

# Acercamiento al reconocimiento de la marca Bronx DC en Bogotá

2023

La **BOGOTÁ**  
que estamos construyendo

## Agenda

- 1- Nueva perspectiva de investigación- ficha de productos
- 2- Objetivo de la investigación
- 3- Distritos Creativos
- 4- Metodología
- 5- Hallazgos
  - Posicionamiento Actual
  - Conexión emocional
  - Valor de marca
- 6- Recomendaciones

# Ficha de productos.

**orfeo**  
No. 202391004200100023E

CULTURA CIUDA DANA  
**DIRECCIÓN OBSERVATORIO**  
y Gestión del Conocimiento Cultural

# Bronx Distrito Creativo 2023

Acercamiento al reconocimiento de la marca en Bogotá

- Informe Final
- Base de datos
- Informe Cuantitativo
- Tablas de Salida
- Registros Buffer Bronx
- Zona de influencia
- Presentación

SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE  
BOGOTÁ

## Objetivo de la investigación

### Objetivo Principal.

- Realizar el reconocimiento del posicionamiento de la marca Bronx Distrito Creativo en las personas que frecuentan las localidades que están cerca al Bronx DC.



## Marco político - Distritos Creativos.

### UNESCO

*Guía de políticas para un sector creativo resiliente.* encaminar a las industrias culturales y creativas a mantener, fortalecer y consolidar las condiciones de trabajo de los actores que hacen parte de este sector.

### Ley 1493 de 2011

*Generación de recursos de la infraestructura pública destinada para la realización de espectáculos públicos*

### Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa 2019-2038

Se contempla el desarrollo de lugares para la creación, circulación y transformación del arte a través de espacios que cuenten con condiciones propicias para su desarrollo que permiten el fortalecimiento de la ciudad

### Plan de Desarrollo Distrital de Bogotá, 2020 - 2024

Promover la participación, la transformación cultural, deportiva, recreativa, patrimonial y artística que propicien espacios de encuentro, tejido social y reconocimiento del otro

### Administraciones distritales frente al BRONX

Proceso Renovación Urbana del centro de la ciudad y de la zona anteriormente conocida como "El Bronx". Lo anterior a partir de la expedición de los decretos 145 de 2013, 329 de 2016 y 529 de 2017

# Metodología

**Lugar de recolección:** Localidades de Santa Fe, Los Mártires y La Candelaria, sin incluir el polígono del Bronx DC.

**Objetivo:** Indagar sobre el conocimiento de las actividades que se realizan en el Bronx DC, las opiniones y percepciones sobre el Distrito Creativo y la satisfacción con los eventos realizados.

**Periodo de recolección:** Julio 8 al 10 de 2023

**Población objetivo:** Personas que frecuentan las localidades que están cerca al Bronx DC y pueden conocerlo por proximidad.

