.

Si se tiene en cuenta los resultados por zonas, el sector comercial que comprende la Avenida Jiménez y la calle 6ta (zona 3) es la que presenta la mayor disminución en cuanto a la percepción del aumento de peatones. En esta zona, donde actualmente se construyen las obras de la segunda fase de peatonalización, el 26,9% de los comerciantes cree que el flujo de peatones aumentó, esta proporción fue 58,7% hace tres años.



Gráfica 18. Dinámica del flujo de peatones en la carrera séptima, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

En la zona 1 también se evidencia una percepción negativa en relación a la caída del flujo de peatones, mientras que en la zona 2, es donde se percibe un aumento en la afluencia de peatones.

Gráfica 19. Aumento en el flujo de peatones en la carrera séptima, según zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)

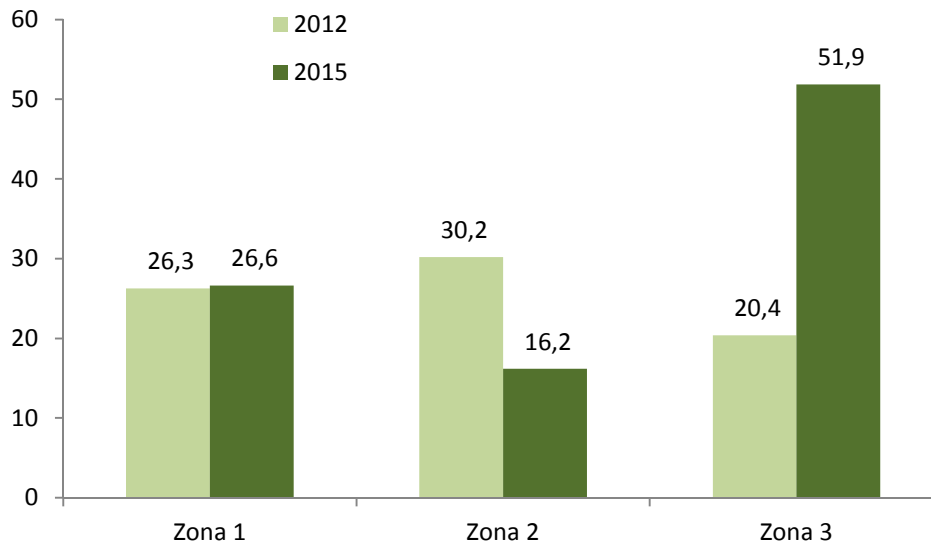


Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Como complemento, la percepción de que el flujo de peatones disminuyó registra el mayor deterioro en la zona 3. En efecto, según el 51,9% de comerciantes de la zona 3, el tránsito peatonal disminuyó en relación a 2014.



Gráfica 20. Disminución en el flujo de peatones en la carrera séptima, según zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

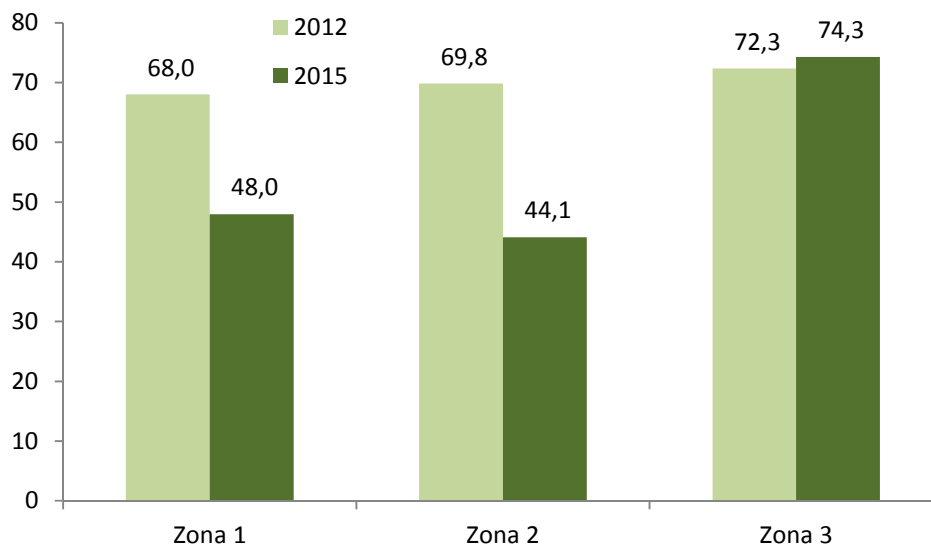
Flujo de visitantes

La baja percepción del flujo de peatones muestra resultados más críticos al momento de indagar sobre el número de visitantes en el local; coincidiendo dentro del sector que la disminución del flujo de peatones y la disminución del número de visitantes en el local son las percepciones que más priman dentro de los comerciantes. No obstante, en el análisis de los dos periodos de tiempo indica que son más los que creen que el número de visitantes aumentó en este mismo periodo de tiempo. En efecto, en 2015 el 15,9% de los comerciantes consideró que el número de visitantes en su local aumentó, proporción que hace tres años fue 10,2%.

