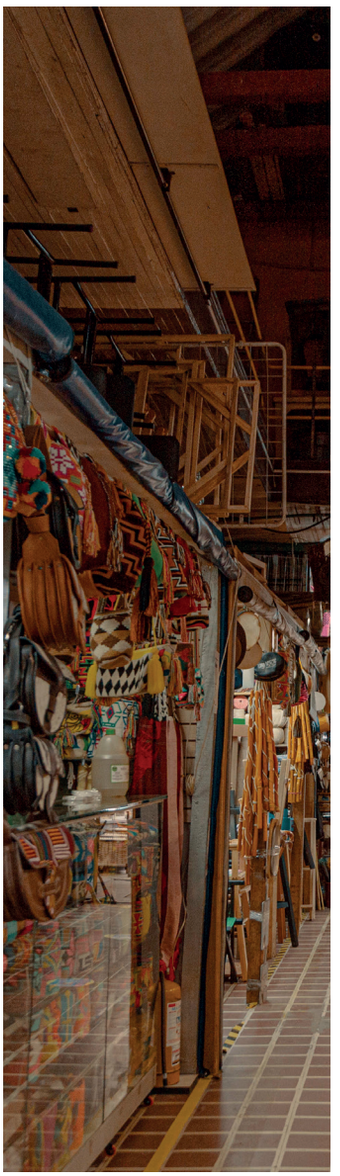
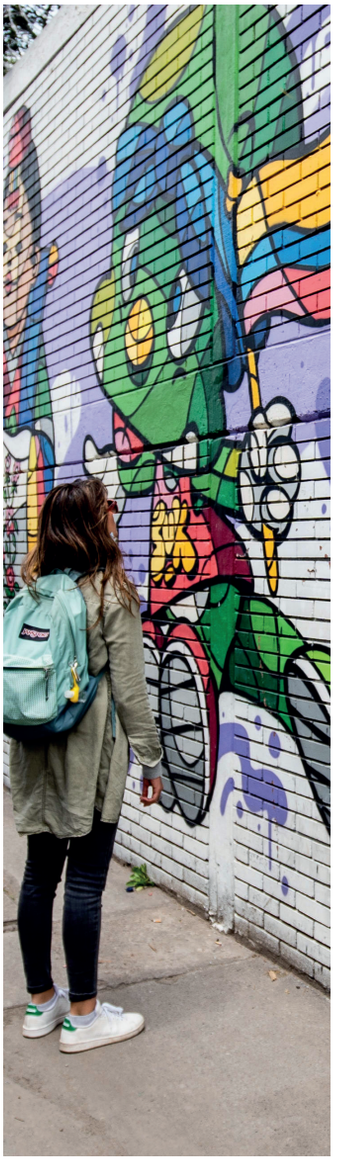
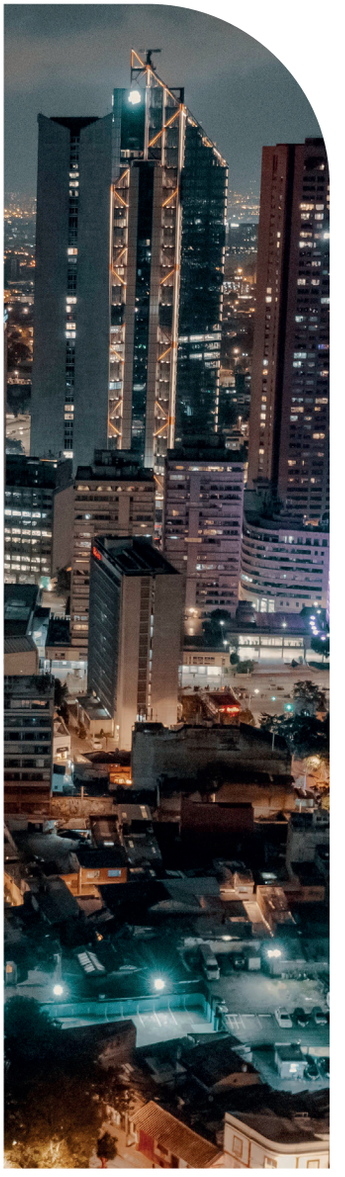
Política Pública Distrital de Turismo 2023-2033

"Bogotá Destino Turístico Sostenible, Inteligente, Responsable e Incluyente".







Documento CONPES D.C. #26
Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito Capital.

