

Nota editorial

Análisis de resultados de Bogotá 24 horas

OCTUBRE
DE 2022Por: Maykol Rodríguez Prieto
Daniel Cárdenas Sánchez
Ányela María Guerrero Albarracín

Este documento evalúa los resultados de la Estrategia Bogotá Productiva 24 horas realizada entre octubre y diciembre de 2021 por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Esta estrategia buscaba reactivar la economía después de la ralentización a causa de la pandemia por covid-19, así como fomentar la actividad productiva, comercial, cultural, cívica, turística y de prestación de servicios distritales y sociales, en la jornada nocturna en la ciudad. El documento evalúa el éxito de la estrategia para: atraer personas a los polígonos intervenidos y en las horas del programa, incrementar las horas de apertura de las unidades productivas y, en consecuencia, aumentar las ventas y horarios de atención. Sin embargo, no se encuentra evidencia de que haya habido aumentos en estos tres ítems.

El documento se divide en seis capítulos. El capítulo uno introduce la estrategia 24 horas, en el capítulo dos se analizan los incrementos en visitantes a los polígonos y en el capítulo tres se evalúan los resultados sobre las unidades productivas, en particular, cambios en las horas de apertura de los negocios durante el periodo de intervención, y percepción de variaciones de las ventas. Por su parte, en el capítulo cuatro se presentan las conclusiones sobre los resultados del programa, y en el quinto se dan recomendaciones sobre posibles mejoras en la recolección de datos para hacer un mejor seguimiento a los resultados del programa. Finalmente, el capítulo sexto muestra las modificaciones que se hicieron al programa con base en los resultados del estudio.

1. Estrategia Bogotá 24 horas

La estrategia Bogotá productiva 24 horas busca promover el desarrollo económico desde un enfoque de una ciudad segura, incluyente y cuidadora, que activa los corazones productivos locales y fomenta la actividad comercial, cultural y cívica en horarios no convencionales, como parte de las acciones tendientes a reactivar la economía de Bogotá y el posicionamiento internacional de la ciudad (SDDE - Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, 2022).

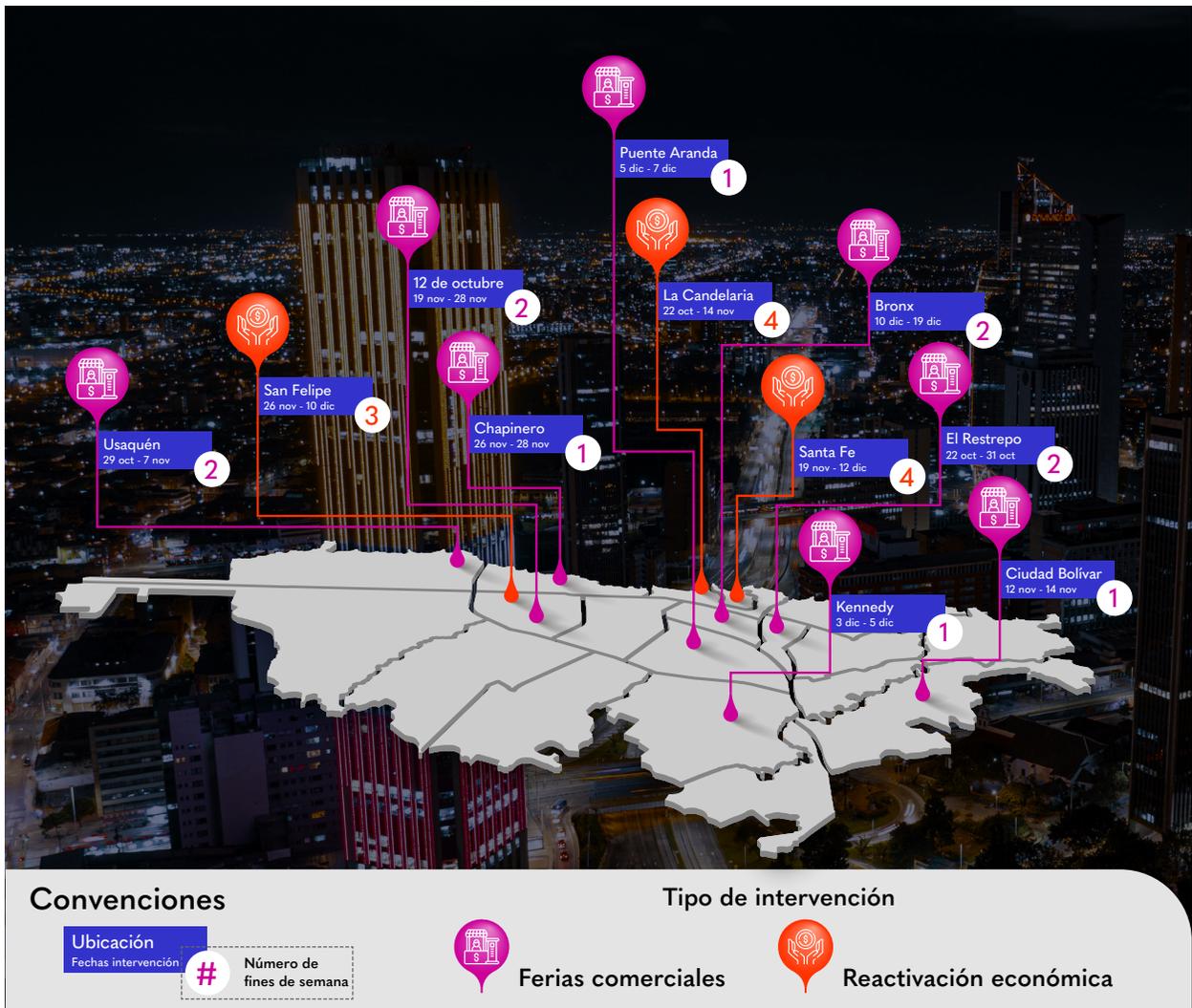
Esta iniciativa inició en 2012 y desde ese momento fue promovida por diferentes actores privados en el Concejo de Bogotá, sin embargo, solo hasta 2018 fue materializada con el acuerdo 706 de este mismo año, evidenciando la importancia de diseñar e implementar una estrategia de “Bogotá productiva 24 horas”. En noviembre de 2019, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), publicó un estudio diagnóstico que sirvió de línea base para que la actual Administración la incluyera en el Plan Distrital de Desarrollo (PDD) 2020 – 2024. Esta inclusión se realizó específicamente en el artículo 46. Proyectos estratégicos, donde establece que esta estrategia hará parte de las políticas de productividad y competitividad urbana, incentivando sectores de la economía con potencial productivo nocturno y el uso eficiente de la infraestructura pública; reseñando la estrategia Bogotá 24 Horas en el propósito 1 de este artículo (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2020).

En octubre de 2021, la ciudad, a través de la SDDE, retomó la estrategia Bogotá productiva 24 horas para fomentar la actividad productiva, comercial, cultural, cívica, turística y de prestación de servicios distritales y sociales en la jornada nocturna en la ciudad, como parte de las acciones tendientes a reactivar la economía. Esto, en el contexto de dos años atípicos donde el desarrollo regular de las actividades de comercio, servicios e industria, se vieron afectados en la ciudad y el mundo entero

producto de la pandemia de covid-19. En 2020, la pandemia causó caídas en el valor agregado, así como destrucción del empleo y del tejido empresarial. En 2021, se comenzó a evidenciar un proceso de recuperación y reactivación paulatino, gracias a las medidas para contener y controlar el virus a través de esquemas de vacunación masivos implementados por los gobiernos a nivel mundial.

En 2021, el programa 24 horas, se desarrolló en 11 polígonos de la ciudad, donde se llevaron a cabo intervenciones de uno, dos, tres o cuatro fines de semana. Las intervenciones consistían en promover la apertura de negocios en horario extendido e intervenir el espacio con ferias y actividades culturales. En cada una de las zonas, se buscó reactivar una actividad económica específica y para ello se emplearon las ferias comerciales, la demarcación del espacio y los eventos. Las intervenciones y las fechas de implementación variaron según el polígono como se muestra en el Mapa 1. En específico, en La Candelaria, San Felipe y Santa Fe, se realizaron intervenciones integrales al espacio, es decir, demarcaciones, promociones, ferias y eventos (como la noche de los museos en La Candelaria), buscando que el atractivo turístico de estas zonas se potenciara y más personas acudieran a ellas en horas de la noche. Por otro lado, en el resto de las zonas, se realizaron ferias comerciales con 480 emprendedores.

Mapa 1. Polígonos y zonas intervenidas - Bogotá 24 horas, 2021

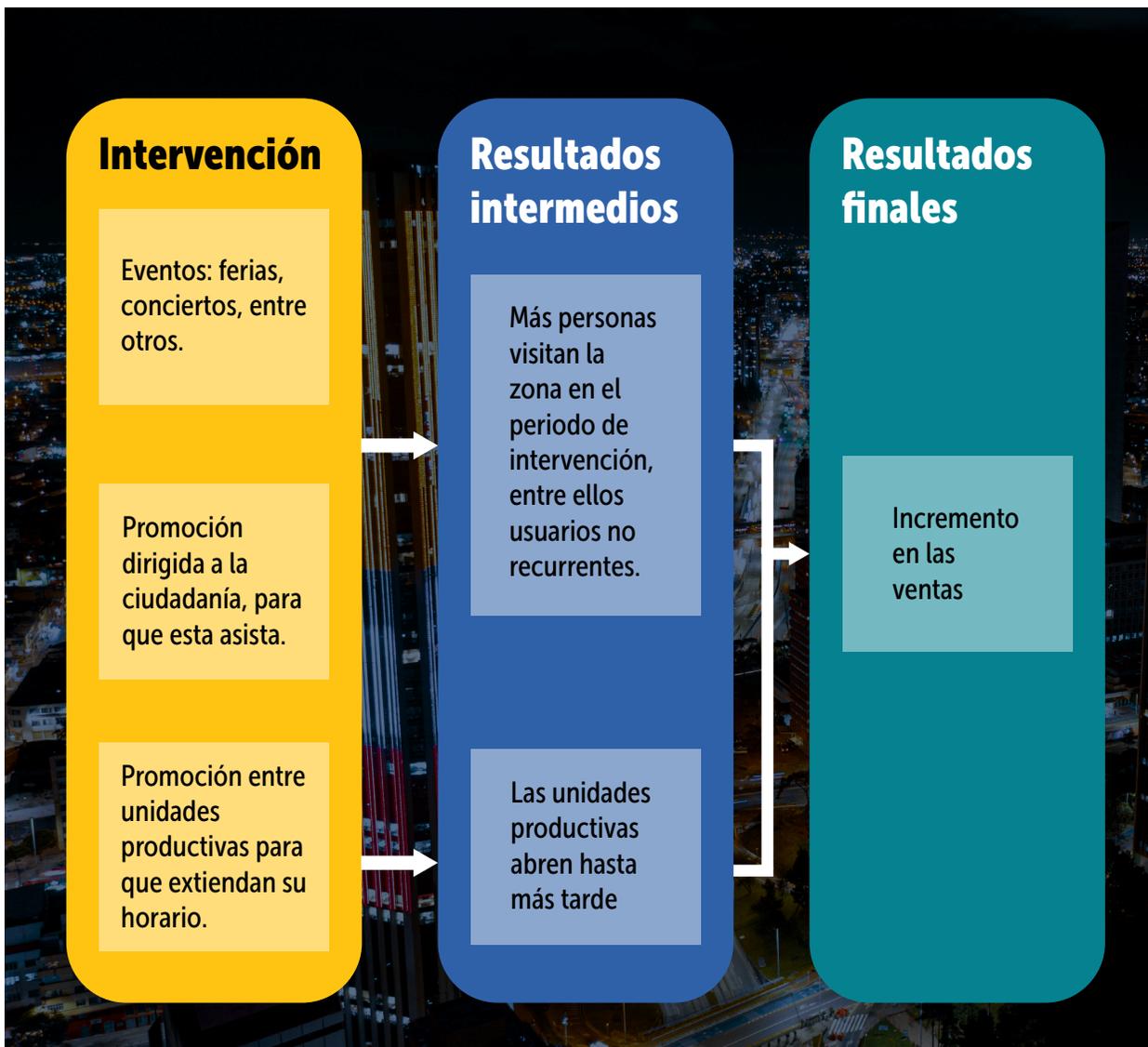


Fuente: Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, Bogotá 24 horas.

