

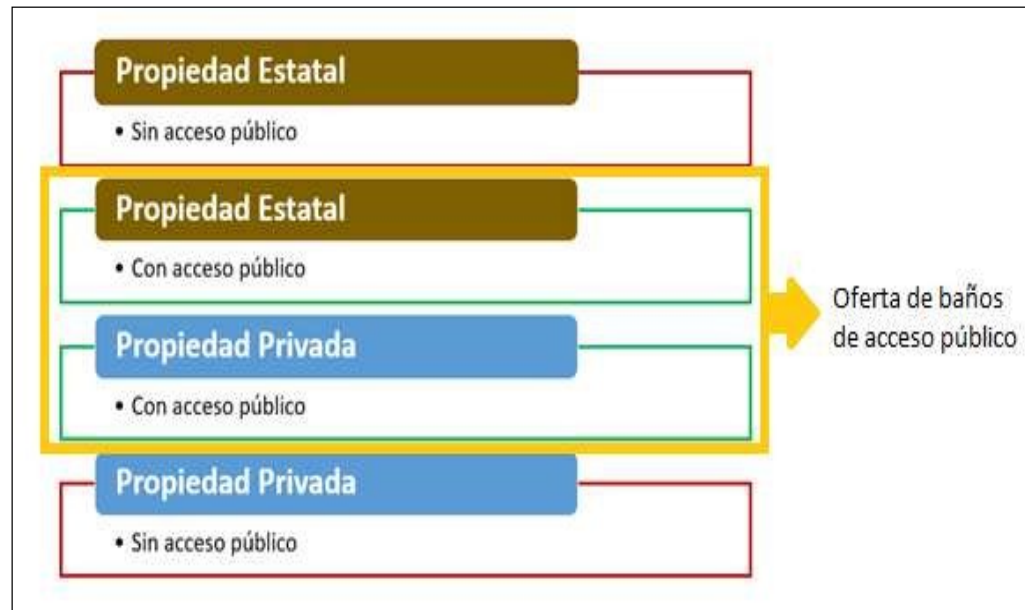
ESTADO ACTUAL DEL SERVICIO DE BAÑOS DE ACCESO PÚBLICO EN BOGOTÁ D.C.



MARCO CONCEPTUAL

BIEN PÚBLICO (Stiglitz, 2000):

- **No Rivalidad:** El consumo del bien o servicio por un individuo no impide o reduce significativamente el consumo por parte de otros.
- **No Exclusión:** No es posible impedir el consumo del bien o servicio por parte de un individuo cualquiera o es demasiado costoso establecer barreras que se lo impidan.