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

BOGOTÁ

Documento CONPES D.C. 26

Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito Capital.

POLÍTICA PÚBLICA DISTRITAL DE TURISMO “BOGOTÁ DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE, INTELIGENTE, RESPONSABLE E INCLUYENTE” 2023-2033

Sector: Desarrollo económico, industrita y Turismo
Entidad: Instituto Distrital de Turismo

Publicado en el Registro Distrital No. 7717 de fecha 11 de mayo de 2023.

ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

Entidades cabeza de sector que participan en el plan de acción de la política pública:

1. Secretaría Distrital de Planeación
2. Secretaría Distrital de la Mujer
3. Secretaría Distrital de Ambiente
4. Secretaría Distrital de Hacienda
5. Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte
6. Secretaría Distrital de Desarrollo Económico
7. Secretaría Distrital de Integración Social
8. Secretaría Distrital de Gobierno
9. Secretaría Distrital de Hábitat
10. Secretaría Distrital de Movilidad
11. Secretaría Distrital de Seguridad Convivencia y Justicia
12. Secretaría de Educación Distrital
13. Secretaría General

Claudia López Hernández
Alcaldesa Mayor de Bogotá

María Mercedes Jaramillo Garcés
Secretaria Distrital de Planeación

María Clemencia Pérez Uribe
Secretaria General

Felipe Jiménez Ángel
Secretario de Gobierno

Juan Mauricio Ramírez Cortes
Secretario de Hacienda

Oscar Gómez Heredia
Secretario de Seguridad, Justicia y Convivencia

Catalina Valencia
Secretaria de Cultura, Recreación y Deportes

Alfredo Bateman Serrano
Secretaria de Desarrollo Económico

Diana Rodríguez Franco
Secretaria de la Mujer

Edna Bonilla Sebá
Secretaria de Educación

Margarita Barraquer Sourdis
Secretaria de Integración Social

Deyanira Ávila Moreno
Secretaria de Movilidad

Alejandro Gómez López
Secretario de Salud

Carolina Urrutia Vásquez
Secretaria de Ambiente

Nadia Rangel Rada
Secretaria de Hábitat

William Mendieta Montealegre
Secretaria Jurídica

Créditos

CLAUDIA NAYIBE LÓPEZ HERNÁNDEZ
Alcaldesa Mayor de Bogotá D.C

ALFREDO BATEMAN SERRANO
Secretario de Desarrollo Económico

ANDRÉS ORLANDO CLAVIJO RANGEL
Director General del Instituto Distrital de Turismo (IDT)

JORGE IVÁN CHACÓN MARTÍNEZ
Subdirector de Desarrollo y Competitividad IDT

JUAN JOSÉ LAMAR MONTOYA
Subdirector de Promoción y Mercadeo IDT

PAOLA ANDREA SÁNCHEZ PRIETO
Subdirectora de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información IDT

JHON ALEXANDER CHALARCA GÓMEZ
Subdirector Gestión Corporativa IDT

LUZ MARLEN MARTÍNEZ HUERTAS
Subdirectora de Planeación IDT

ANDRÉS FELIPE ESPINOSA ZULUAGA
LINA MARCELA LOSADA YEPES
Equipo formulador

CARLOS DANIEL BOLIVAR VARGAS
Equipo gráfico

RICARDO BÁEZ FLÓREZ
JUAN AMARÚ RODRIGUEZ
ROY VEGA
Fotografía

Resumen Ejecutivo

El sector Turismo es estratégico para el desarrollo económico, social y ambiental de Bogotá. Su impacto en la dinamización de la economía, en las posibilidades de movilidad social y en reconocimiento y protección de la estructura ecológica principal, hacen que sea un núcleo fundamental para pensar el desarrollo social y territorial, desde su escala distrital hasta la regional.

El Turismo es un sistema complejo, que trasciende a los límites de la jurisdicción distrital (incluyendo su ámbito metropolitano). Está compuesto por los subsistemas social, ambiental, inteligencia, de recursos, de industria turística, cultural y de gobernanza, en cuya interrelación se gestan las dinámicas necesarias para atraer turistas y visitantes, mediante productos, servicios y experiencias basadas en criterios de sostenibilidad y responsabilidad. Pese a esto, se han identificado situaciones problemáticas que limitan sus capacidades y que se constituyen como un problema que debe ser resuelto colectivamente.