**Diseño muestral:** Muestreo no probabilístico por interceptación

**Metodología de aplicación:** Entrevista presencial

**Tipo de instrumento:** Encuesta estructurada

**Total, de preguntas aplicadas:** 17 preguntas aplicadas y 6 preguntas demográficas

**Tamaño de muestra:** 480 encuestas efectivas

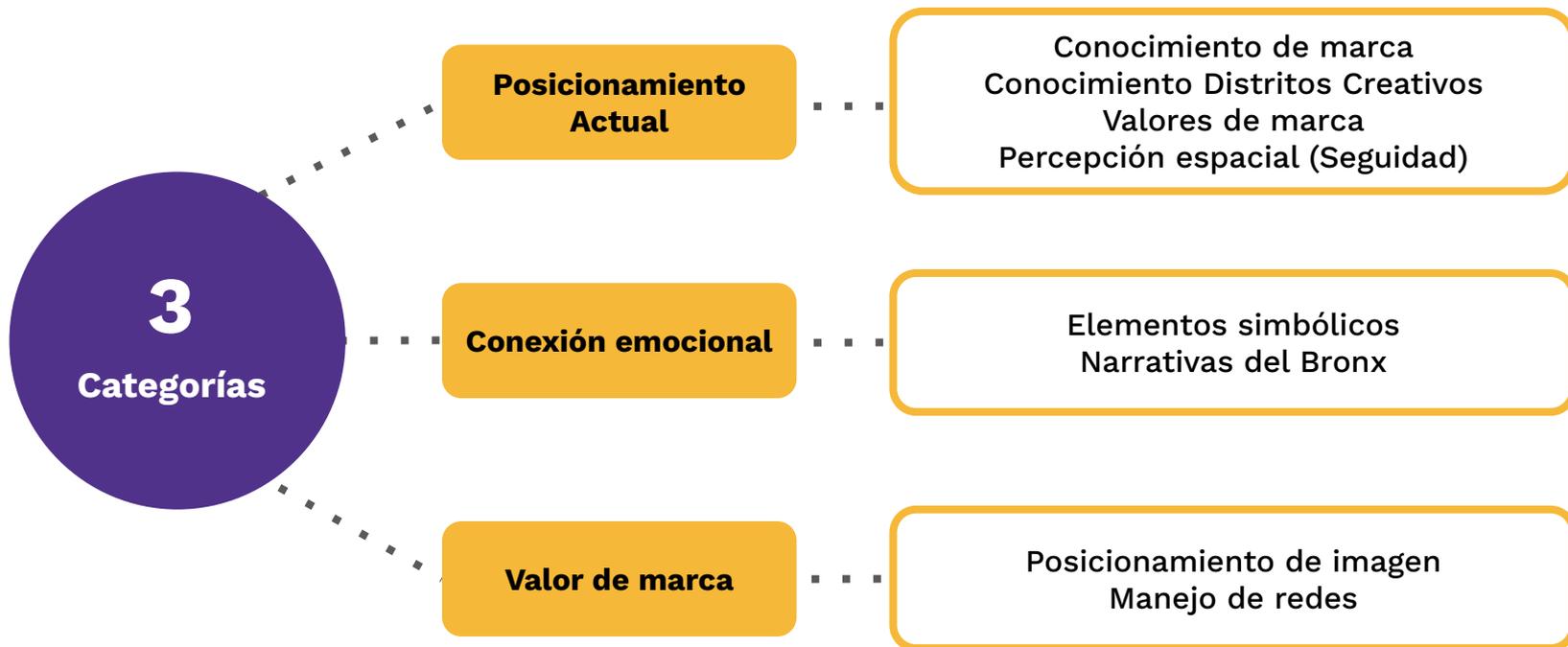
**Confiabilidad:** No aplica

**Error de muestreo esperado:** No aplica

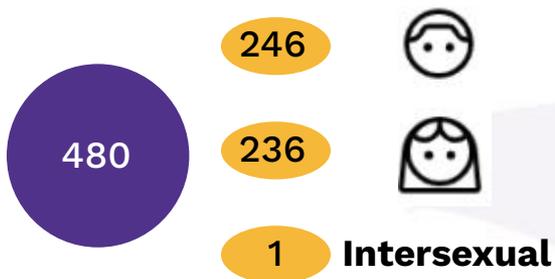
**Aplicada por:** Equipo de mediciones de la DOGCC

# Metodología

Sobre el instrumento:



# Hallazgos



Género de los encuestados



Rango de edades de los encuestados



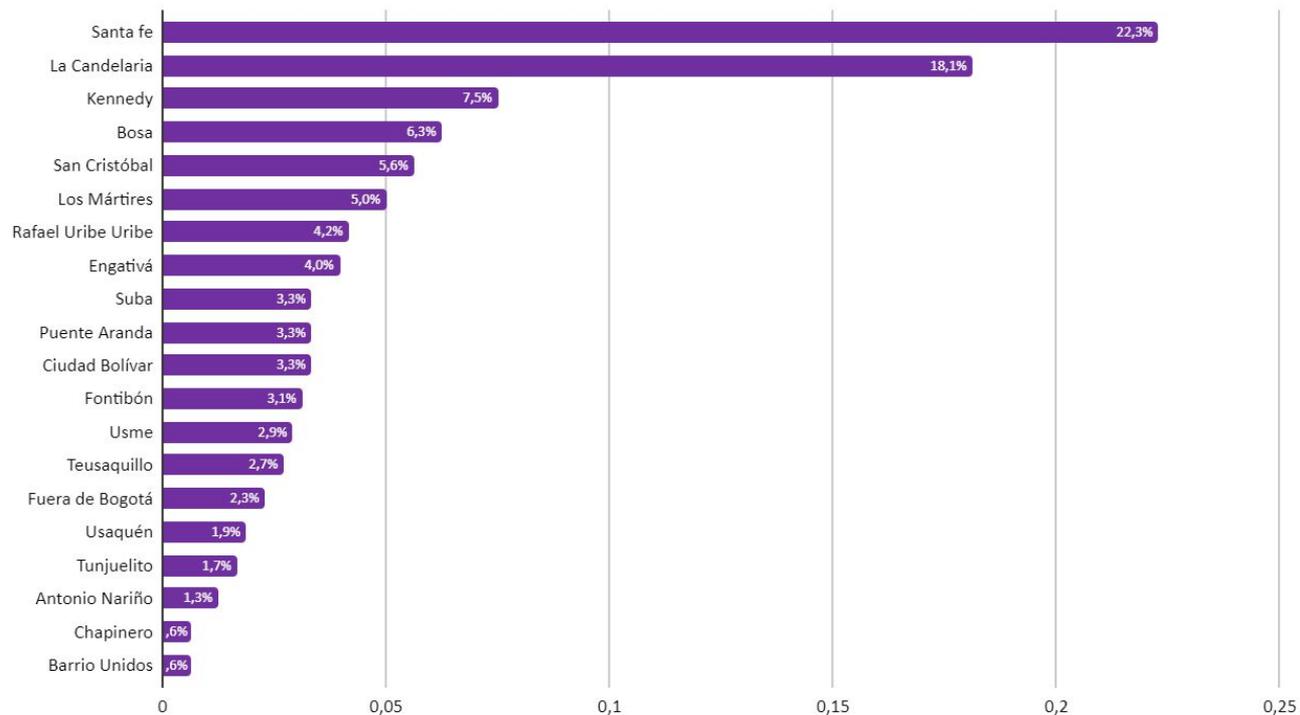
Dedicación de los encuestados



Nivel educativo alcanzado

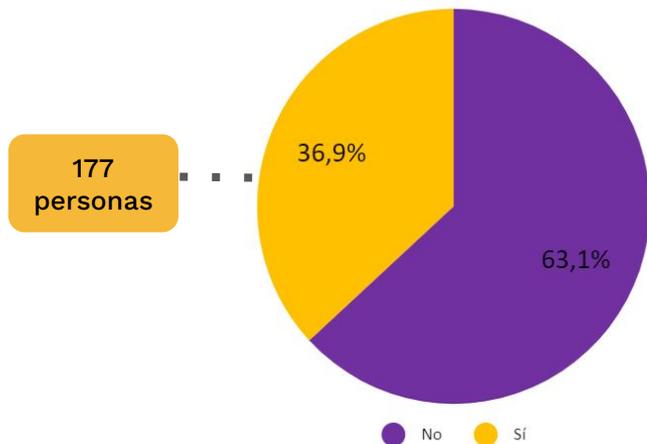
# Hallazgos

## D6. Localidad de residencia



## Hallazgos - Posicionamiento Actual

2. ¿Conoce o ha escuchado sobre las obras que se adelantan en el Bronx Distrito Creativo?