Procediendo de igual forma como en todo este texto, la percepción negativa sobre la disminución del número de visitantes es claramente influenciada por la opinión de los comerciantes localizados en la zona 3. Mientras en las otras dos zonas la percepción sobre la disminución en el número de visitantes no es tan negativa en estos últimos tres años, en la zona tres, el 74% de los comerciantes cree que quienes ingresan a su local son menos hoy en día.



Gráfica 21. Disminución en el número de visitantes en la carrera séptima, según zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)

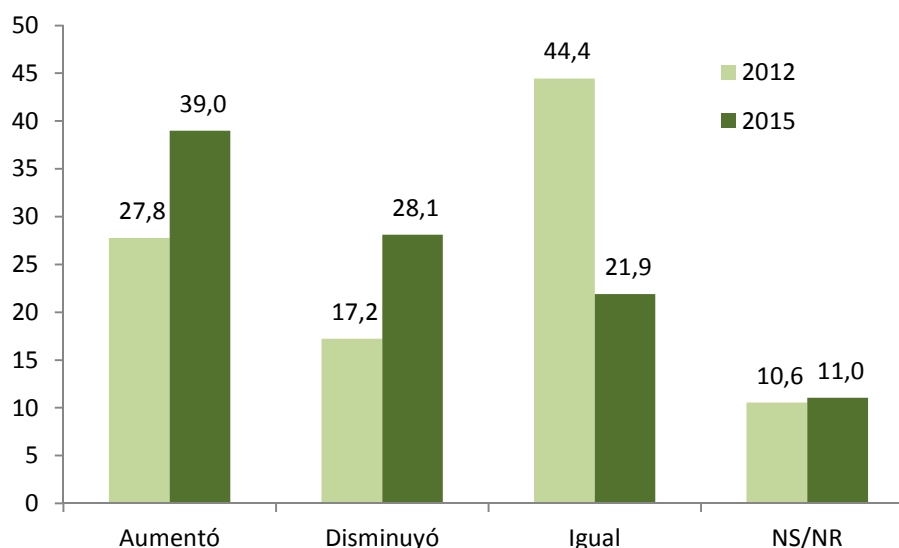


Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Actividades culturales

De los aspectos a resaltar en estos resultados de la investigación en campo fue la percepción sobre las actividades culturales. El 39% de los comerciantes cree que las actividades culturales y de esparcimiento aumentaron en el último año. Constatando con el resultado de hace tres años, la proporción de comerciantes que afirmaban un aumento era 27,8%, lo que evidencia una mejora.

Gráfica 22. Realización de actividades culturales en la carrera séptima, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015



De manera ilustrativa, la gráfica 23 muestra que las zonas con mayor impacto positivo por la realización de actividades culturales son la uno y dos. Mientras tanto, la zona 3 existe un deterioro subjetivo de la percepción en cuanto a la presencia de actividades lúdicas y de esparcimiento, producto de las obras que actualmente se realizan en el sector.

Gráfica 23. Aumento de actividades culturales en la carrera séptima, según zonas, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