Frente a esto, el ámbito de intervención geográfico de la política es Bogotá y establece orientaciones de política que permitan su integración y coordinación con la Región Metropolitana Bogotá-Cundinamarca, a través de su Consejo Metropolitano y en relación con otras formas de asociación territorial como la Región Administrativa de Planificación Especial. En este sentido, esta política pública contempla acciones de articulación en torno a la creación de productos regionales, promoción turística, entre otros aspectos. En línea con los principios de autonomía territorial, sostenibilidad, pluralidad, convergencia económica, gradualidad, especialidad y participación, contemplados en la Ley 2129 de 2022.

En este marco, la política surge como instrumento para intervenir el problema de baja capacidad del Sistema Distrital de Turismo para el fomento de la actividad turística y la consolidación de Bogotá-región como destino inteligente y sostenible, lo que ha impactado negativamente en la garantía de derechos fundamentales para la población.

Para intervenir esta problemática, la política se plantea como objetivo general consolidar a Bogotá región como un destino turístico sostenible, inteligente, responsable e incluyente, que desarrolla la actividad turística en equilibrio con el desarrollo social, ambiental y económico de los territorios, sectores, pueblos y comunidades.

Las acciones se concentran en cinco objetivos específicos que se corresponden a su vez con las dimensiones de Destino Turístico Inteligente (DTI). En primer lugar, en lo referido a la gobernanza del Sistema Distrital de Turismo, se contemplan acciones para asegurar una mejor gestión del destino, a través de la implementación del plan de acción de DTI, el mejoramiento de la seguridad turística, con planes y redes de seguridad en clave territorial, la ampliación de la participación ciudadana, con la creación y conformación de los Consejos Locales de Turismo, la calidad turística con procesos de asistencia técnica especializada, la apropiación de ciudad y la incidencia metropolitana, nacional e internacional de Bogotá.

En el segundo objetivo se establece una apuesta para mejorar la accesibilidad y el desarrollo de la actividad turística, con acciones para el diseño de productos accesibles, la promoción de la inclusión laboral y productiva, la asistencia técnica para el diseño universal.

En el tercer objetivo se definen acciones para mejorar la innovación de la industria turística y de los actores de la cadena de valor del Turismo, a través de estrategias para el desarrollo de productos turísticos que apunten a mejorar la competitividad, la implementación del laboratorio de innovación turística, el mejoramiento del encadenamiento productivo y la entrega de estímulos para incentivar la sostenibilidad de las MiPymes del sector.

En el cuarto objetivo se contemplan acciones en clave de Turismo sostenible, como procesos de asistencia técnica a prestadores para la obtención de sellos de sostenibilidad, de medición de la huella ecológica de la actividad turística y el desarrollo de programas para su reducción, Planes de Gestión Turística Local, estímulos para el Turismo comunitario y la vinculación del sistema distrital del cuidado.

En el quinto objetivo se plantean acciones para la apropiación efectiva de la tecnología y la inteligencia en el Sistema Distrital de Turismo, a través de productos como el Sistema de Información Turística, procesos de capacitación para la utilización de las TIC, señalización inteligente y la arquitectura para interoperabilidad de datos base para el Turismo.

Como elementos transversales para el logro de este objetivo se abordan las lecciones aprendidas en la actividad turística a partir de los impactos del COVID 19 , la necesidad de avanzar en la construcción de un destino libre y seguro para las mujeres, y la responsabilidad de posicionar a la Región Metropolitana Bogotá-Cundinamarca como un destino turístico líder. Frente a las lecciones aprendidas del COVID 19, se destaca que, a partir de los impactos sobre la industria turística, evidenciados en perdida de registros formales, disminución en ventas, desempleo, entre otros, se visibilizaron retos fundamentales para el sector, unos relacionados con la necesidad de incorporar tecnologías y formas innovadoras que disminuyan la vulnerabilidad del turismo frente a la materialización de riesgos y de otro lado, repensar las formas en cómo la seguridad turística y los procesos de fortalecimiento a prestadores de servicios turísticos deben ser más adaptables y responder a las dinámicas de un contexto social y económico volátil.

Por otra parte, la consolidación de Bogotá región como destino turístico, debe estar orientada bajo parámetros técnicos y políticos que permitan garantizar integralmente los derechos de las mujeres. Esto implica intervenir las situaciones que reproducen brechas de género en la industria turística, ocasionando mayor nivel de informalidad y dificultades de acceso al mercado laboral para las mujeres. Igualmente, el territorio debe adaptarse para garantizar la seguridad e integridad de las turistas y residentes del destino.