El objetivo principal de la estrategia, es potenciar la reactivación económica en esas zonas que aún estaban golpeadas por la pandemia, en conjunto con crear una cultura de consumo en horarios no convencionales por parte de la ciudadanía. Esto haría que los negocios aumentaran sus ventas y posiblemente el número de trabajadores para atender la demanda que se crearía en los horarios nocturnos. Por esta razón, la estrategia

promovió eventos como conciertos y otras ofertas culturales en las zonas y llevó nueva oferta de productos con las ferias comerciales. Estas dos acciones estaban enfocadas en atraer a más personas en horas de la noche, haciendo más común que consumieran bienes y servicios a esas horas, al mismo tiempo que aumentaban las ventas de los establecimientos (ver Ilustración 1).

Ilustración 1. Teoría de cambio.



Fuente: Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, Bogotá 24 horas.

Esta investigación busca explicar el éxito de la estrategia Bogotá 24 horas. Para ello, se analiza el principal supuesto del programa: el hecho de que la realización de eventos en una zona determinada, hace que más personas lleguen allí. De acuerdo con el programa, los negocios, al conocer acerca del evento, aumentan sus horas de apertura con el fin de aprovechar la oportunidad de

tener más clientes. Por su parte, las personas atraídas a las zonas, consumen los productos y servicios ofrecidos por los establecimientos circundantes al evento. De esta forma, se cumplirían los objetivos de la estrategia, porque se reactivan los negocios de la zona al incrementar sus ventas y además, las personas tienen la experiencia de consumir bienes y servicios en horarios no convencionales.



Sin embargo, para que la estrategia funcionara se necesitaba que, efectivamente, los negocios extendieran su hora de cierre y, como se mostró anteriormente, los eventos atraerán clientes en horarios no habituales (ver Ilustración 1). Por esto, en este documento, primero, se analiza si se cumplen estos objetivos intermedios:

1. Atracción de clientes: evaluar si los eventos atraen más personas a estas zonas que otros fines de semana y si las personas que van, además, provienen de zonas más apartadas de la ciudad que en un fin de semana normal.
2. Extensión de horarios en los negocios: evaluar si los negocios aumentan las horas en las que están operando y si el aumento de horas, se refleja en horarios de cierre más cercanos a medianoche.

Luego, se analizan los cambios en las ventas de los negocios de las áreas intervenidas.

Para el análisis, se utilizaron los datos generados por parte de un Data Lake provenientes de UNACAST -al cual se tuvo acceso gracias a un convenio entre Servinformación y la SDDE-, los cuales proporcionan la información geográfica de los dispositivos móviles en tiempo real al

interactuar con distintas aplicaciones móviles. De esta forma, cuando una persona interactúa con alguna aplicación móvil o alguna publicidad, la información geográfica del dispositivo es llevada a una central de publicidad a la cual se tiene acceso. Los datos son actualizados semanalmente, por lo que se tiene un estimado de personas que estuvieron en los polígonos de 24 horas, en un día determinado. Se asume que cada registro de los dispositivos móviles reportados corresponde a una persona.

La segunda fuente consistió en el levantamiento de información primaria realizado por el equipo de encuestadores de la Dirección de Estudios de Desarrollo Económico (DEDE). Estas encuestas se realizaron alrededor de las zonas intervenidas y tenían como objetivo evidenciar los cambios que sufrieron los negocios circundantes en sus horas de apertura, clientes atendidos y ventas. La recolección de estos datos, tuvo dos etapas, una antes de la intervención y la segunda después. Tener ambas mediciones, era la forma de estimar los cambios en las unidades productivas e, idealmente, analizar si existieron cambios en las fechas de la estrategia e incluso, si esos cambios se hacen más fuertes si los negocios están más cerca de la zona intervenida.

2. ¿Qué tan efectiva fue la estrategia atrayendo a las personas?

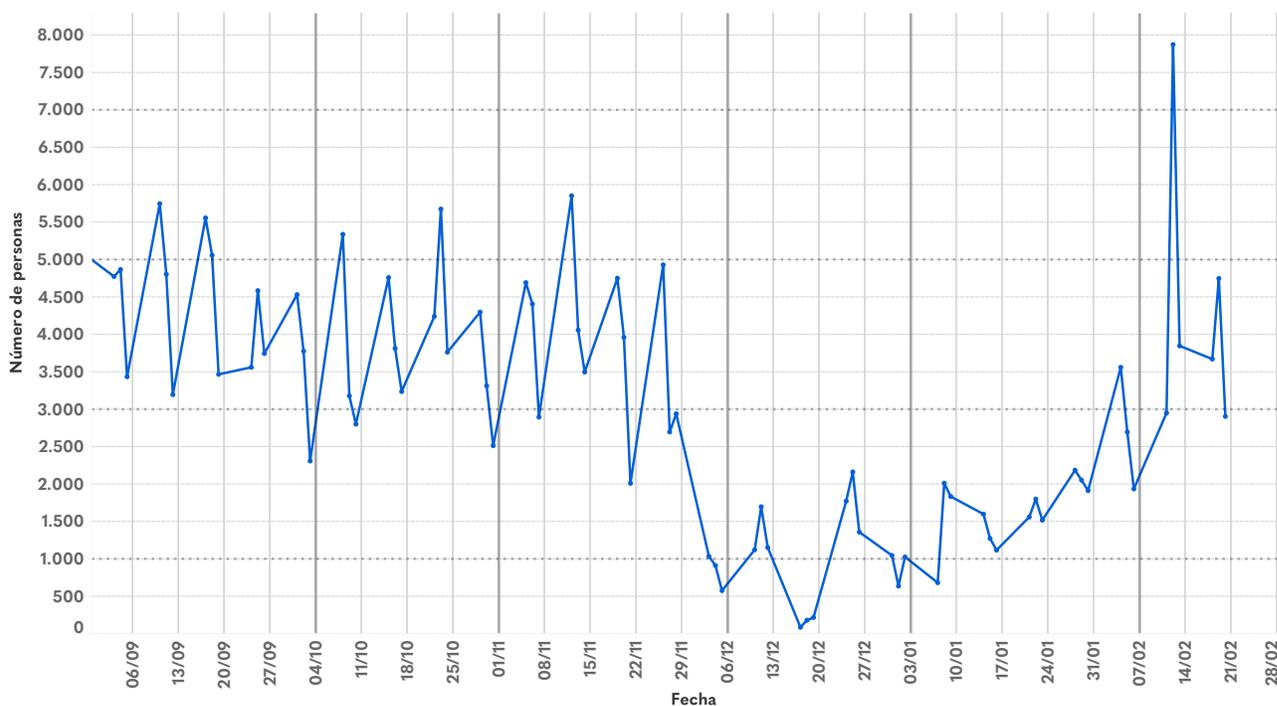
La estrategia no cumplió con el objetivo de atraer más personas a las zonas intervenidas.

Una vez analizada la información, se puede determinar que la atracción de personas a las zonas priorizadas en los polígonos donde se implementó la estrategia, no fue la esperada, asimismo, tampoco se logró atraer más personas de las zonas más apartadas de la ciudad. A continuación, se detallan los resultados para cada una de estas dos hipótesis.

2.1 ¿Hubo un incremento en el número de personas que visitaron los polígonos durante la implementación del programa?

Para comprender si más personas habían entrado a la zona de influencia de la estrategia 24 horas, al cual se hará referencia como zona de ahora en adelante, se analizó cuántas personas entraron a las zonas en distintos fines de semana. La Gráfica 1 muestra estas tendencias, en ella cada punto hace referencia a un día de un fin de semana (viernes, sábado y domingo) y las franjas del fondo, señalan los distintos meses.

Gráfica 1. Cantidad de personas que entraron a las zonas intervenidas en diferentes periodos



Nota: las líneas verticales muestran los lunes de cada semana. Los puntos de datos muestran datos de los fines de semana (viernes, sábado y domingo). Las líneas verticales más marcadas señalan los cambios de mes.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

Lo más relevante de estas tendencias ocurre en el mes de diciembre, donde, como se evidencia en la Gráfica 1, muestra que en todas las zonas disminuye la cantidad de gente que entró. A mediados de noviembre entraban a las zonas en promedio 5.000 personas, ingreso que bajó drásticamente a principios de diciembre de 2021, cuando se acercaron en promedio 581 personas, efecto que no mejoró, arrojando un promedio total para este mes de 3.000 personas. Solamente hasta finales de febrero de 2022, se registra de nuevo una afluencia de personas mayor al promedio del último mes del año.

Ahora, para entender si hubo una variación en la afluencia de gente que entra en estas zonas, se compara la cantidad de personas que ingresaron a estas en los fines de semana con intervención (es decir, cuando hubo una feria o evento) y los que no. Si la estrategia fue efectiva en movilizar más personas, se esperaría que cuando se desarrolló un evento en la zona, la afluencia de estas aumentara y lo opuesto cuando no existiera alguna intervención. Sin embargo, dado que las intervenciones ocurrieron en distintos fines de

