

OBJETIVO

Monitorear el impacto de la estrategia Bogotá Productiva 24 Horas en términos de empleabilidad y ventas, así como, caracterizar a los asistentes a la zona de intervención de la estrategia entre el 3 y 13 de diciembre de 2020.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Sondeo de opinión
NÚMERO DE ENCUESTAS VÁLIDAS: 1064 encuestas realizadas a los asistentes de la estrategia Bogotá productiva 24 horas.

Se encontró que el **89,1%** de los asistentes residen en Bogotá, el **7,2%** son turistas de origen nacional, **2,7%** son turistas de origen internacional y el restante **0,9%** fueron excursionistas. Entre los turistas nacionales se encontró que, con un igual porcentaje de **10,4%**, provienen de los departamentos del Valle del Cauca, Huila, Cundinamarca y Atlántico, seguido de Antioquia con el **9,1%**. Al mirar los países de origen de los asistentes a la estrategia se encontró que los turistas de origen internacional, se encontró que el **31%** residen en Estados Unidos seguidos de los residentes en México **20,7%**. Finalmente, un **6,9%** residen en Panamá, España y Ecuador.

Lugar de residencia de los asistentes

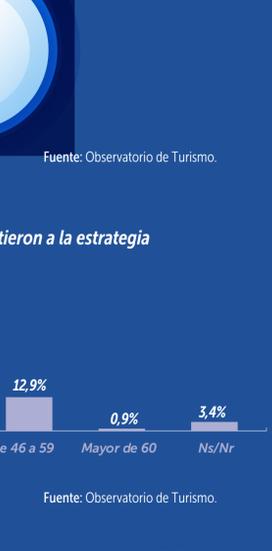


Fuente: Observatorio de Turismo.

Departamento de residencia de los Turistas Nacionales



Departamento de residencia de los Turistas Internacionales



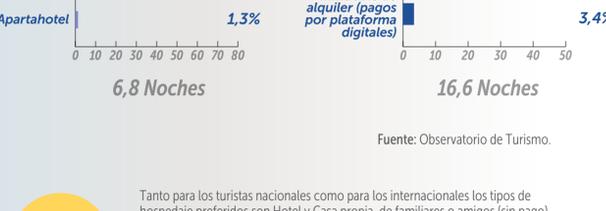
Fuente: Observatorio de Turismo.

Género de los Turistas que asistieron a la estrategia



Fuente: Observatorio de Turismo.

Edad de los Turistas que asistieron a la estrategia



Fuente: Observatorio de Turismo.

Para el total de turistas, nacionales e internacionales, se tiene que el **57,8%** son hombres, mientras que el **42,2%** son mujeres. Por otro lado, el **49,1%** pertenece al rango de edad de **18 a 30** años, el segundo lugar lo ocuparon los turistas con edades entre **31 a 45** años quienes representaron el **31%** del total. Por último, los turistas entre los **46 y 59** años representan el tercer rango de edad con un **12,9%**, evidenciando un comportamiento similar al de los asistentes que residen en Bogotá.

Tipo de alojamiento de los Turistas Nacionales



6,8 Noches

Tipo de alojamiento de los Turistas Internacionales

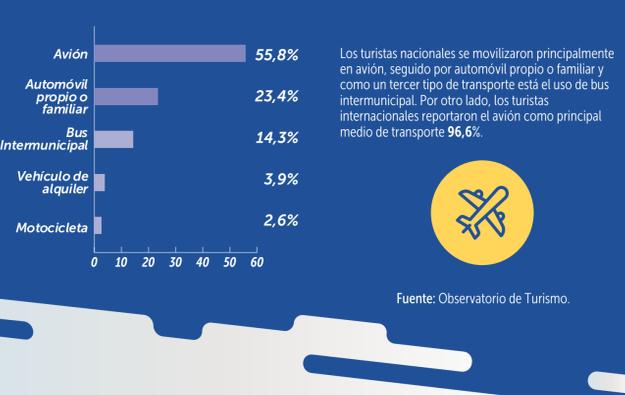


16,6 Noches

Fuente: Observatorio de Turismo.