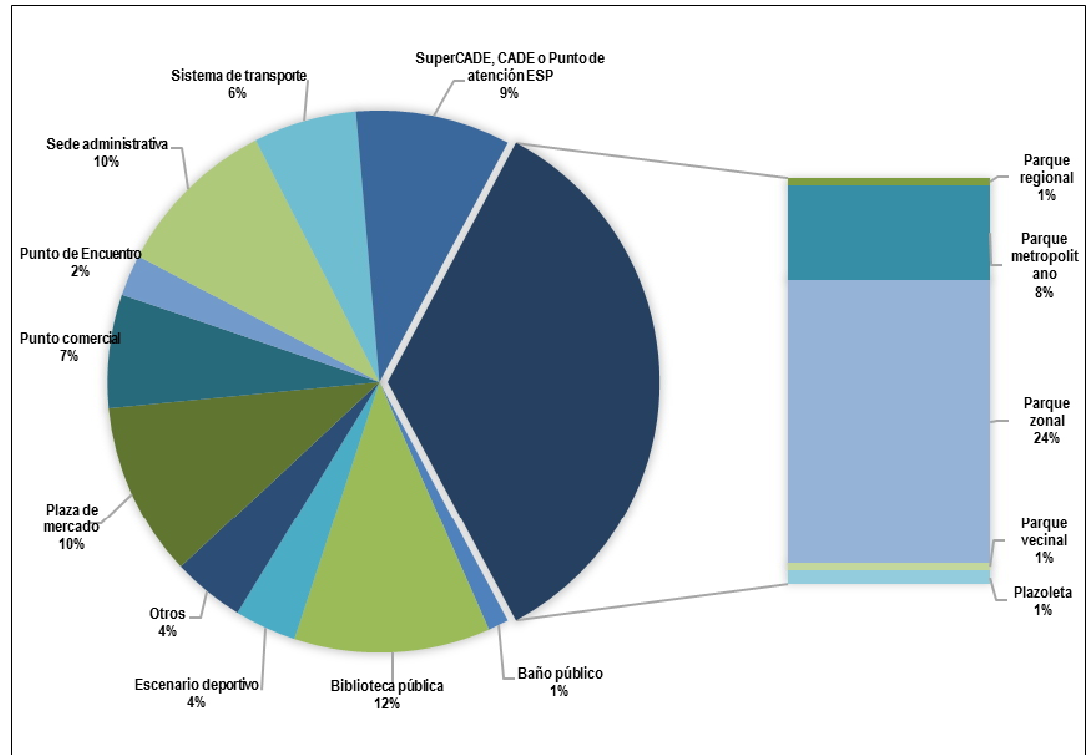


La connotación “pública” de los baños no radica en la propiedad de las instalaciones físicas y/o su administración por parte del Estado, ni en su localización –la cual puede encontrarse directamente sobre el espacio público o al interior de una edificación–, sino en la posibilidad de **acceso** general irrestricto al bien/servicio.

IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

OFERTA ESTATAL DISTRITAL (Circular 004 de 2018):

“Haga una relación de las instalaciones físicas con las que cuenta la entidad que representa, que están abiertas al público general o prestan servicio de atención al ciudadano, y que disponen de un servicio de baños de libre acceso, indicando para cada una de las instalaciones/puntos identificadas su dirección y localidad”.



IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

OFERTA PRIVADA:

Obligatoriedad de existencia de baterías sanitarias en edificaciones comerciales

- Acuerdo 20 de 1995 (Código de Construcción), Artículo D.3.5.3: Requerimientos y especificaciones de aparatos de fontanería.

Obligatoriedad de existencia de baterías sanitarias abiertas al público

- Acuerdo 20 de 1995 (Código de Construcción), Artículo A.4.3.3: Sub-grupo de edificaciones comerciales C-2 (Bienes y Productos), definidas como establecimientos de comercio abiertos al público.

Obligatoriedad de préstamo al público en general de baterías sanitarias en establecimientos abiertos al público

- Ley 1801 de 2016 (Código de Policía), Artículo 94, Numeral 8 y Parágrafo 1.