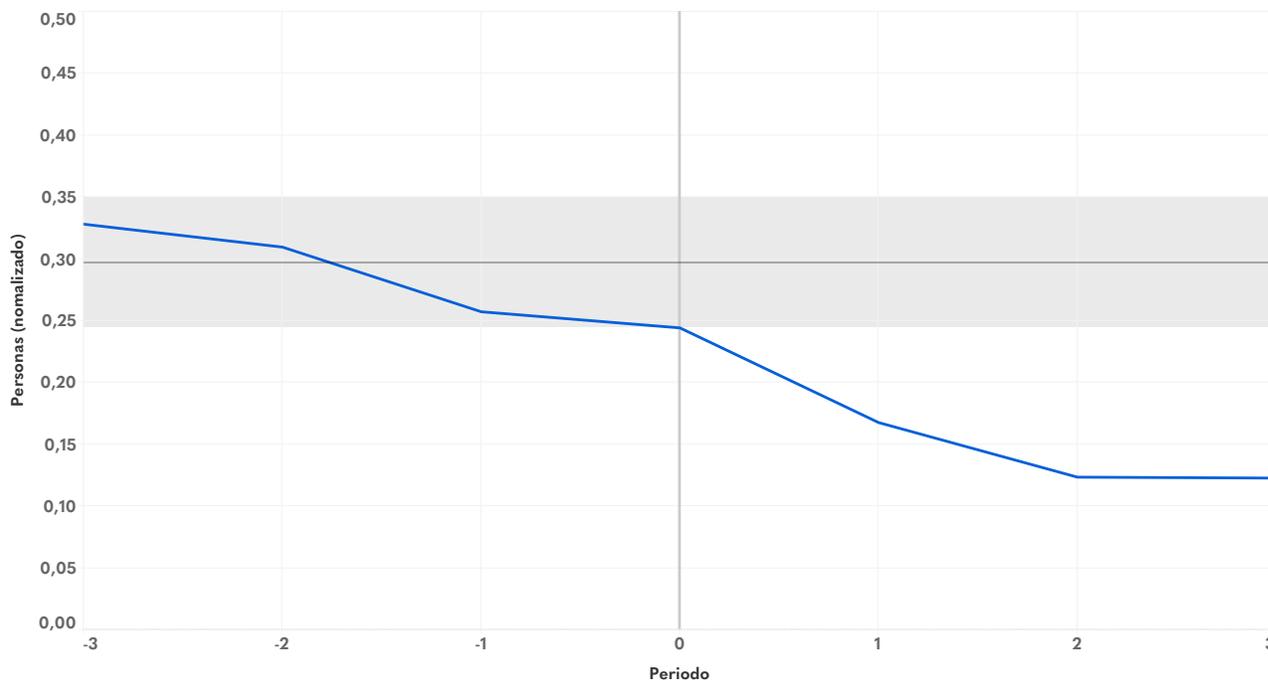
semana y además sus duraciones no fueron iguales, (algunos eventos duraron hasta 4 fines de semana consecutivos), se estandarizó la comparación usando las siguientes reglas: 1) para cada intervención un periodo (cada unidad de medida) consistió en el tiempo de duración, es decir, una unidad equivale a dos fines de semana si el tipo de intervención era de dos fines de semana o uno si el tipo era uno y así sucesivamente. 2) el periodo de intervención siempre fue tomado como el 0.

En la Gráfica 2, se muestran los resultados agregados de todas las intervenciones, donde el 0 se refiere a los fines de semana de intervención, los negativos a los anteriores y los positivos a los posteriores. Se esperaría, entonces, que en el punto 0, la cantidad de personas fuera mayor al promedio de los fines de semana anteriores y posteriores a la intervención. Por otro lado, dado que las magnitudes en la cantidad de personas que visitaron cada zona varían, se normalizaron estos valores para cada zona, denominando 1 la mayor cantidad de personas que cada zona recibió y 0 la menor¹.

1. Esto quiere decir que para todos los periodos de los que se tenían datos se buscó el mínimo y el máximo. El valor del día en el que más personas visitaron la zona fue tomado como 1 y, de la misma forma, el día en el que menos personas fueron se tomó como 0. Entonces, la normalización se hizo de la siguiente manera: $valor\ normalizado = (valor - mínimo) / (máximo - mínimo)$



Gráfica 2. Promedio del número de personas normalizado entre 0 y 1 por periodo



Nota: Los periodos que se muestran en el eje-x corresponden a la divisiones de los fines de semana según la duración de la intervención y su distancia del periodo de intervención. Por ejemplo, si la feria duró dos fines de semana, cada periodo dura este tiempo, el 0 corresponde al periodo en el que se llevó a cabo la feria, -1 corresponde a los dos fines de semana anteriores a los de la intervención, y 1 a los dos posteriores. La línea horizontal gris denota el promedio de las personas que ingresaron a las zonas (está normalizado porque para cada zona se tomó el día de menor afluencia de personas como el 0 y el de más como 1 y lo demás datos se ajustaron de forma correspondiente). El ancho de la franja es el intervalo de confianza al 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

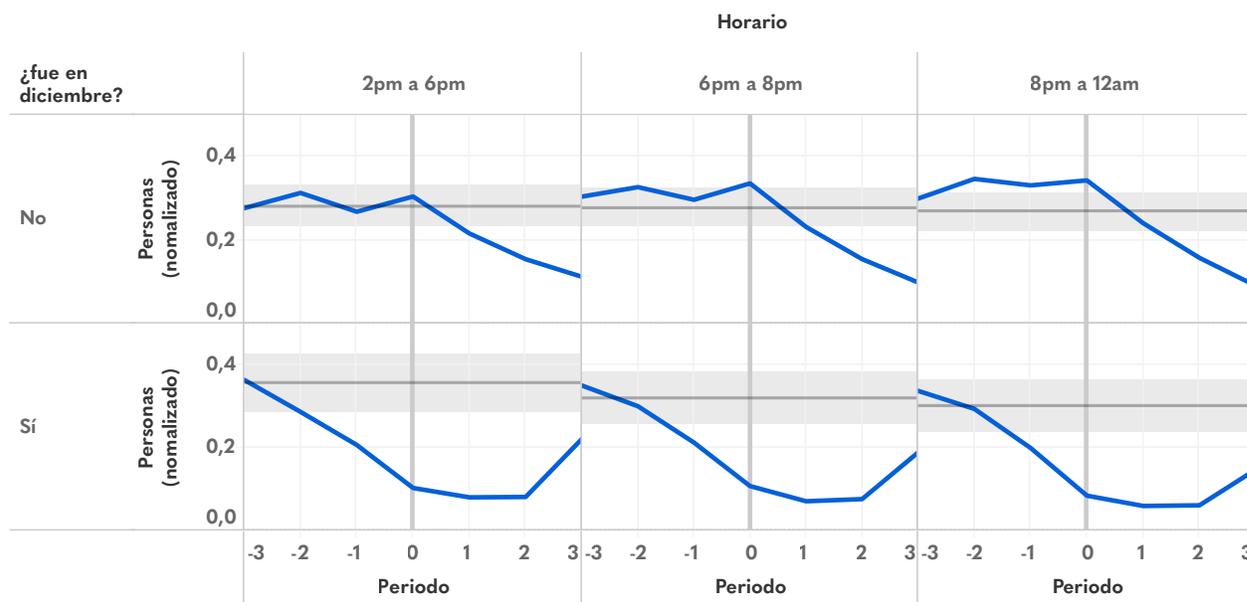
Sin embargo, y como se mencionó al principio, **no hay evidencia de que el programa 24h atrajera mayor afluencia de personas a las zonas de intervención.** Como se observa en la Gráfica 2, desde el periodo -3 (3 periodos antes de la intervención), cae la cantidad de personas que asisten a la zona, y el periodo 0, está dentro del intervalo de confianza del promedio de todos los fines de semana. Esto último quiere decir que se hizo un análisis de la variación de las medias de todas las zonas y, asumiendo que éstas tienen un comportamiento normal, se encontró con el 95 % de confianza que el resultado del periodo 0 no es distinto a la media. En otras palabras,

que se puede afirmar que las intervenciones no convocaron a una mayor cantidad de personas en comparación con otros periodos analizados.

No obstante, cabe mencionar que existe un sesgo hacia abajo de los datos en diciembre. En este mes, la cantidad de personas que iba a las zonas disminuyó y este comportamiento puede estar afectando el análisis, especialmente al hacer promedios con las intervenciones que ocurrieron en meses anteriores. Por esta razón, y usando la misma metodología, se partieron las intervenciones en dos grupos según el mes en el que fueron implementadas.

De otro lado, dado que el objetivo de la estrategia era lograr que los establecimientos abrieran en horarios no convencionales y esto no siempre sucede en la noche, se partió el análisis para ver la cantidad de personas que ingresa a la zona a distintas horas del día. En este caso, sí se observó un aumento en los asistentes a las zonas entre las 6 p.m. y las 12 a.m. en las intervenciones que ocurrieron antes de diciembre (ver Gráfica 3).

Gráfica 3. Promedio del número de personas normalizado entre 0 y 1 por periodo según mes y horario de intervención



Nota: Los periodos que se muestran en el eje-x corresponden a la divisiones de los fines de semana según la duración de la intervención y su distancia del periodo de intervención. Por ejemplo, si la feria duró dos fines de semana, cada periodo dura este tiempo, el 0 corresponde al periodo en el que se llevó a cabo la feria, -1 corresponde a los dos fines de semana anteriores a los de la intervención, y 1 a los dos posteriores. La línea horizontal gris denota el promedio de las personas que ingresaron a las zonas (está normalizado porque para cada zona se tomó el día de menor afluencia de personas como el 0 y el de más como 1 y lo demás datos se ajustaron de forma correspondiente). El ancho de la franja es el intervalo de confianza al 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

Las intervenciones que ocurrieron antes de diciembre sí cumplieron el objetivo: lograron atraer a más personas que el promedio de los demás fines de semana. Sin embargo, ese aumento fue marginal, es decir, es significativo porque está por encima del intervalo de confianza (se puede afirmar con 95 % de certeza que es superior) pero la magnitud del aumento es pequeña. Como se observa en la Gráfica 3, para diciembre en todos los horarios, en el período de

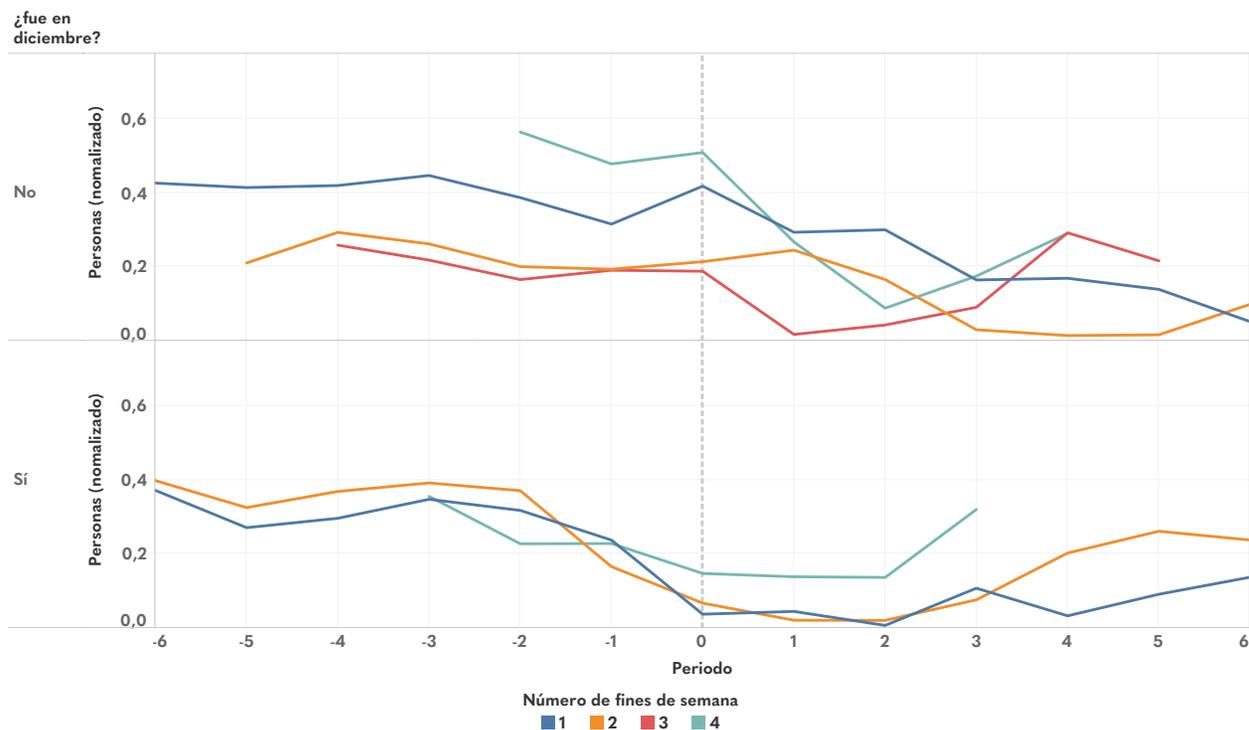
intervención, se redujo el flujo de personas: hubo una reducción de 47,9 % entre el horario 2 p.m. a 6 p.m. y el periodo (el fin de semana) inmediatamente anterior; similarmente la afluencia se redujo 47,0 % para el horario de 6 p.m. a 8 p.m. y 54,9 % para el horario de 8 p.m. a 12 a.m. Comparando los mismos horarios para intervenciones que no se realizaron en el mes de diciembre, se evidencia que sí hubo un aumento en el período de injerencia de esta forma: de 2 p.m. a 6 p.m. hubo un aumento de

13,9 %, de 6 p.m. a 8 p.m. aumentó 14,6 % y de 8 p.m. a 12 a.m. el aumento fue de 5,1 %. Estos últimos tres incrementos, llevaron a una afluencia mayor que el promedio total de todas las fechas analizadas.