**67** Participado de actividades del BDC

**13.1%** Trabajo comunitario y recuperación de la memoria del BDC

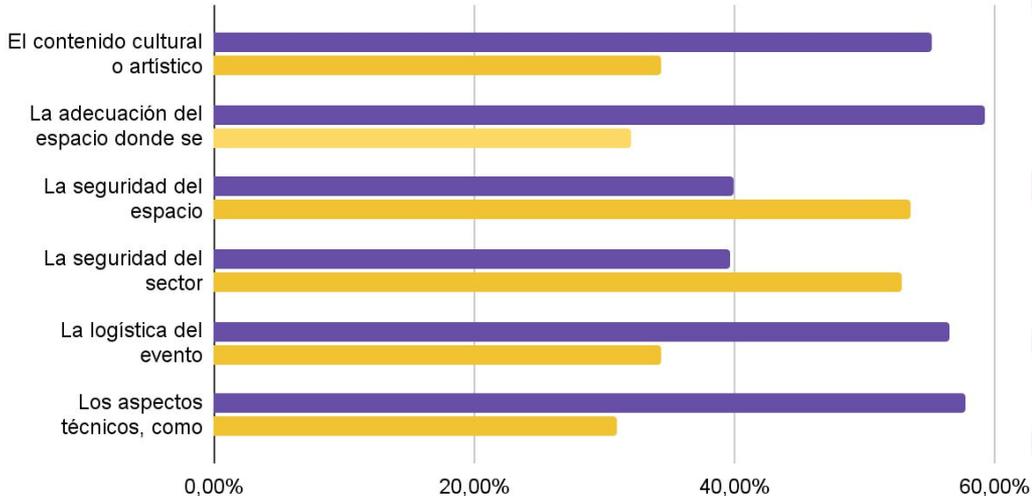
**60%** De quienes han asistido a eventos se sienten seguros

Reconocimiento de los esfuerzos de la FUGA, se deben ampliar esfuerzos para ampliar conocimiento de marca

## Hallazgos - Posicionamiento Actual

Si usted tuviera la oportunidad de asistir a algún evento en el Bronx Distrito Creativo, ¿qué tan importantes serían para usted

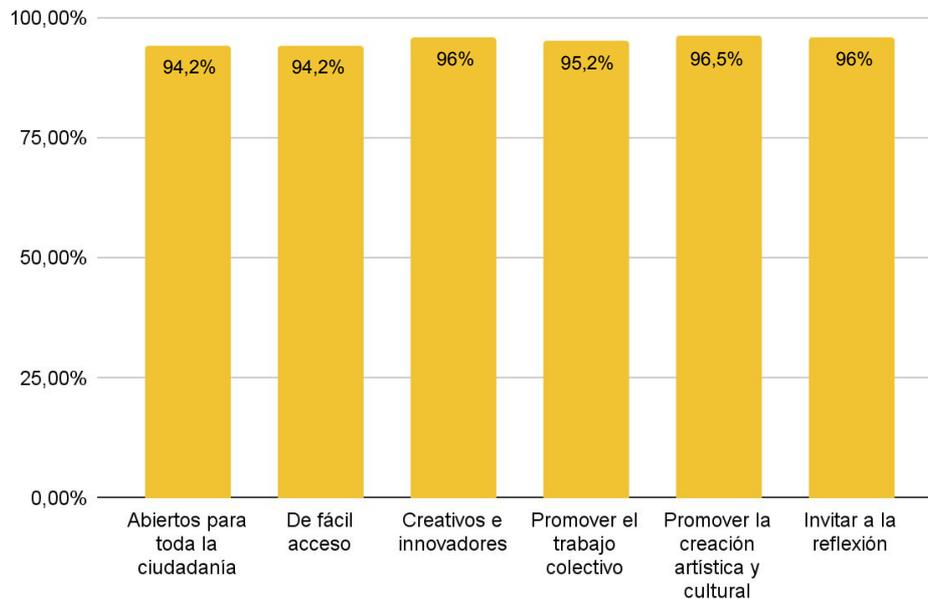
■ importante ■ Muy importante



Aspectos a tener en cuenta...

## Hallazgos - Posicionamiento Actual

Si usted tuviera la oportunidad de asistir a algún evento en el Bronx Distrito Creativo, ¿qué tan importantes serían para usted los siguientes factores en cuanto a calidad?