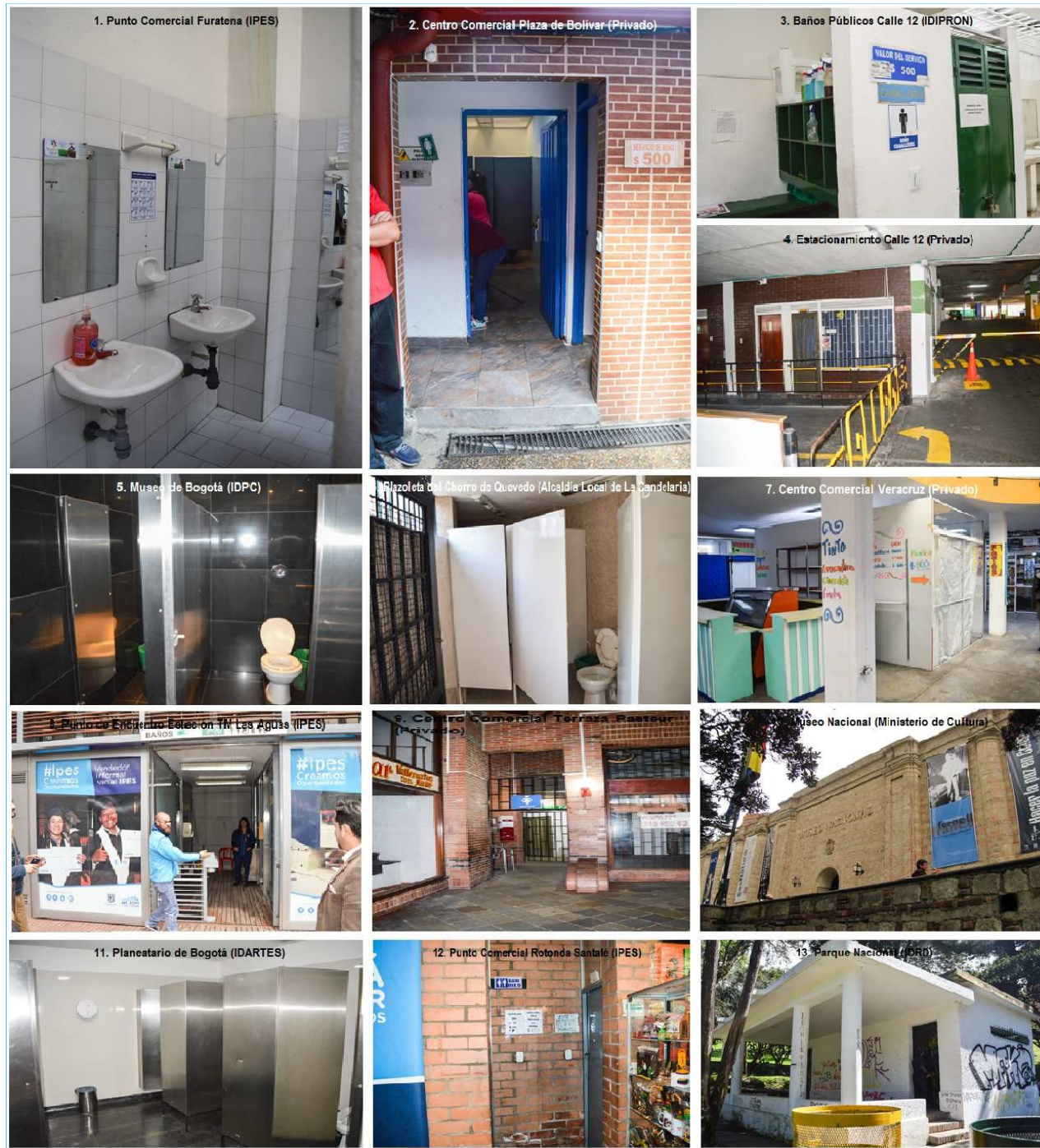


IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

GRUPO DE USO	TIPO DE EDIFICACIÓN	IDENTIFICACIÓN
C-2 Comercial: Bienes y Productos	Almacenes	No hay un código CIIU, ni una capa geográfica específica.
	Mercados	Equipamientos de abasto de alimentos (Decreto 190 de 2004, Art. 233, Núm. 3, Lit. C), Se incluyen en el apartado de Oferta estatal distrital como Plazas de mercado.
	Supermercados	No hay un código CIIU, ni una capa geográfica específica.
	Depósitos menores	No hay un código CIIU, ni una capa geográfica específica.
	Restaurantes, cafeterías, fuentes de soda y similares	Censo de establecimientos económicos (Códigos CIIU): (5611) Expendio a la mesa de comidas preparadas. (5612) Expendio por autoservicio de comidas preparadas. (5613) Expendio de comidas preparadas en cafeterías. (5619) Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.
	Centros comerciales	Centros comerciales grandes, medianos y pequeños (Base de datos Catastral)
	Panaderías	No hay un código CIIU, ni una capa geográfica específica.
	Farmacias	No hay un código CIIU, ni una capa geográfica específica.
	Bodegas	No hay un código CIIU, ni una capa geográfica específica.
	Centros de distribución	No hay un código CIIU, ni una capa geográfica específica.