Tanto para los turistas nacionales como para los internacionales los tipos de hospedaje preferidos son Hotel y Casa propia, de familiares o amigos (sin pago), con la diferencia que para los nacionales hay una preferencia marcada por la opción sin pago mientras que para los internacionales, en su mayoría, lo hacen por el hotel. Del mismo modo se evidenció una mayor cantidad de noches pernoctadas en la ciudad por parte de los turistas internacionales **16,6** contra **6,8** de los nacionales.

Promedio de los turistas que realizaron el viaje

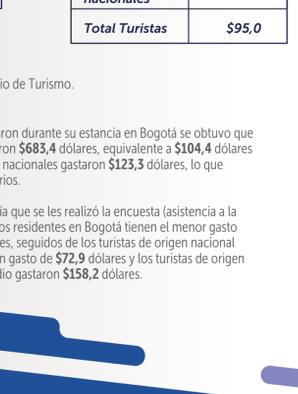


Fuente: Observatorio de Turismo.

Motivo de viaje de los Turistas Nacionales



Motivo de viaje de los Turistas Internacionales



Fuente: Observatorio de Turismo.

Para los turistas de origen nacional, la visita a familiares y amigos fue el principal motivo de viaje representado con un **42,9%**, seguido por las vacaciones, recreación y ocio con un **36,4%**. Por el contrario, la principal motivación para los turistas internacionales son las vacaciones, recreación y ocio (**65,5%**), seguido de la intención de visitar a familiares y amigos (**31%**).

Medio de transporte empleado para viajar a Bogotá por los Turistas Nacionales



Los turistas nacionales se movilizaron principalmente en avión, seguido por automóvil propio o familiar y como un tercer tipo de transporte está el uso de bus intermunicipal. Por otro lado, los turistas internacionales reportaron el avión como principal medio de transporte **96,6%**.

Fuente: Observatorio de Turismo.

Gasto Per cápita y Per cápita Diario

Población	Per cápita	Per cápita diario
Turistas Internacionales	\$683,4	\$104,4
Turistas nacionales	\$123,3	\$29,8
Total Turistas	\$271,9	\$51,6

Gasto realizado durante el día en Bogotá

Población	Gasto medio
Residentes	\$47,5
Turistas internacionales	\$158,2
Turistas nacionales	\$72,9
Total Turistas	\$95,0

Fuente: Observatorio de Turismo.

Al preguntar cuánto dinero gastaron durante su estancia en Bogotá se obtuvo que los turistas internacionales gastaron **\$683,4** dólares, equivalente a **\$104,4** dólares diarios, mientras que, los turistas nacionales gastaron **\$123,3** dólares, lo que corresponde a **\$29,8** dólares diarios.

Al analizar el gasto realizado el día que se les realizó la encuesta (asistencia a la estrategia BP24H), se tiene que los residentes en Bogotá tienen el menor gasto con un promedio de **\$47,5** dólares, mientras que los turistas de origen nacional quienes en promedio registran un gasto de **\$72,9** dólares y los turistas de origen internacional quienes en promedio gastaron **\$158,2** dólares.

Percepción de la estrategia por parte de los asistentes

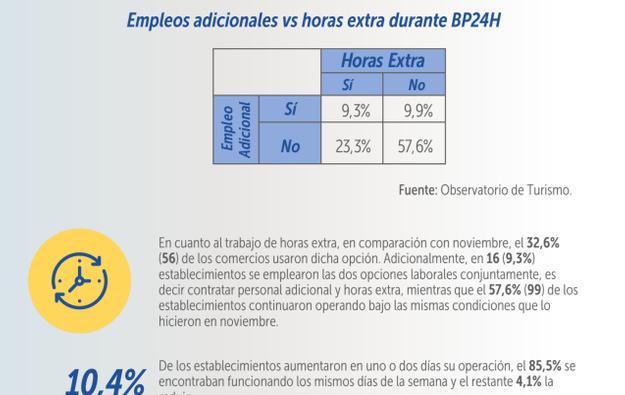


Fuente: Observatorio de Turismo.