Como se muestra en la Gráfica 4, en las intervenciones que no ocurrieron en diciembre, hay un aumento en la cantidad de personas que fueron a las zonas en el periodo 0, y una caída en periodos posteriores. Sin embargo, ese crecimiento también se observa en periodos anteriores, e incluso tiene una

magnitud menor. Esto se cumple para todos los tipos de intervención. Cabe resaltar que el análisis realizado no tiene en cuenta otra clase de intervenciones que se hayan hecho en el territorio, es decir, se asume que lo único que afectó la convocatoria fue Bogotá 24 horas, y no otras iniciativas. En conclusión, si bien hubo un aumento en el número de personas con respecto al periodo anterior, ese aumento no fue mayor al observado en otros periodos. En el Anexo 1: Cantidad de personas que entraron a cada polígono, hay un análisis más detallado.

Gráfica 4. Promedio del número de personas normalizado entre 0 y 1 por periodo según mes y tipo de intervención



Nota: Los periodos que se muestran en el eje-x corresponden a la divisiones de los fines de semana según la duración de la intervención y su distancia del periodo de intervención. Por ejemplo, si la feria duró dos fines de semana, cada periodo dura este tiempo, el 0 corresponde al periodo en el que se llevó a cabo la feria, -1 corresponde a los dos fines de semana anteriores a los de la intervención, y 1 a los dos posteriores.

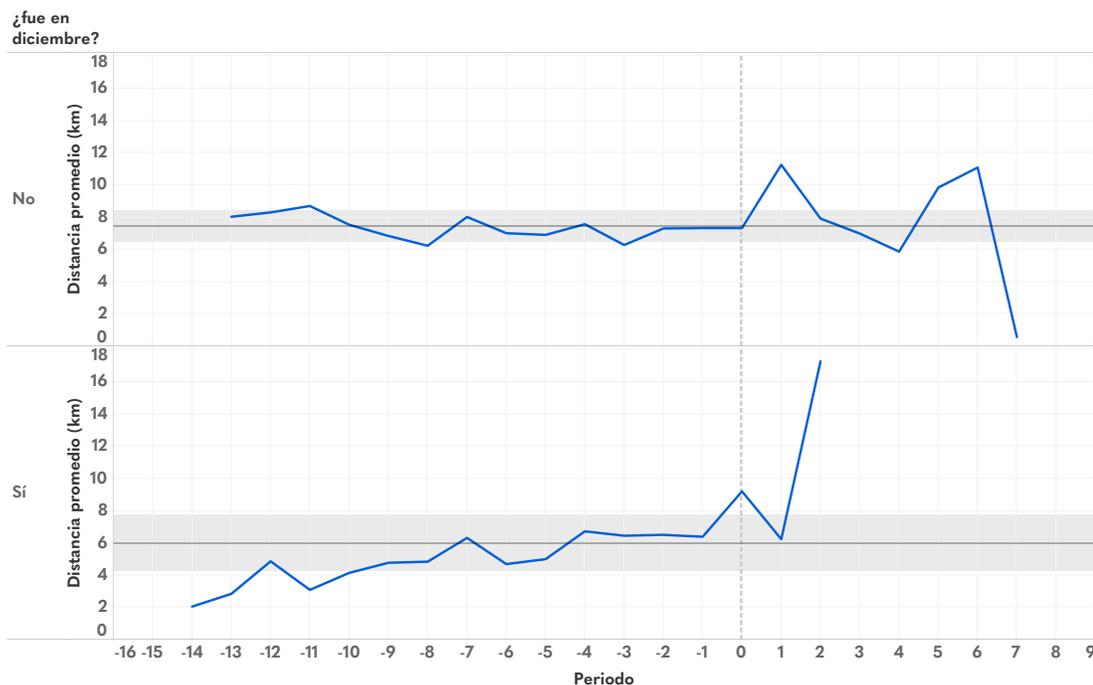
Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

2.2 ¿Cuánto se desplazaron las personas para participar de la intervención?

No hay evidencia de que el programa haya atraído a “nuevos visitantes”, es decir, a pesar de que no se vio un incremento en la afluencia de personas, es posible que se haya ampliado el público que usualmente visita estos espacios de comercio. Una posible explicación es que aumentaron los “nuevos usuarios”, mientras que, los usuarios habituales, dejaron de visitar para evitar congestión (por ejemplo). En particular, es posible que las personas que llegaron durante los días de intervención, que no solían visitar esta zona, vivan más lejos que los que usualmente van. Esto querría decir que la estrategia, si bien no logró llevar a más personas a las zonas, sí pudo llevarlas desde sitios más lejanos, es decir, que lograría atraer a nuevos potenciales clientes. No obstante, no hay evidencia de que esto haya sido así.

No existe un cambio significativo en las distancias entre la zona y el lugar de residencia promedio, de las personas que asistieron a las zonas de 24 horas en las fechas de las intervenciones. La Gráfica 5, muestra el promedio de distancias que las personas recorren desde sus casas hasta las zonas donde hay intervenciones. Se observa que el promedio en los períodos antes de las intervenciones, es similar al período de estas. En diciembre, se evidencia un aumento, sin embargo, los dos períodos siguientes a la intervención también aumentan; lo cual se correlaciona con el aumento de los desplazamientos que se presentan por las compras de diciembre.

Gráfica 5. Distancia promedio entre la vivienda de los asistentes y las zonas intervenidas según mes de la intervención



Nota: La línea horizontal gris denota el promedio de los kilómetros recorridos entre la vivienda de las personas y la zona a la que ingresaron. El ancho de la franja es el intervalo de confianza al 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

3. Efectos de la estrategia Bogotá 24 horas en los establecimientos del polígono

Como se afirmó al principio, el éxito de la estrategia estaba en convocar más personas a las zonas de las que normalmente las visitan, con el fin de que los negocios al aumentar sus horarios de cierre para aprovechar la nueva clientela, logren mayores ventas. A continuación, se analiza cómo variaron las horas de apertura durante las intervenciones y la percepción de las ventas por parte de los propietarios de negocios.

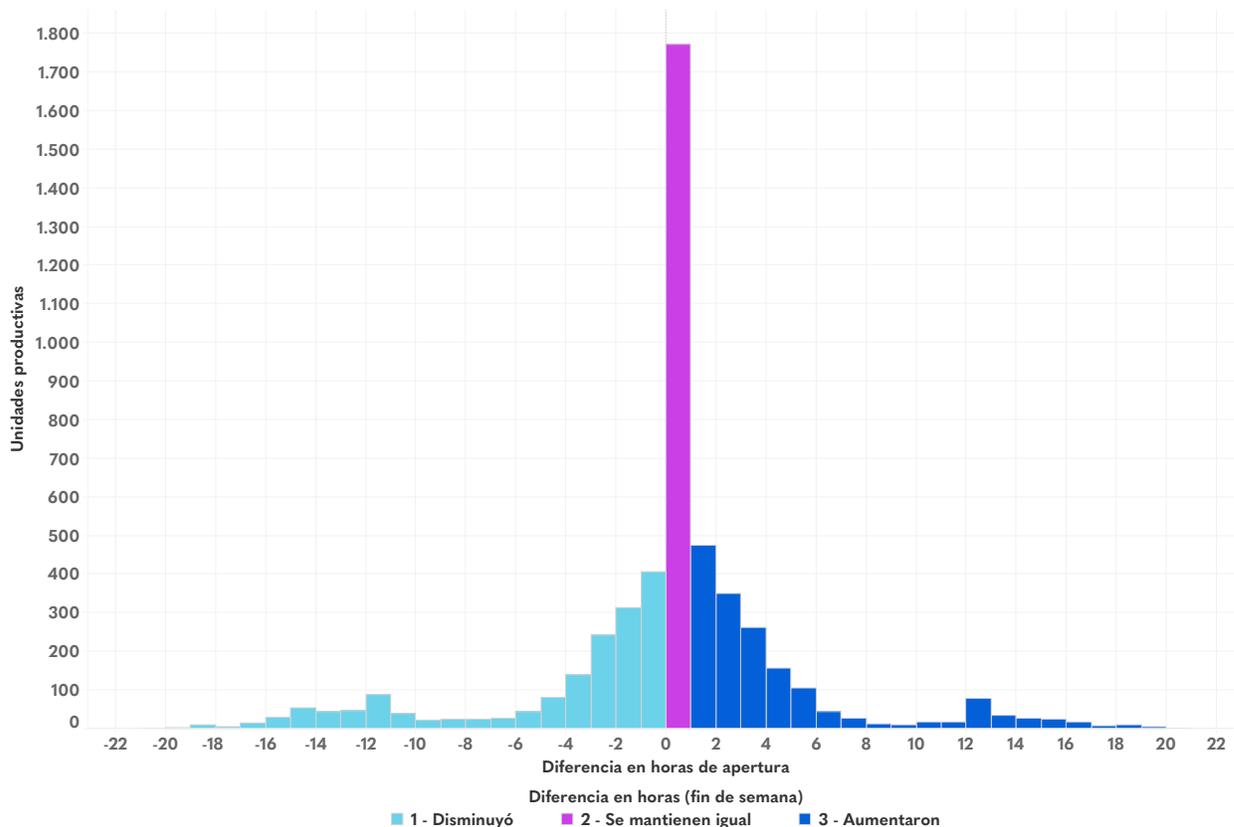
3.1 Horarios de atención

La estrategia Bogotá 24 horas, convocaba a las unidades productivas de las zonas intervenidas a aumentar sus horarios de apertura, para que, aprovechando los eventos y las diferentes actividades, las cuales buscaban atraer más visitantes, aumentaran sus ventas e ingresos.

En promedio, solo un tercio de los establecimientos en las áreas intervenidas, aumentó el tiempo que permanecieron abiertos. La Gráfica 6, muestra la diferencia en horas que los establecimientos permanecieron abiertos antes y después de la intervención. En general, los establecimientos cambiaron sus horas de la siguiente manera: el primer grupo, no cambió sus horarios (barra magenta en la Gráfica 6), el segundo, los aumentó (barras azules) y el último, los disminuyó (barras cian). Cada uno, corresponde a aproximadamente un tercio del total de negocios (en la Tabla 1 se encuentran los porcentajes exactos).