La **OFERTA TOTAL** (Oferta Estatal Distrital + Oferta Privada) alcanza un total de **32.660 puntos** y se encuentra concentrada espacialmente en sus rangos “Muy Alta”, “Alta” y “Media” sobre el 15,52% del área analizada, de manera que en esa extensión de terreno se aglomera el 59,75% de los puntos.


**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**



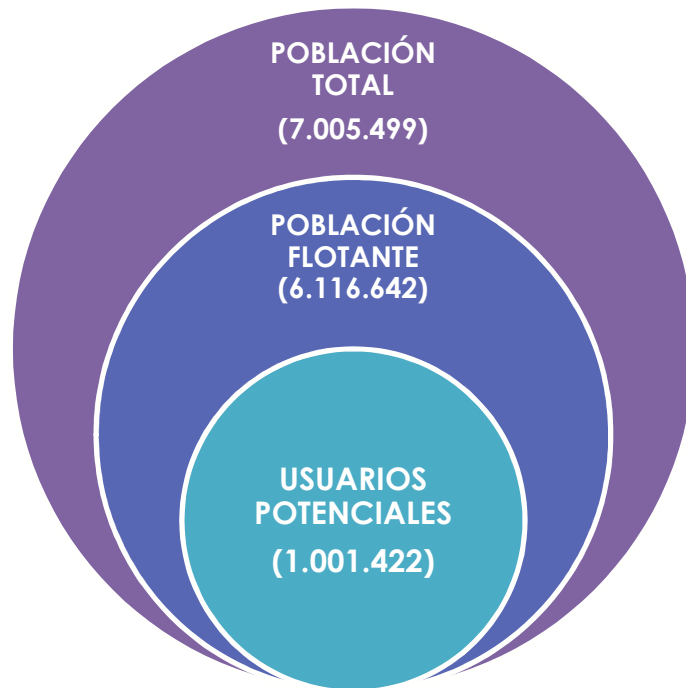
IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA



Población residente ≠ Usuarios potenciales:

- Instalaciones sanitarias en las viviendas.
- Necesidad del servicio en la zona de destino, no de origen.

Población flotante: Población que utiliza un territorio pero cuyo lugar de residencia es otro (Garrocho, 2011).

Usuarios potenciales = Subconjunto de la Población flotante:

- Horario 7:00 am – 7:00 pm
- Día Hábil Típico
- Destino ZAT en Bogotá (sin importar el origen)
- Exclusión viajes peatonales menores a 15 minutos.
- **Motivaciones de viaje.**

VIAJE COMO PROXY DE PERSONAS: 89% solo realiza dos viajes al día; 47% de los viajes es por el motivo “volver a casa”.

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

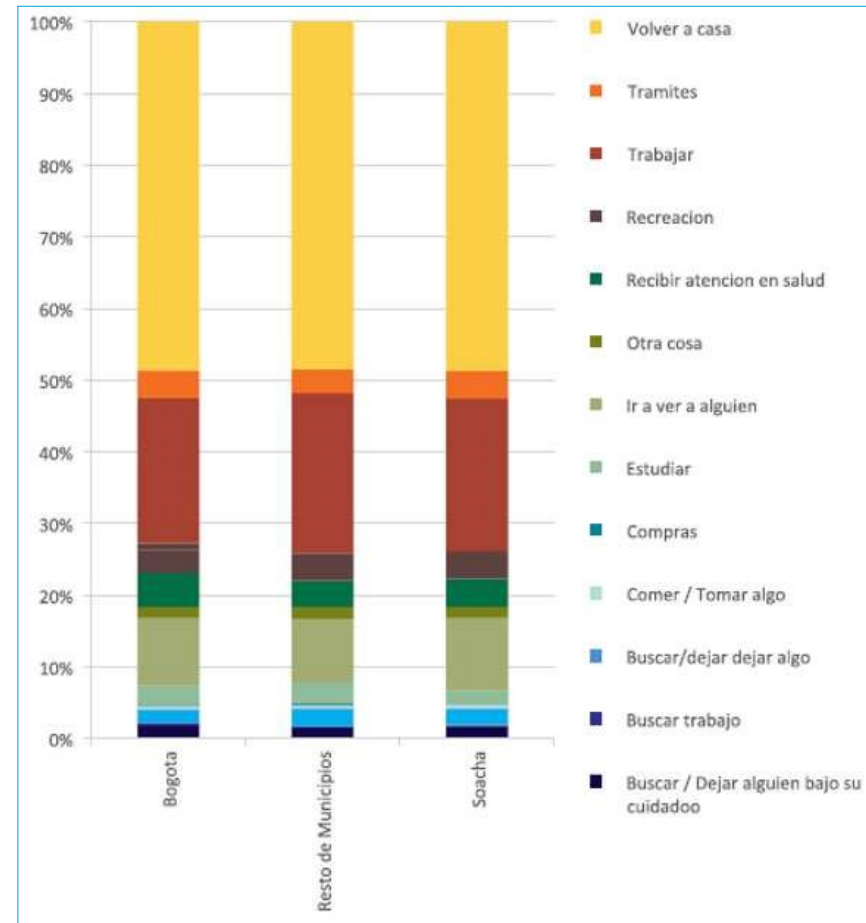
MOTIVACIONES DE VIAJE (SDM, 2016):