# Hallazgos - Conexión emocional

## Conocer su historia y transformación

58,3%

14,2% Patrimonio Arquitectónico

8,1% Eventos y espectáculos

7,7% Oferta bienes de emprendimiento

6% Oferta gastronómica

5,6% Ferias comerciales

## Patrimonio Arquitectónico

36,7%

18,5% Eventos y espectáculos

18,3% Conocer su hist. y transformación

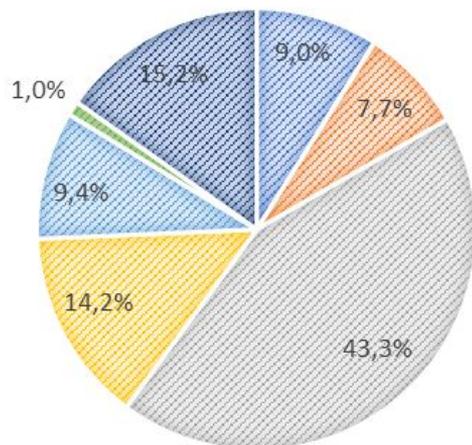
11,5% Oferta bienes de emprendimiento

8,5% Ferias comerciales

6,5% Oferta gastronómica

## Hallazgos - Conexión emocional

■ Alegría ■ Calma ■ Esperanza ■ Miedo ■ Otra ■ Rabia ■ Tristeza



Emoción producida por el espacio

Esperanza es la más nombrada

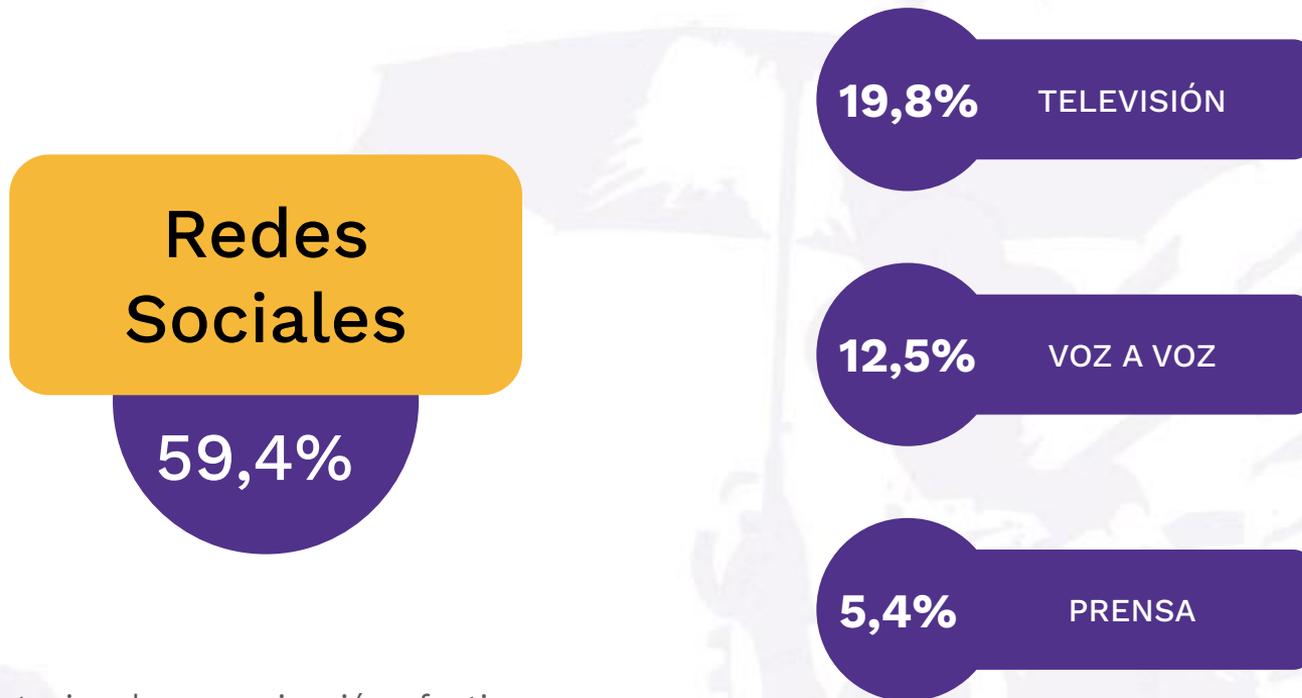
Percepción de cambio en la mentalidad de la gente en el espacio

Curiosidad o nada son las opciones más nombradas en la opción otra.