Gráfica 6. Distribución de unidades productivas según el cambio en horas abiertas antes y después de la intervención



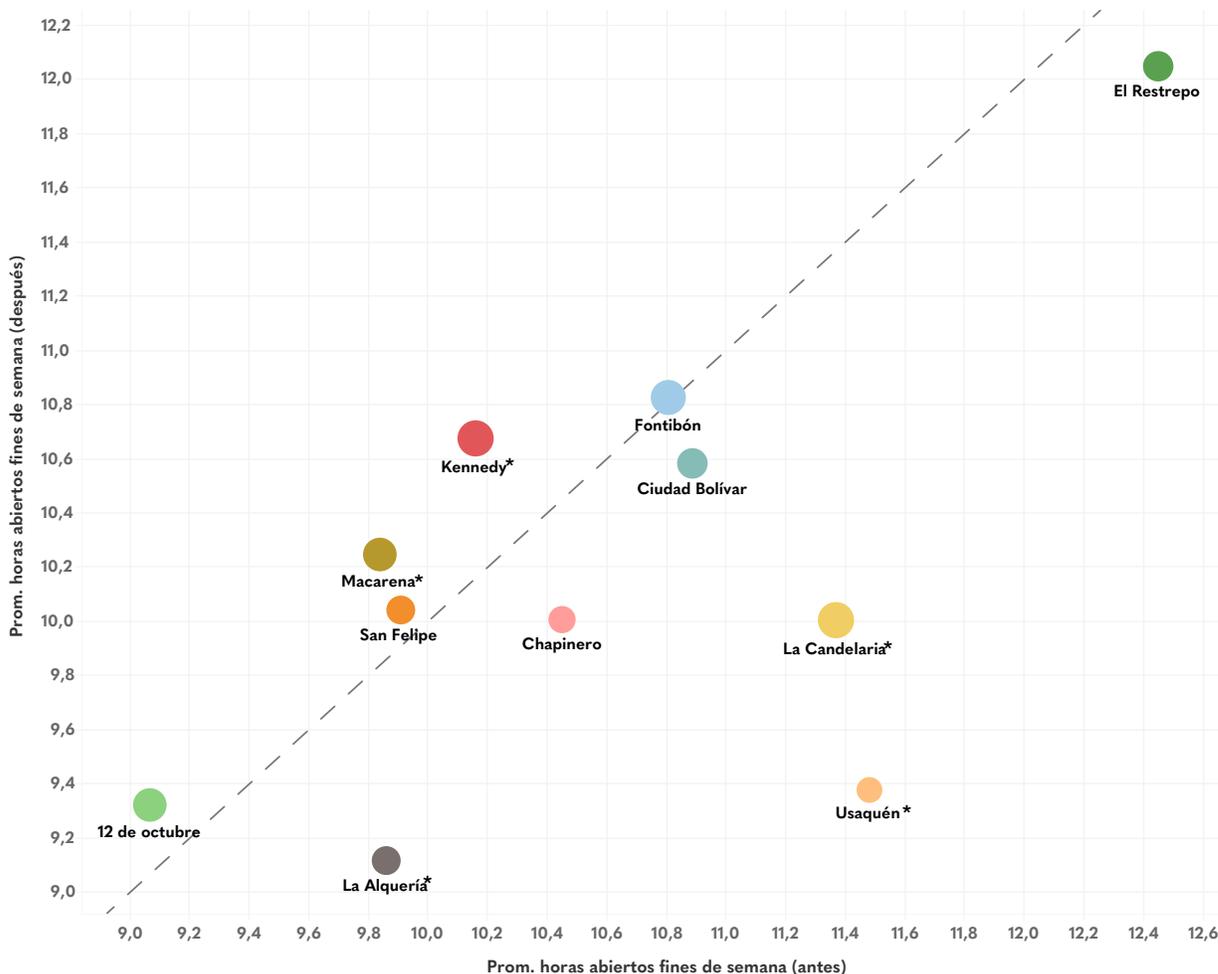
Fuente: SDDE- ODEB, datos de la encuesta realizada a los negocios en los polígonos de 24 horas en 2021.

Se esperaba que la mayoría de los negocios aumentaran sus horarios², pero este fue el caso de un grupo reducido. Sin embargo, esta información puede estar sesgada por la vocación que tiene cada una de las zonas y, como se evidenció antes, por el mes en el que ocurrieron las intervenciones. En efecto, es

posible que la vocación de ciertas zonas, hiciera que en diciembre fueran más visitadas porque venden artículos de decoración navideña, por ejemplo. Por esta razón, se hizo un análisis zona por zona del número de horas en las que abrían antes y después de la intervención (ver Gráfica 7).

2. De hecho, el promedio de horas en las que estuvieron abiertos los establecimientos disminuyó, pasó de 10,5 horas a 10,3 y esa diferencia es estadísticamente significativa (con un $t = 3,9239$ para 5.111 observaciones)

Gráfica 7. Horas abiertas antes y después de la intervención por polígonos



Nota: Los asteriscos corresponden a las diferencias estadísticamente significativas al 95 % de acuerdo con una prueba de medias realizada para las encuestas de cada zona.

Fuente: SDDE- ODEB, datos de la encuesta realizada a los negocios en los polígonos de 24 horas en 2021

Como se observa en la Gráfica 7, sólo dos zonas (Kennedy y Macarena) tuvieron un aumento en el promedio en horas de apertura en el fin de semana y ese aumento fue estadísticamente superior a cero. El resto de las zonas en las que se presentaron intervenciones, no modificaron la cantidad

de horas en las que sus negocios estuvieron abiertos o las disminuyeron. Esto quiere decir que, **sumado al hecho de que no fueron más personas a las zonas, los establecimientos no ampliaron masivamente sus horarios de atención.**



3.2 Ventas y percepción de la estrategia

De acuerdo con la teoría del cambio presentada en la Tabla 1, un aumento en las horas de apertura y en las personas que visitan la zona, deberían llevar a que los establecimientos aumentaran sus ventas. Dado que no llegaron más personas a las zonas y que sólo un tercio de los establecimientos aumentaron sus horas, es poco probable que, de haberse dado un aumento en las ventas, este se deba al programa. Solo en un tercio de los negocios, en los que aumentaron las horas de apertura, es posible que el programa haya tenido un impacto sobre los ingresos de los negocios participantes.

La Tabla 1, muestra los negocios entrevistados divididos en tres grupos, según si aumentaron las horas en las que abrieron en los fines de semana, y para cada una, se ve cuántas horas cambiaron su tiempo de apertura, cuántos percibieron que aumentaron sus ventas y cuál fue la percepción que tuvieron del programa 24 horas en ambos momentos. Se esperaría que quienes hayan abierto más horas, tengan una percepción de que sus ventas aumentaron en mayor proporción que la de los otros dos grupos (porque efectivamente habrían vendido más) y que, al ser efectivo el programa, su percepción del mismo, aumentara o se mantuviera alta.

Tabla 1. Percepción de aumento en las ventas y percepción del programa según el cambio número de horas de apertura

Horas de apertura	Unidades productivas		Cambio de horas de apertura (antes y después)	% que reporta que el programa le ayudó a aumentar sus ventas	Percepción del programa (1 a 5)	
	#	%			antes	después
1 - Disminuyeron	1.660	32,5	-5,1	58,3	4,2	4,0
2 - Se mantuvieron iguales	1.770	34,6	0,0	54,4	4,1	3,9
3 - Aumentaron	1.682	32,9	4,1	58,4	4,0	4,0
Total	5.112	100,0	-0,3	57,0	4,1	4,0

Fuente: SDDE- ODEB, datos de la encuesta realizada a los negocios en los polígonos de 24 horas en 2021.

Sin embargo, como se puede ver en la Tabla 1, no existen diferencias entre los tres grupos, es decir, el que aumentó sus horas, no tiene una percepción más favorable del aumento de ventas que el resto de los grupos y las percepciones de los tres, son similares antes y después de la intervención. **Entonces, si no existe una diferencia en la percepción de ventas, no se puede afirmar que el programa haya ayudado a aumentarlas.**

Por último, la percepción del programa disminuyó después de su implementación. Ese cambio, si bien es pequeño en magnitud, es estadísticamente diferente de cero con una significancia del 95 % tomando el total de los negocios encuestados³. Un ítem para tener en cuenta en futuras implementaciones del programa.

3. Esta conclusión proviene de un análisis T-Test de medias emparejadas, donde se encontró un valor t de 7,9233 para 5.111 observaciones.

4. Conclusiones

En conclusión, los resultados pueden resumirse de la siguiente manera:

1. **Los eventos no lograron que llegara más gente a las zonas intervenidas.** A pesar de que en algunos sitios hubo más asistencia de personas que en el periodo anterior, este comportamiento también se observa en otros fines de semana sin el programa 24 horas.
2. **No ocurrió un aumento en los horarios de atención de los negocios.** Los cambios en los horarios percibidos, parecen responder más a la época navideña que a un cambio debido a Bogotá 24 horas.
3. **Si no hay un aumento de personas que visitan las zonas, ni un aumento en los horarios de atención de los negocios, es poco probable que los ingresos mejoren como consecuencia de la estrategia.** En este sentido, se analizó si los negocios que ampliaron sus horarios percibían un aumento en las ventas y el resultado es que su percepción no fue diferente a la de los establecimientos que no ampliaron el horario. Cabe resaltar, que la pregunta de seguimiento sobre la variación de las ventas, no permite medir con certeza el cambio porcentual en las ventas, de una parte porque pregunta sobre la percepción de la variación y, de otra parte, porque solo pregunta sobre el cambio porcentual para aquellos que percibieron un aumento en las ventas.



5. Recomendaciones

Para mejorar la implementación de nuevas intervenciones en la estrategia Bogotá 24 horas se recomienda realizar algunos ajustes a la medición.

1. Recolectar datos de los participantes de las ferias/eventos antes, durante y después de la implementación de la estrategia Bogotá 24 horas.

En este piloto, se hizo una medición antes y otra después de la intervención, lo cual no permitió conocer qué pasó durante los fines de semana de implementación de la estrategia. En particular, no se recogió información sobre las ventas durante el periodo de intervención.

2. Definir claramente el área de influencia de la intervención y hacer la recolección de datos en estas zonas.

Las encuestas deberían levantarse cerca de la zona de intervención e idealmente, ir por capas, creando buffers para medir el efecto de estar más cerca del evento. Al aplicar encuestas muy lejos de la zona del evento, es posible que los indicadores no muestren el efecto de la estrategia.

3. Implementar medidas de ingreso a las zonas para testear el potencial de la convocatoria.

En este piloto se utilizaron los datos de Servinformación, los cuales son ideales porque nos dicen cuánta gente aproximadamente estuvo en las zonas, sin embargo, contar con medidas directas de ingreso, puede

ayudar a conocer mejor el demográfico que asistió.

Definir cercos de ingreso a las ferias/eventos facilita el conteo y la identificación de los patrones poblacionales. Específicamente se espera que vaya el público objetivo. Mientras que definir las zonas geográficas de la feria/evento y los buffers alrededor, va a permitir testear si existe un efecto de esparcimiento de la estrategia, es decir, si la convocatoria ayudó a que negocios más lejanos, recibieran más personas.