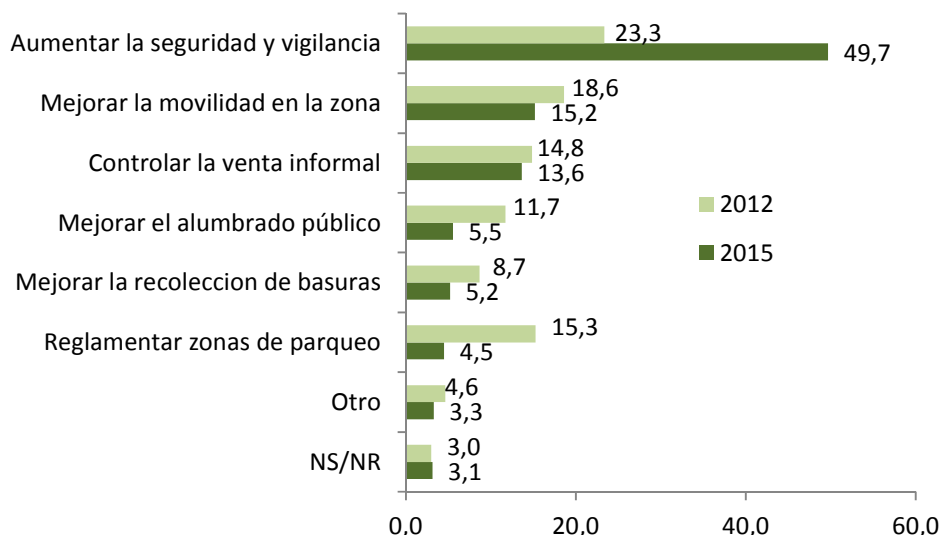
Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Pasando a otro plano de la investigación, dos aspectos trascendentales del estudio son la capacidad de cambio de los comerciantes y las exigencias de los mismos para mejoras futuras. Del primer aspecto, los resultados muestran que el 58,4% de los comerciantes ha implementado alguna estrategia con el fin de aumentar las ventas ante la medida. Este resultado es parecido al mismo de hace tres años (59,3%). De este total, el 64,4% realiza ofertas permanentes, siendo la principal estrategia usada por los comerciantes. Adicionalmente, el 52,3% amplió la gama de productos ofrecidos al público y otro 20,6% aumentó el horario de atención. Estos resultados vistos desde el horizonte temporal, muestran que aumentar la oferta de productos en el local ha sido estrategia constante en los últimos tres años, mientras que son menos los negocios que aumentan las horas de atención al público, crea horarios especiales de atención y de promociones y alianzas con otros locales.

Por el lado de las exigencias, los comerciantes de la carrera séptima solicitan al gobierno distrital una mayor seguridad, de hecho, en los últimos tres años esta solicitud tiene mayor eco en un mayor número de comerciantes. Seguidamente, aunque con niveles menores de exigencia, los comerciantes requieren mejorar la movilidad de la zona y un mayor control de las ventas informales.



Gráfica 24. Aspectos a implementar para aprovechar la peatonalización de la carrera séptima, Bogotá, 2012 y 2015 (%)



Fuente: SDDE- Encuesta a establecimientos de la zona de influencia de la carrera séptima, 2012 y 2015

Contrastando con los resultados de hace tres años, se percibe cada vez menos que los comerciantes requieran mejorar la iluminación, la recolección de basuras y reglamentar las zonas de parqueo. Estos aspectos pueden indicar dos dinámicas: 1) que las medidas tomadas en materia de dotación de luminarias, que la reglamentación de las zonas de cargue y descargue y que la implementación del carril preferencial en la séptima han permitido que estos “problemas” ya no se perciban con tal magnitud, o 2) que la concepción de los comerciantes de que la zona es insegura minimiza otras problemáticas del sector.

Un tema de interés que se indagó fue sobre el nuevo proyecto urbanístico de la segunda fase de peatonalización. Las obras de proyecto que se realizan desde la calle séptima hasta la calle décima.

Según los resultados de la investigación en campo, el 71% de los comerciantes no conoce los alcances de este proyecto. Este porcentaje se comporta de forma parecida en cada una de las zonas delimitadas. Por ejemplo, en la zona 1 el porcentaje de comerciantes que desconocen este proyecto es 74%, mientras en la zona 3, zona donde se adelantan las obras, el porcentaje es 70%.

Un aspecto a destacar es que el grado de optimismo respecto a las ventas y el nuevo proyecto urbanístico incrementan. Dicho esto, el 41% de comerciantes que conoce el proyecto de la segunda fase cree que sus ventas aumentarán luego de culminada las obras. Un 38% cree que sus ventas disminuirán. Incluso este optimismo se incrementa según las zonas. En la zona 3 por ejemplo el optimismo entre comerciantes alcanza el 53%, mientras en otras zonas 1 y 2, la cuestión es distinta. En la zona 1 el 57% cree que sus ventas disminuirán, y en la zona 2 este porcentaje es 46%. Esto indica que quienes conocen el proyecto y sus bondades ven en él un foco propicio para expandir sus negocios y acrecentar sus ventas.



Análisis de los resultados del Impuesto de Industria y Comercio (ICA) en la zona de influencia de la carrera séptima

Según los análisis realizados por la Dirección de Estudios Fiscales de la Secretaría Distrital de Hacienda, a partir de los ingresos netos declarados en el impuesto de industria y comercio, avisos y tableros de los contribuyentes con presencia en el sector, durante el periodo 2013- 2014, el ingreso neto declarado de los establecimientos analizados registró un crecimiento de 23,7% entre un año y otro. Además, el número de establecimientos (registros) aumentó 16,2%.