Se encuentra una similitud para las tres subpoblaciones para el tipo de establecimiento visitado. Con porcentajes mayores al **73%**, los establecimientos de alimentos y bebidas fueron los preferidos. En un segundo lugar se encuentran los establecimientos relacionados con el comercio en general.

Es importante especificar que un mismo asistente pudo realizar varios tipos de establecimientos, por lo cual la suma de los porcentajes al interior de cada subpoblación puede ser mayor al **100%**.

Percepción de los asistentes respecto a la oferta comercial, cultural y turística



Fuente: Observatorio de Turismo.

Se evidenció una satisfacción general entre los asistentes a la estrategia BP24H. Por un lado más del **82%** de los asistentes afirmaron que estaban satisfechos con la cantidad, los precios y los horarios de los establecimientos vinculados a la estrategia, de igual manera, más del **93%** quedó satisfecho con la calidad de los bienes y servicios adquiridos.

Percepción del cumplimiento de las medidas de bioseguridad



Fuente: Observatorio de Turismo.

Se evidencia que más del **90%** de los asistentes consideró que se cumple con la medida del uso obligatorio del tapabocas. Por otro lado, más del **84%** de los asistentes consideran que si se realiza de manera adecuada la desinfección de manos al momento de ingresar al establecimiento. La medida con calificación más baja es el distanciamiento mínimo de 2 metros: poco más del **50%** de los residentes en Bogotá y de los turistas de origen nacional afirmaron que la medida si se cumple, mientras que solo el **34,5%** de los turistas de origen internacional consideraron su cumplimiento. Por lo tanto, más del **80%** considera que si se cumplen con los protocolos de bioseguridad en general.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Sondeo de opinión
POBLACIÓN OBJETIVO: Establecimientos localizados en el polígono comprendido entre las calles 67 y 90, y las carreras 9 y avenida 15.
NÚMERO DE ENCUESTAS VÁLIDAS: 172 encuestas realizadas a los establecimientos participantes de la estrategia Bogotá productiva 24 horas.

Como resultado de la estrategia BP24H se estima un incremento de clientes del **18,4%** respecto a noviembre y un aumento en las ventas del **25,4%**.

Contratación de personal adicional para la operación durante la estrategia BP24H

Fuente: Observatorio de Turismo.

Respecto al funcionamiento de los establecimientos, se encontró que el **19,2%** (**33**) de los comercios contrataron trabajadores adicionales para operar adecuadamente durante la estrategia. A su vez, estos **33** establecimientos generaron durante la estrategia un **28,1%** de empleos adicionales, al comparar respecto al número de empleados en noviembre.

Empleos adicionales vs horas extra durante BP24H

Empleo Adicional	Horas Extra	
	Sí	No
Sí	9,3%	9,9%
No	23,3%	57,6%

Fuente: Observatorio de Turismo.

En cuanto al trabajo de horas extra, en comparación con noviembre, el **32,6%** (**56**) de los comercios usaron dicha opción. Adicionalmente, en **16** (**9,3%**) establecimientos se emplearon las dos opciones laborales conjuntamente, es decir contratar personal adicional y horas extra, mientras que el **57,6%** (**99**) de los establecimientos continuaron operando bajo las mismas condiciones que lo hicieron en noviembre.

De los establecimientos aumentaron en uno o dos días su operación, el **85,5%** se encontraban funcionando los mismos días de la semana y el restante **4,1%** la redujo.

En cuanto a los horarios adicionales de funcionamiento, se observa que los domingos y martes son los días con menor extensión de horarios, mientras que los miércoles, jueves y sábados presentan los mayores tiempos de atención extendida cercano a las dos horas y media.

Percepción sobre la logística facilitada durante la estrategia Bogotá 24 Horas

Fuente: Observatorio de Turismo.

En promedio la percepción de la logística relacionada con el evento es de **3,48**. Respecto a las calificaciones bajas en transporte urbano, existen observaciones que afirman que no existió disponibilidad de transporte para la movilización de los empleados al cierre de la jornada.