No obstante, esto puede ser un desincentivo para participar del evento y requiere de mayor logística.

4. Formular preguntas sin sesgos.

Una pregunta sesgada es aquella que induce al encuestado a una respuesta específica. En este piloto hubo preguntas que evitaron la correcta conformación de indicadores:

- “Con la implementación del programa Bogotá 24 horas, ¿Han aumentado la asistencia de clientes a su negocio?”
- “Desde su percepción ¿Cuánto fue el porcentaje que aumentaron la asistencia de clientes a su negocio?”
- “Con la implementación del programa Bogotá 24 horas, ¿Han aumentado sus ventas?”
- “Desde su percepción ¿Cuánto fue el porcentaje que aumentaron sus ventas?”

Nota Editorial: Análisis de resultados de Bogotá 24 horas

Las preguntas a. y c. están sesgadas porque inducen la percepción de la estrategia, hacia la respuesta en términos de aumento en clientes y ventas. Es posible que el encuestado diga que sí aumentaron, si el programa le parece una buena idea, lo cual deja de lado la variable de interés que es el cambio general en clientes y ventas.

En las preguntas reseñadas sólo si contestaban afirmativamente la a. o la c. se realizaban las preguntas b. y d. respectivamente.

- Esto hace que el porcentaje de aumento siempre sea positivo.
- Al evaluar una intervención, siempre se debe contemplar que el efecto pueda ser negativo, lo primero que se debe asegurar es que no se está haciendo un daño.
- Reportar resultados de preguntas sesgadas, puede ser visto como una práctica poco transparente por ciudadanía y lleva a tomar decisiones erradas en términos de política pública.



6. Transformación de la estrategia Bogotá 24 horas 2022⁴

Con base en la evaluación y recomendaciones que surgen de esta evaluación, se implementaron mejoras en la estrategia 24 horas. Estas permitieron hacer el tránsito de activaciones comerciales, ferias y eventos -dispersas en el tiempo y el espacio-, a *intervenciones integrales permanentes*, que logran suplir la falta de continuidad de las dinámicas nocturnas y fomentan la actividad económica en las franjas más profundas de la noche. Por esta razón, la SDDE está trabajando en la consolidación de una **metodología que establece un proceso secuencial, a través del cual se logra una actividad continua e ininterrumpida** en los tres polígonos priorizados para 2022: San Felipe, La 85 y La 93.

De esta manera, la metodología o **ruta para una Bogotá 24 horas**, se divide en tres etapas: En primer lugar, la identificación de una **zona potencial 24 horas**, que diagnostica y caracteriza el potencial económico nocturno de la zona e identifica las necesidades particulares en materia de oferta pública y privada para la noche. En segundo lugar, el establecimiento de un **circuito 24 horas**, que garantiza condiciones mínimas en materia de movilidad y seguridad, para fomentar el tránsito permanente de ciudadanos por las zonas. Y en tercer lugar, la consolidación de **zonas 24 horas**, que aseguran la actividad nocturna, mejoran la productividad y el empleo de la zona, y promuevan actividades cívicas, culturales y sociales. Para consolidar esta última etapa, se hace necesario el despliegue de tres componentes que propenden

por: la adecuación, el mejoramiento y el mantenimiento del espacio público; el uso eficiente de la infraestructura pública y privada; y, la gestión de oferta pública y privada para la noche.

Esta nueva metodología, permite el desarrollo simultáneo de intervenciones integrales permanentes en diferentes zonas de la ciudad, estableciendo un avance diferencial en cada zona identificada de acuerdo con la etapa en la que se encuentre la estrategia. Por ejemplo, mientras este año se espera consolidar un **circuito 24 horas** y comenzar con la implementación de los componentes de la **zona 24 horas** en los polígonos de San Felipe, La 85 y La 93, la SDDE está iniciando el proceso de identificación de otras **zonas potenciales 24 horas** -con base en el diagnóstico hecho en 2019-, las cuales podrían ser priorizadas para la vigencia 2023.

La consolidación de esta **ruta para una Bogotá 24 horas** permitirá que, en el corto y mediano plazo, puedan suplirse los problemas identificados en la presente evaluación, relacionados con: la divulgación de la estrategia a la ciudadanía, el incremento de tránsito en las zonas y el consecuente aumento de horarios de atención, ingresos económicos de los comercios y generación de empleo. En este sentido, a partir de 2022, la estrategia seguirá fomentando el desarrollo de la actividad económica nocturna, apostándole, a su vez, a la promoción de una ciudad segura, incluyente, productiva y cuidadora.

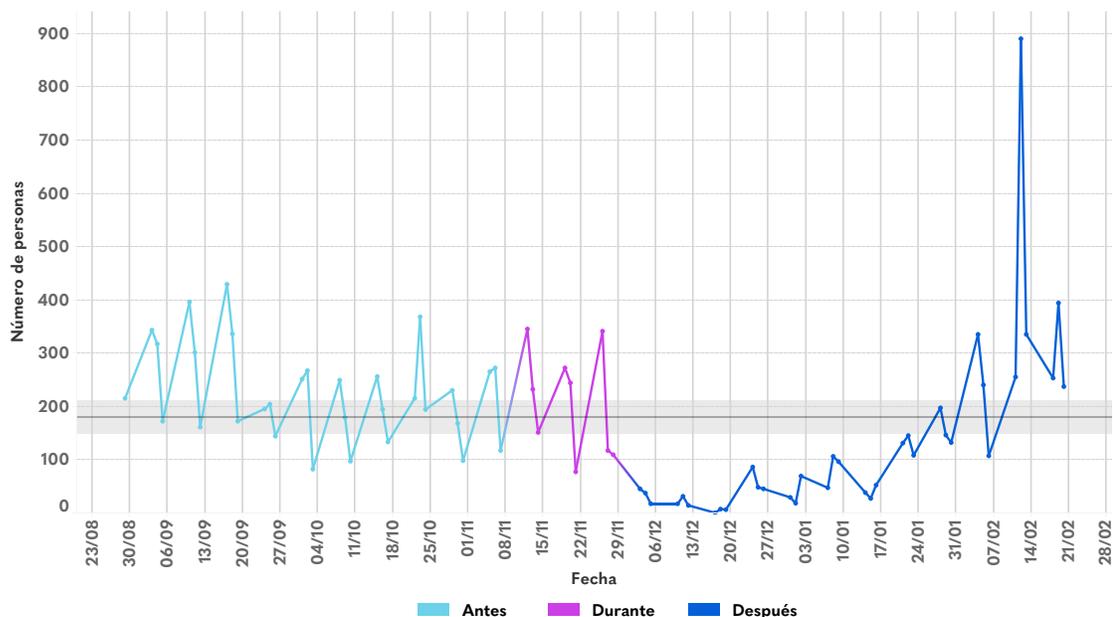
4. Se agradece a la Subdirección de Internacionalización por proveer este capítulo.

Anexo 1: Cantidad de personas que entraron a cada polígono

En las siguientes gráficas, se analiza la afluencia de personas por zona, con el fin de analizar la cantidad de personas antes (cian), durante (magenta) y después (azul) de la intervención en cada una de ellas.

Para el 12 de octubre (Gráfica 8), la tendencia de los fines de semana intervenidos, fue muy similar a la de los fines de semana anteriores. Los fines de semana posteriores a los períodos de intervención, se evidencia una disminución, la cual para principios de febrero vuelve a aumentar.

Gráfica 8. Cantidad de personas en la zona 12 de octubre. Desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022



Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

Para la zona de Chapinero (Gráfica 9), exactamente Parque de Lourdes, la tendencia de los fines de semana intervenidos fue muy similar a la de fines de semana anteriores, los fines de semana posteriores en términos generales disminuyen.

Nota Editorial: Análisis de resultados de Bogotá 24 horas

Gráfica 9. Cantidad de personas en la zona Chapinero desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022

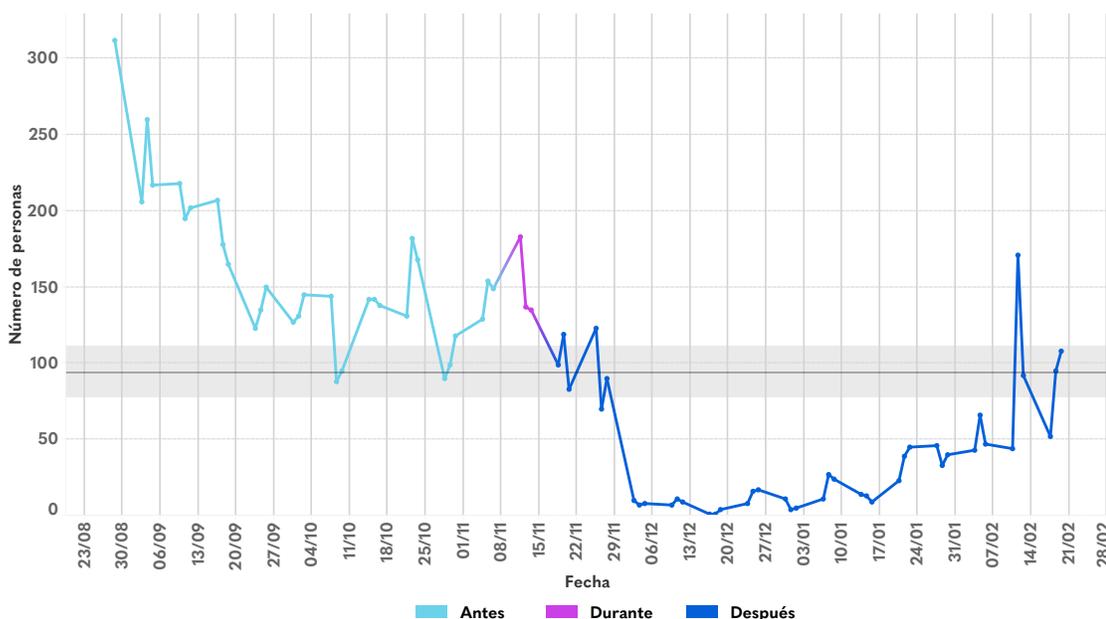


Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

En Candelaria La Nueva (Gráfica 10), de igual forma, la cantidad de personas los fines de semana antes de la intervención, son semejantes a los fines de semana de la intervención y los fines de semana siguientes a esta.

