

Informe Final de Resultados

Trabajo de Campo – Proyecto Haciendo Economía

2025-II

Impacto de la Construcción del Metro de Bogotá en Vendedores Ambulantes
de la Calle 72

Samuel Blanco Castellanos

Sofía Obando

Laura Valentina

Julián

David Catral

Universidad del Rosario

Proyecto Haciendo Economía – 2025-II

25 de noviembre de 2025

Índice

1. Resultados	2
1.1. Caracterización de los negocios	2
1.2. Percepciones sobre afectación económica	2
1.3. Expectativas frente al funcionamiento futuro del Metro	3
1.4. Información institucional y relación con el Distrito	3
1.5. Análisis dimensional del impacto	4

1. Resultados

El trabajo de campo desarrollado en el corredor comercial de la Calle 72 permitió recolectar un total de 24 observaciones correspondientes a vendedores ambulantes con distintos tipos de actividad económica y localizados a diferentes distancias del frente de obra del Metro de Bogotá. Esta sección presenta los principales hallazgos obtenidos, estructurados en torno a cuatro ejes analíticos: caracterización de los negocios, percepciones de afectación económica, expectativas frente a la puesta en marcha del sistema y análisis dimensional del impacto asociado a los cambios en el entorno urbano. La organización de los resultados busca ofrecer una lectura coherente del fenómeno observado, destacando patrones consistentes y diferencias relevantes entre grupos de comerciantes.

1.1. Caracterización de los negocios

La muestra recolectada presenta una predominancia clara de establecimientos dedicados a la **comida procesada**, lo cual refleja la estructura comercial típica del corredor: puestos móviles y de rápida transacción que ofrecen snacks, paquetes y productos listos para consumo inmediato. Esta concentración es coherente con la dinámica de alta rotación y bajo costo presente en la Calle 72. La localización de los comerciantes permitió clasificarlos en **tres rangos de distancia** respecto al frente de obra del Metro, lo que facilitó un análisis comparativo sobre cómo la proximidad a la construcción influye en sus operaciones. Esta segmentación espacial es clave para interpretar variaciones en la afectación económica y en la percepción del proyecto. En términos de permanencia, la mayoría de vendedores reporta una **antigüedad superior a seis años** en la zona. Casos extremos de hasta 38 años en el mismo punto resaltan la profunda inserción económica y social de estos comerciantes en el corredor, evidenciando que las actividades presentes no son transitorias, sino parte estructural del tejido comercial local.

1.2. Percepciones sobre afectación económica

Los resultados muestran un patrón claro y consistente: la **proximidad al frente de obra** se asocia con una mayor afectación económica percibida por los comerciantes. Aquellos ubicados en los tramos más cercanos reportan con mayor frecuencia **ganancias iguales o inferiores** a las obtenidas antes del inicio de la construcción. El análisis del **porcentaje de pérdidas** confirma esta tendencia. Los comerciantes más próximos al proyecto presentan una reducción más marcada en sus ingresos, mientras que quienes se encuentran a mayor

distancia reportan afectaciones relativamente menores. Este comportamiento es coherente con la hipótesis inicial del estudio: la obra introduce restricciones físicas y operativas tales como disminución del flujo peatonal, cierres inesperados y barreras de circulación— que inciden directamente sobre el desempeño económico de los vendedores situados en los puntos más intervenidos del corredor.

1.3. Expectativas frente al funcionamiento futuro del Metro

A pesar de la afectación actual, la mayoría de los comerciantes mantiene una **perspectiva optimista** respecto al funcionamiento futuro del Metro. En general, consideran que, una vez culminadas las obras, sus ingresos podrían **mejorar de manera sustancial**, incluso entre aquellos que hoy reportan pérdidas significativas. Esta visión está asociada a la expectativa de un mayor flujo peatonal y a la posible reactivación del corredor comercial. No obstante, este optimismo convive con un nivel considerable de **incertidumbre**. Muchos vendedores reconocen que el impacto real dependerá de factores que aún no pueden anticipar como los patrones de movilidad derivados del nuevo sistema, la accesibilidad a los puntos de venta y la capacidad del entorno para recuperar la afluencia previa. En consecuencia, si bien prevalece la expectativa de mejora, esta se modula por dudas sobre la velocidad y magnitud de la recuperación económica posterior a la construcción.

1.4. Información institucional y relación con el Distrito

Un hallazgo relevante del trabajo de campo es que la mayoría de los comerciantes **no recibió información por parte del Distrito** acerca del avance de las obras, sus etapas o las medidas previstas para mitigar los efectos sobre la actividad comercial. Esta ausencia de comunicación institucional limita la capacidad de anticipación y adaptación de los vendedores frente a los cambios del entorno. Al segmentar las respuestas por tipo de negocio, se observa que los establecimientos de **comida procesada**, el grupo más numeroso de la muestra, concentran también la mayor proporción de comerciantes que nunca fueron contactados o informados oficialmente. Esto sugiere que los canales de comunicación no alcanzaron de manera uniforme a los distintos perfiles de vendedores del corredor. La falta de información se vuelve especialmente significativa al analizar la percepción sobre un eventual apoyo estatal posterior a la construcción. Los comerciantes que no fueron informados tienden a considerar que la ayuda institucional tendría **un impacto limitado o nulo** en su proceso de recuperación económica. Incluso entre aquellos que mantienen expectativas positivas sobre las ventas

futuras, prevalece la idea de que su desempeño dependerá más de estrategias propias que de intervenciones públicas. Esta combinación de desconocimiento e incertidumbre contribuye a una percepción generalizada de vulnerabilidad y desconfianza frente a la gestión institucional del proyecto.

1.5. Análisis dimensional del impacto

El análisis del impacto percibido por los comerciantes se organizó en torno a cuatro dimensiones principales: **(i)** personas (flujo peatonal), **(ii)** movilidad, **(iii)** precios, **(iv)** competencia.

Entre estas dimensiones, el factor con mayor nivel promedio fue el de **personas**. Los comerciantes señalaron una reducción significativa en el flujo peatonal, elemento central para su actividad económica, lo que disminuye directamente la probabilidad de venta diaria. En segundo lugar se ubicó la dimensión de **movilidad**, asociada con cierres imprevistos, desvíos constantes y restricciones de circulación que alteran tanto la llegada de clientes como los desplazamientos de los propios vendedores. La comparación entre comercios que reportan pérdidas y aquellos que no las presentan muestra diferencias claras: los establecimientos afectados exhiben **niveles de impacto considerablemente mayores** en las cuatro dimensiones analizadas. Esto sugiere que la afectación no es uniforme ni aleatoria, sino que responde a mecanismos estructurales vinculados a la obra y al posicionamiento de cada vendedor dentro del corredor. El análisis según distancia arroja un patrón adicional. Los comercios ubicados más cerca del frente de obra reportan niveles elevados de impacto en todas las dimensiones, lo que es consistente con la presencia de restricciones físicas más severas. Sin embargo, en los tramos más alejados (especialmente en zonas caracterizadas por una oferta comercial formal con altos costos de operación) el impacto vuelve a intensificarse. Los vendedores ambulantes en estas áreas enfrentan mayores dificultades para instalarse, operar o atraer clientes debido a regulaciones más estrictas y a una menor tolerancia hacia su actividad. En conjunto, estos resultados muestran que el efecto de la obra no disminuye de manera lineal con la distancia, sino que depende de la interacción entre la infraestructura en construcción y la estructura comercial del entorno.