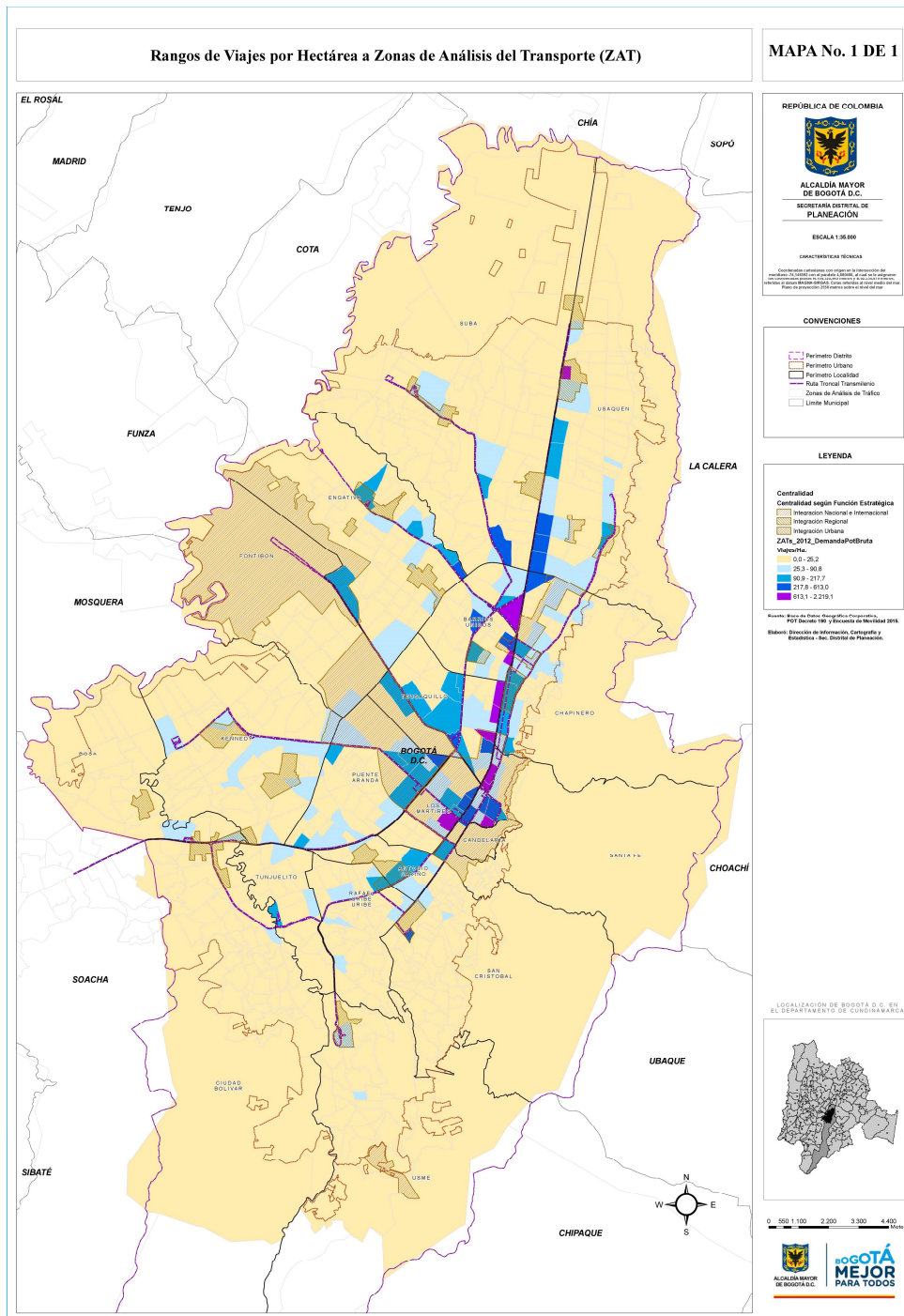
Incluidas:

- Trámites
- Recreación
- Otra cosa
- Ir a ver a alguien
- Buscar/dejar algo
- Buscar trabajo
- Buscar/dejar a alguien

Excluidas:

- Volver a casa
- Trabajar
- Estudiar
- Recibir atención en salud
- Comer/Tomar algo





ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

La **demanda potencial** del servicio de baños públicos alcanza un total de **1.001.422 viajes** como **proxy de los usuarios potenciales**, teniendo que dicha demanda potencial se encuentra concentrada espacialmente en sus rangos "Muy Alta", "Alta" y "Media" sobre el 3,97% del área analizada, de manera que en esa extensión de terreno se aglomera el 59,75% de los destinos de los viajes.

DEMANDA	Viajes	Ha. (#)	Ha. (%)	ZAT (#)	ZAT (%)	Viajes/Ha.
MUY ALTA	186.115	196,78	0,34	9	1,15	2219,15 - 616,77
ALTA	200.608	507,36	0,88	17	2,18	613,01 - 224,44
MEDIA	211.610	1579,46	2,75	36	4,62	217,74 - 91,17
BAJA	201.585	3866,74	6,72	106	13,59	90,84 - 25,75
MUY BAJA	201.504	51358,21	89,31	612	78,46	25,21 - 0,00
TOTAL	1.001.422	57508,56	100,00	780	100,00	NA



ALCALDIA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

CONCLUSIONES

- Existe **1 punto** que presta el servicio de baño de acceso público por cada **30,66 usuarios potenciales**, donde cada punto posee 1 o más baterías sanitarias.
- Las ZAT con una **relación positiva** Oferta/Demanda son 343 (**43,93%**), las ZAT con una **relación neutral** son 374 (**47,95%**), y con una **relación negativa** son 63 (**8,08%**).
- Las **localidades** con mayor participación en las ZAT con **relación negativa** son Usaquén (12), Teusaquillo (9), Puente Aranda (9), Chapinero (6), Engativá (6) y Kennedy (6).

ZAT		DEMANDA											
		MUY ALTA		ALTA		MEDIA		BAJA		MUY BAJA		SUBTOTAL	
		#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
OFERTA	MUY ALTA	5	0,64	5	0,64	8	1,03	23	2,95	16	2,05	57	7,31
	ALTA	4	0,51	3	0,38	4	0,51	21	2,69	60	7,69	92	11,79
	MEDIA	0	0,00	1	0,13	5	0,64	16	2,05	82	10,51	104	13,33
	BAJA	0	0,00	2	0,26	2	0,26	15	1,92	108	13,85	127	16,28
	MUY BAJA	0	0,00	6	0,77	17	2,18	31	3,97	346	44,36	400	51,28
	SUBTOTAL	9	1,15	17	2,18	36	4,62	106	13,59	612	78,46	780	100,00