Gráfica 10. Cantidad de personas en la zona Candelaria La Nueva desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022



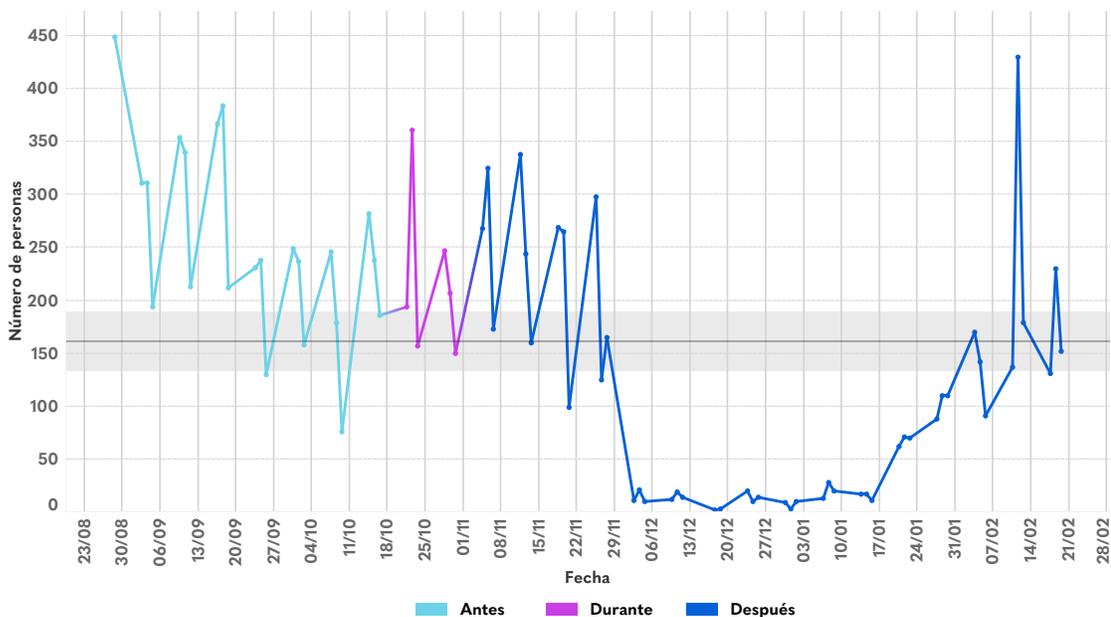
Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

Nota Editorial: Análisis de resultados de Bogotá 24 horas

En El Restrepo (Gráfica 11), la tendencia de los fines de semana intervenidos fue similar a las anteriores zonas analizadas, aunque se evidencia un pico en el sábado del primer fin de semana, este valor no llega a ser tan alto como los que se observan en la zona en el mes de agosto.

Gráfica 11. Cantidad de personas en El Restrepo desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022



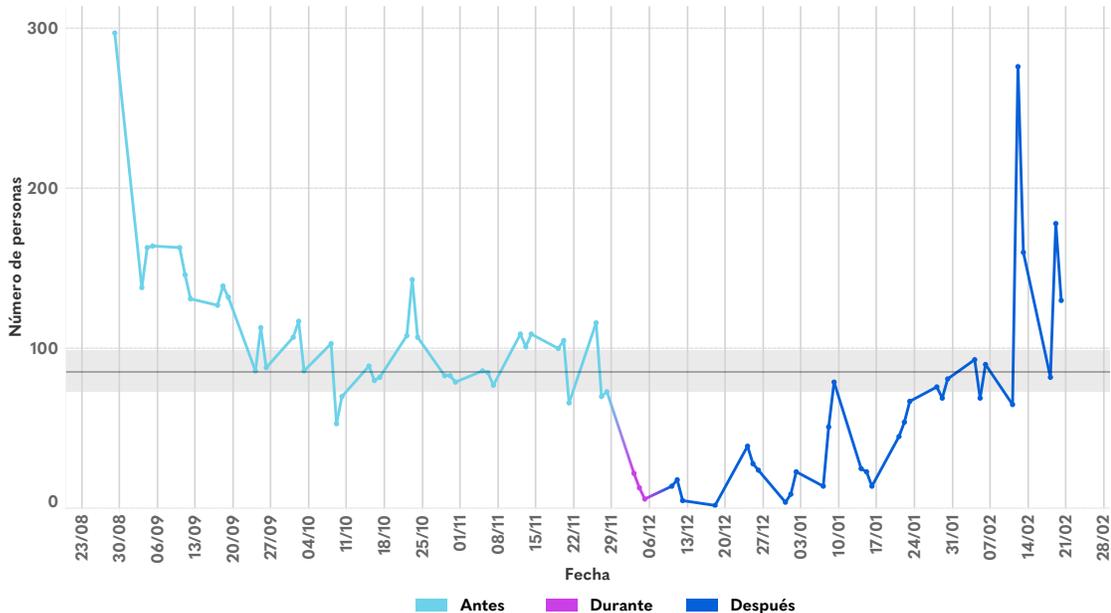
Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

En Kennedy, como se muestra en la Gráfica 12, en los fines de semana de la intervención que se presentan en el mes de diciembre, se evidencia una disminución en la cantidad de personas con respecto a los fines de semana anteriores.

Nota Editorial: Análisis de resultados de Bogotá 24 horas

Gráfica 12. Cantidad de personas en la zona Kennedy desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022

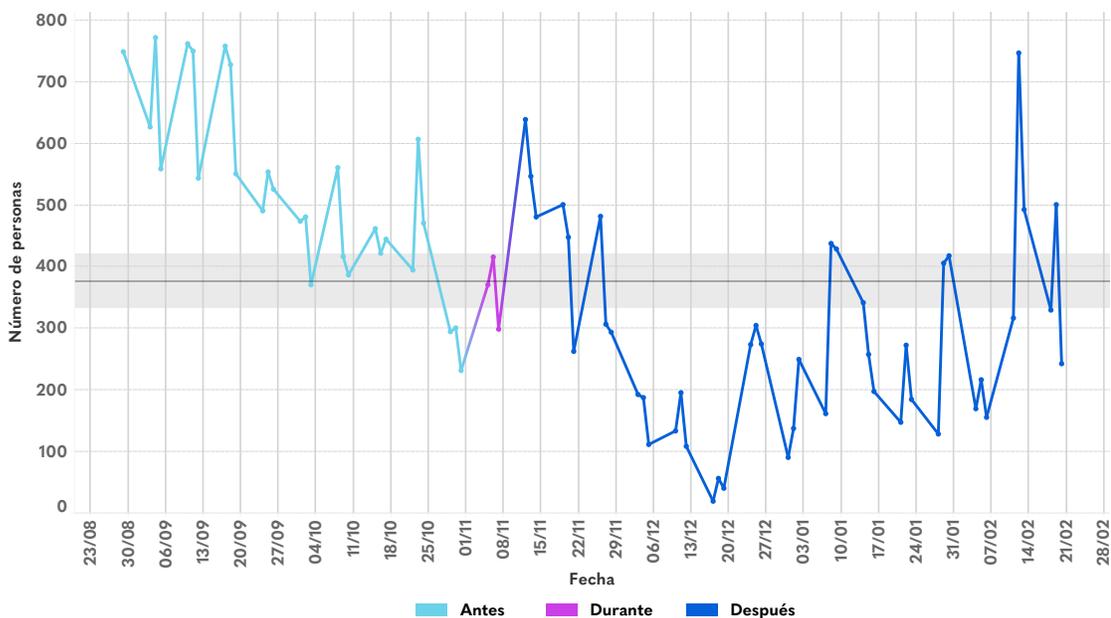


Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

Para La Alquería, como se observa en la Gráfica 13, para los fines de semanas anteriores y posteriores, se da un mayor flujo de personas en comparación con los fines de semana intervenidos.

Gráfica 13. Cantidad de personas en la zona La Alquería desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022



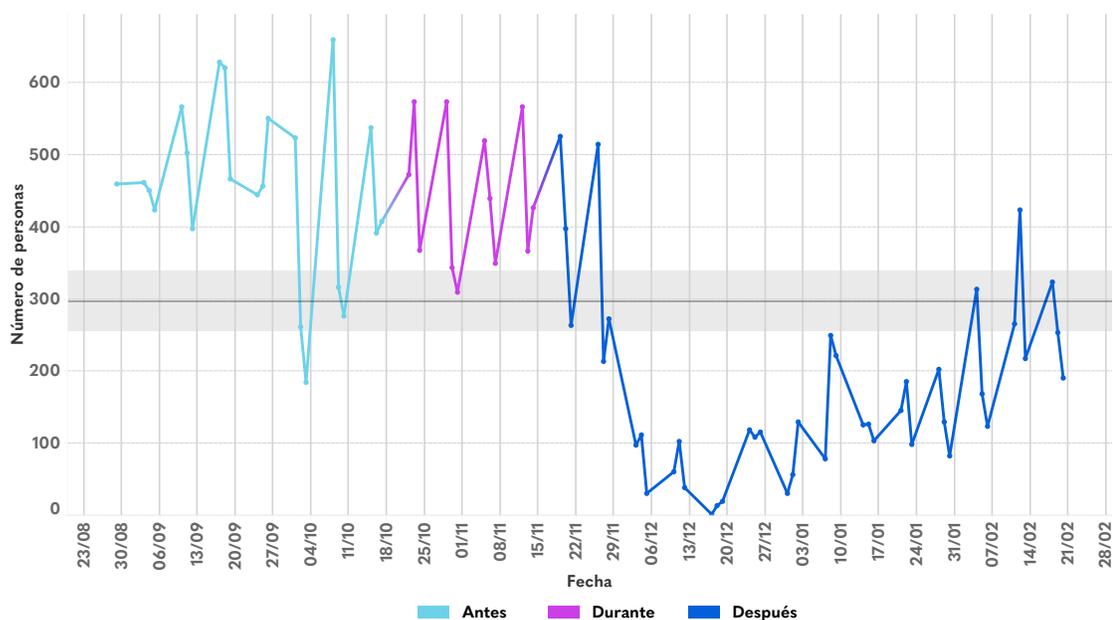
Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

Nota Editorial: Análisis de resultados de Bogotá 24 horas

En La Candelaria (Gráfica 14), siguiendo los resultados de las otras zonas analizadas, los fines de semana intervenidos, presentaron cantidades similares de personas, con respecto a los fines de semana anteriores y posteriores.

Gráfica 14. Cantidad de personas en la zona La Candelaria desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022



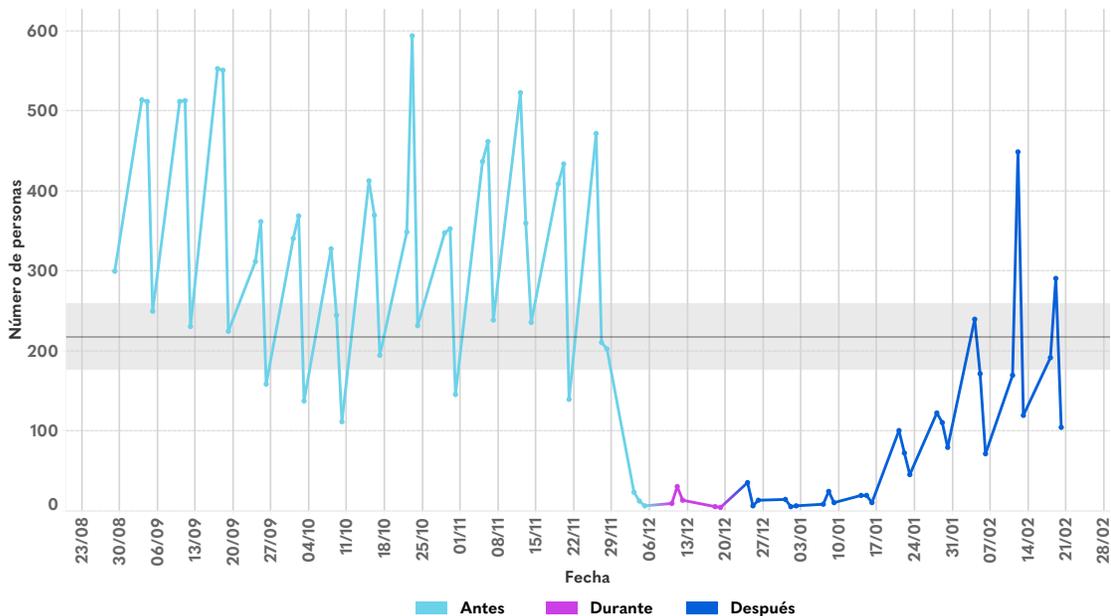
Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

En la zona de Los Mártires (Gráfica 15), específicamente en El Bronx-Distrito Creativo, el flujo de personas los fines de semana intervenidos, disminuye notablemente con respecto a los meses anteriores.