El resultado de la variación neta de los ingresos declarados, es decir, la diferencia entre los ingresos netos totales y el número de establecimientos, presentó un incremento de 7,5% en el mismo periodo, lo que evidencia que a pesar del pesimismo, es muy rentable ubicarse en el sector de la séptima.

En los resultados de 2012 se mostró que entre mayo y noviembre de 2012, los contribuyentes ubicados en la zona objeto de estudio, obtuvieron ingresos (netos gravables) por \$5,1 billones, registrando un crecimiento del 7,67% respecto a igual período del año 2011. Lo anterior muestra que en estos últimos cuatro años la dinámica de los ingresos netos de los comerciantes de la séptima ha sido positiva y se ha mantenido por encima del 7%.

Gráfica 25. Ingresos netos, total pagado y registros, según la naturaleza del negocio, carrera séptima entre calle 26 y sexta, Bogotá, años 2013-2014 (%)

Naturaleza establecimiento	Variación de los ingresos netos (14/13')	Variación del número de registros (14/13')
Comercial	27,80%	18%
Financieros	252,30%	25%
Industrial	29,90%	21%
Servicios	5,10%	19%

Cálculos: SHD-Dirección de Estudios Fiscales (2015)

Por otra parte, el detalle de crecimiento en el ingreso reportado por actividad económica presenta resultados positivos. Las mayores variaciones se presentaron en los establecimientos financieros, seguido por las actividades industriales y los del sector comercio. Una parte importante del aumento de los ingresos netos declarados en actividades de naturaleza financiera estuvo determinado por el crecimiento de número de establecimientos (25%). Resalta también, la importante dinámica en el sector comercial que creció 27,8% con un aumento de 18% en el número de registros.



Conclusiones

- En la geografía económica de los establecimientos en la carrera séptima tiene un alto predominio la actividad comercial y de servicios. Son negocios donde predomina en un 89% el arriendo o subarriendo, con poca asociatividad, y donde el 82% tiene menos de 5 trabajadores. Sobre esto último, Fenalco no alcanza a representar ni el 1% de los locales comerciales en el sector.
- Respecto a las condiciones de localización del negocio y la carrera séptima, la presencia de habitantes de la calle, la inseguridad y las ventas ambulantes son consideradas las más negativas del sector. Por su parte, la ubicación y el alto flujo peatonal son las más positivas de la zona a juicio de los comerciantes.
- Existe una percepción negativa de los comerciantes acerca de la peatonalización de la carrera séptima. El 63,6% de los establecimientos indicó que sus ventas respecto al año pasado cayeron. Este resultado es contrario a lo encontrado con los ingresos declarados en el pago del impuesto de Industria y Comercio (ICA), donde se encontró que los ingresos netos de los negocios en el sector en el último año (2014) aumentan 7,5%.
- La percepción negativa sobre la inseguridad, caída en ventas y disminución del flujo de peatones se acentúan en la zona 3 (Carrera séptima entre la Avenida Jiménez y Calle sexta). Esto se debe a que en la actualidad se adelantan las obras de la segunda fase de la peatonalización en esa zona.
- El 61,6% de los establecimientos indicó que la inseguridad en el sector aumentó de un año a otro a raíz de la medida de peatonalización. Este mismo nivel de percepción en 2012 fue de 51,5%, lo que evidencia un detrimento en este indicador.
- Mientras 33,6% de los entrevistados señaló que el flujo de peatones aumentó con relación a 2014, esta proporción bajó respecto a los últimos tres años.
- Según los comerciantes que ven positiva la medida, los aspectos a resaltar de la peatonalización son, el aumento de flujo de personas y el mejor ambiente para la llegada de turistas. Por otra parte, los aspectos negativos son la inseguridad y la caída de las ventas.
- Solo el 28% de los comerciantes en la carrera séptima conoce el fin de las nuevas obras de la segunda fase de peatonalización. De ellos, el 41% cree que sus ventas aumentarán, 12% que permanecerán iguales, y 38% que disminuirán.

Gustavo Petro

Alcalde Mayor de Bogotá

Carlos Simancas

Secretario de Desarrollo Económico

Manuel Riaño

Director de Estudios Socioeconómicos y Regulatorios

Juan Sebastián Martínez

Subdirector de Evaluación y Seguimiento

Henry Rincón

Subdirector de Estudios Estratégicos

Elaboró: Deison Luis Dimas Hoyos

Analista de la Subdirección de Estudios Estratégicos

Visítenos en la web:

www.desarrolloeconomico.gov.co