## Hallazgos - Conexión emocional



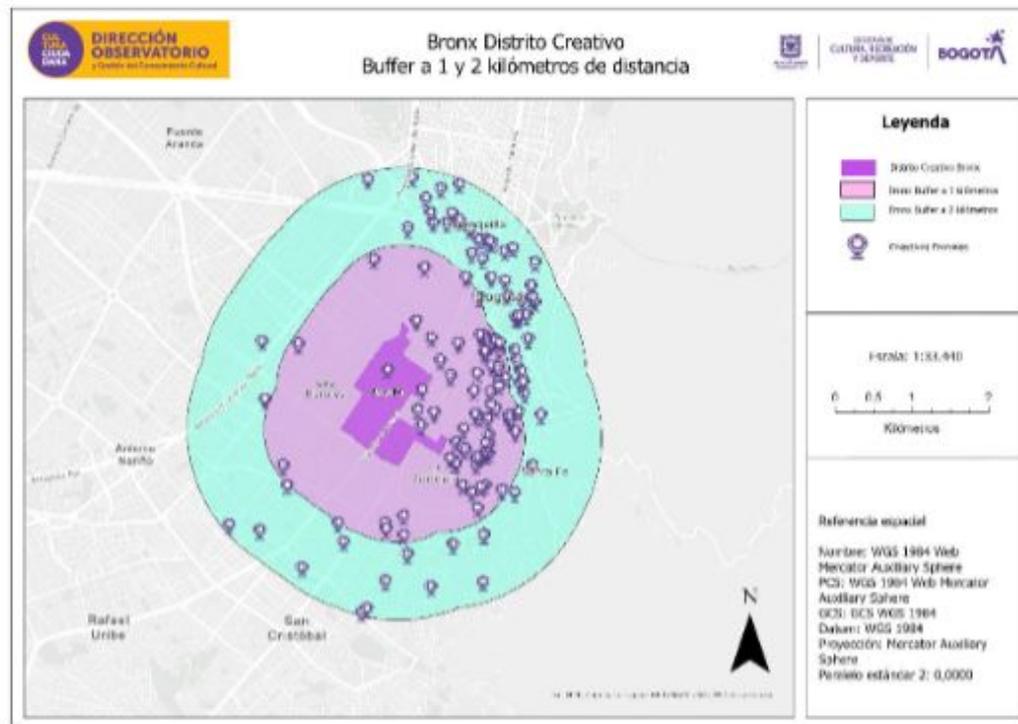
## Hallazgos - Valor de Marca



Estrategias de comunicación efectivas



# Hallazgos - Análisis zona de Influencia Bronx



## Recomendaciones

1

Desconocimiento de la marca, tener en cuenta que esta es una **marca lugar**, concepto que puede ser utilizado para **promover una identidad distinta** que genere el interés y preferencia por el espacio

2

Es necesario hacer un **reconocimiento de los valores** de la **marca lugar** y una identificación de lo que se quiere expresar a través de estos. Aporta a la construcción de ciudad

3

Aprovechamiento de **elementos arquitectónicos** para atraer a los públicos y ayudar a la **promoción y apropiación de marca**

4

Se debe seguir trabajando en la **visibilización de la marca**, no solo a través de eventos culturales, sino también de informar a la gente en qué consiste un **distrito creativo**.

# Recomendaciones - Posicionamiento de marca

Reconocimiento de a quienes se quiere alcanzar  
**Priorización de públicos**



**Identificación de valores.**  
Tener en cuenta respuestas  
nube de palabras



**Creación de alianzas.** Tener  
en cuenta la identificación  
anterior.



**DOFA** Permitirá reconocer  
que se debe mejorar y  
posibles vías.



**Identidad Visual.**  
Reconocimiento de elementos y  
puntos de emoción



**Identificación de alianzas.**  
Unión de esfuerzos con los  
agentes cercanos.

## Conclusiones

1

Reconocimiento trabajo de la FUGA para que más del 30% conozcan o hayan escuchado sobre el Bronx Distrito Creativo.

2

Los entrevistados dan más peso a la carga histórica y patrimonial que puede tener el espacio, que en la oferta gastronómica o de ferias que podrían llevarse a cabo.

3

BDC es un potencial punto de encuentro de creación comunitaria entre comunidad y visitantes

4

Estudio posterior para identificar a quienes se debe impactar y relación con los públicos que ya se tienen captados

**Gracias por su atención.**



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE  
CULTURA, RECREACIÓN  
Y DEPORTE

BOGOTÁ