Nota Editorial: Análisis de resultados de Bogotá 24 horas

Gráfica 15. Cantidad de personas en la zona Los Mártires desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022

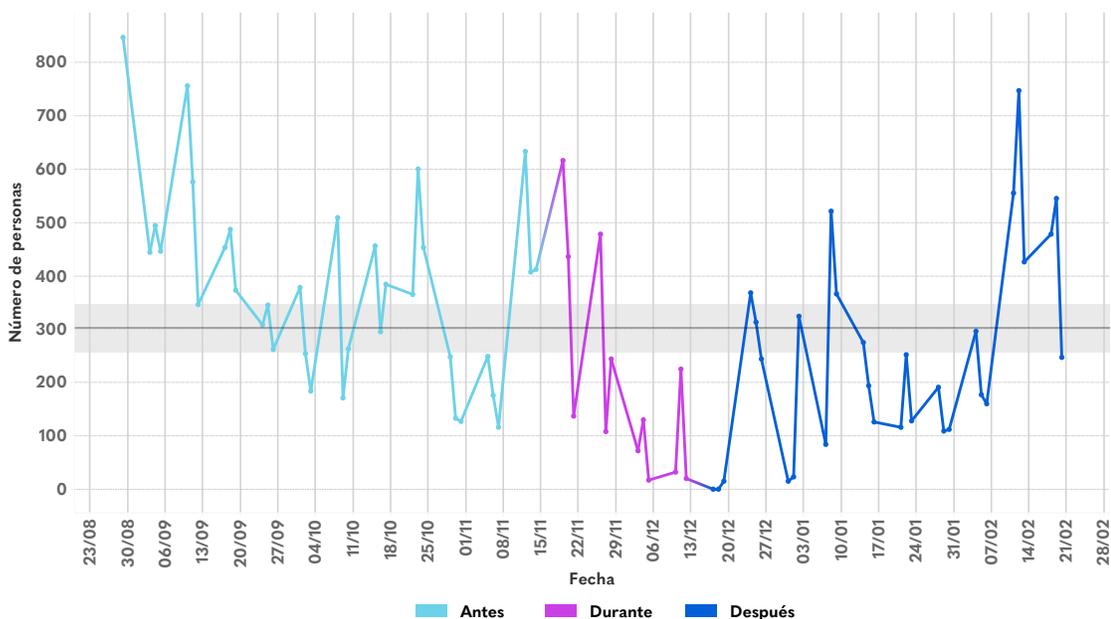


Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

En La Macarena, localidad de Santa Fe, los fines de semana intervenidos capturaron números similares de personas con respecto a los fines de semana anteriores, Gráfica 16.

Gráfica 16. Cantidad de personas en la zona La Macarena desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022



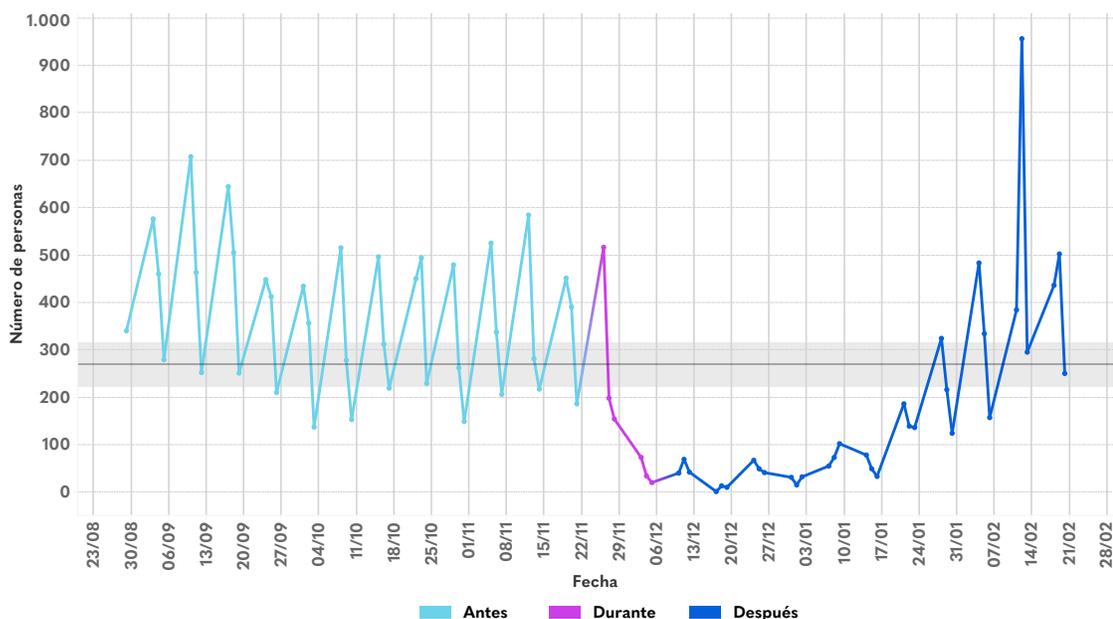
Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

Nota Editorial: Análisis de resultados de Bogotá 24 horas

En San Felipe, el comportamiento tras las intervenciones no es diferente a las otras zonas. Como se muestra en la Gráfica 17, en el momento de la intervención, se presenta una disminución con respecto a los fines de semana anteriores.

Gráfica 17. Cantidad de personas en la zona San Felipe desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022

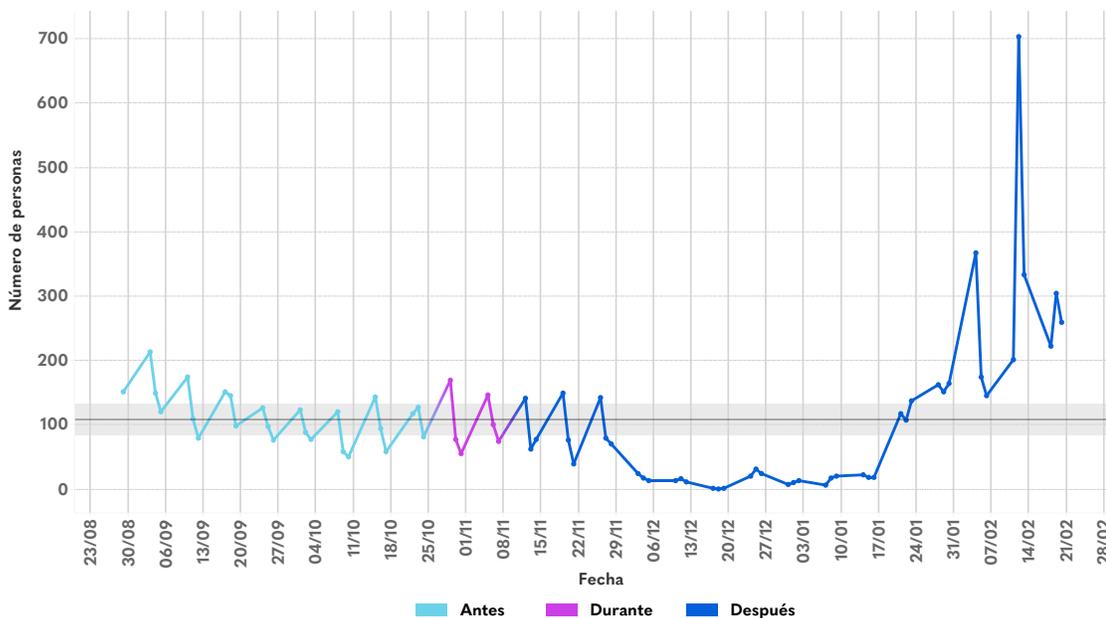


Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.
Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

Por su parte, Usaquén no presenta variación en el flujo de personas entre los fines de semana anteriores y posteriores a la intervención y los fines de semana con intervención, tanto para la zona de Santa Bárbara como para la del Parque Alcalá (Gráfica 18 y Gráfica 19).

Nota Editorial: Análisis de resultados de Bogotá 24 horas

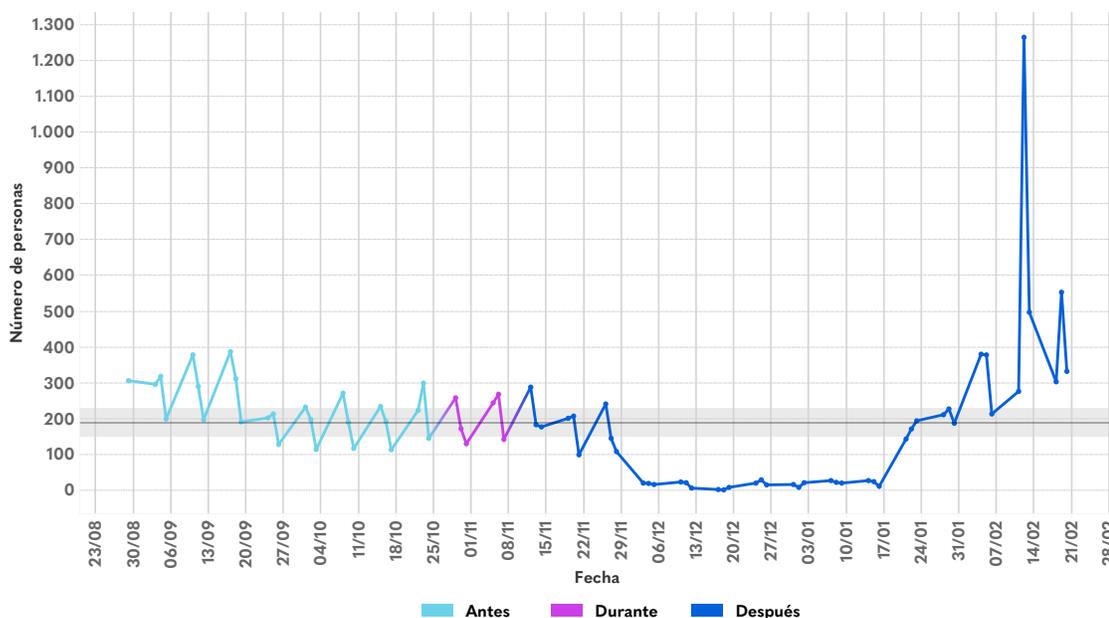
Gráfica 18. Cantidad de personas en la zona Usaquén-Santa Bárbara desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022



Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.

Gráfica 19. Cantidad de personas en la zona Usaquén-Parque Alcalá desde agosto del 2021 hasta febrero del 2022



Nota: El segmento de la gráfica que está en magenta corresponde a los días cuando ocurrió la intervención. La franja gris denota el promedio de las personas que ingresaron a la zona. El ancho de la franja es el intervalo de confianza del 95 %.

Fuente: Servinformación agosto 2021 a febrero 2022. Elaboración SDDE - ODEB.