El desarrollo de esta apuesta programática convoca a 14 sectores de la administración distrital, 26 entidades distritales y 20 Alcaldías Locales, y articular acciones, recursos e instrumentos de planeación, que permitan el fortalecimiento del sistema distrital de turismo y con esto contribuir a que la Región Metropolitana Bogotá Cundinamarca sea un destino sostenible, inteligente, responsable e incluyente. En el corto plazo, se espera que estas acciones complementen y articulen las apuestas programáticas del Plan de Desarrollo Turístico para la Región Metropolitana, el diseño y la ejecución de infraestructura turística estratégica y el desarrollo de proyectos turísticos especiales.

En este marco, adoptar una política pública distrital de Turismo es un propósito de ciudad, que propone una visión de largo plazo y que se constituye como un instrumento para enfrentar los principales retos para generar Turismo sostenible, desarrollo económico, social y ambiental.

Igualmente, esta política contribuye al propósito de constituir un modelo de gestión turística metropolitana, mediante la gestión integrada de productos metropolitanos, promoción como destino regional, entre otros aspectos. Para ello, la política pública de Turismo proyecta un horizonte de acción a 11 años.

Tabla de contenido

Siglas y abreviaciones 18
Introducción 21
Antecedentes y justificación 27
Marco Jurídico 33
Marco conceptual 36
Estrategia, proceso y resultados de la participación 50
Diagnóstico 67
Formulación de la política 103
Objetivo general 104
Objetivos específicos 104
Sectores y entidades corresponsables 122
Seguimiento y evaluación 123
Financiamiento 124
Glosario 128
Anexos 143
Bibliografía 143
Agradecimientos 153

Índice de figuras, tablas y mapas

FIGURAS

Figura 1 Interpretaciones del Turismo sostenible 44

Figura 2 Principios De Sostenibilidad 45

Figura 3 Valores Y Principios Del Turismo Sostenible 46

Figura 4 Pilares estratégicos destinos turísticos inteligentes 48

Figura 5 Estructura de la estrategia de participación fase de agenda pública 51

Figura 6 Fases del proceso de participación ciudadana para la formulación de la política pública de Turismo 52

Figura 7 Tipologías de viajeros 69

Figura 8 Turistas nacionales e internacionales 70

Figura 9 personas viajeras por grupo etario 70

Figura 10 personas viajeras por sexo 71

Figura 11 personas viajeras por motivación 72

Figura 12 Percepción hospitalidad de turistas 76

Figura 13 Satisfacción del viaje turistas 77

Figura 14 Número de establecimientos de los PST con RNT activo 86

Figura 15 Distribución del número de prestadores y prestadoras de servicios turístic 88

Figura 16 Establecimientos de los prestadores y prestadoras de servicios turísticos 89

Figura 17 Distribución de los establecimientos de las y los prestadores de servicio turístico nuevos por categoría del RNT-2019 -2020 91

Figura 18 Plano de factores estratégicos 99

TABLAS

Tabla 1 Principales normas relacionadas con la Política de Turismo 35

Tabla 2 Perspectivas poblacionales del Turismo 41

Tabla 3 Categorías en clústeres 53

Tabla 4 Eventos del esquema de participación 56

Tabla 5 RNT por Localidad 2019-2020 87

Tabla 6 Prestadores y prestadoras de servicios turísticos por categoría 90

Tabla 7 Sectores y entidades corresponsables 123

Tabla 8 Tabla de financiamiento (Periodo 2023-2033) 126

MAPAS

Mapa 1 Concentración del Turismo 93

Siglas y abreviaciones

- Asociación de Estados del Caribe (ACS AEC).
- Comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras (NARP).
- Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS).
- Consejo Superior de la Política Fiscal (CONFIS).
- CONPES (Consejo Nacional de política económica y social).
- Corredores Inteligentes de Turismo (COINT).
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística: DANE
- Destino Turístico Inteligente: DTI
- El Turismo de negocios o de eventos: MICE
- Exportaciones Turismo Inversión Marca País: PROCOLOMBIA
- Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá: FONDETUR
- Fondo Nacional de Turismo: FONTUR
- Instituto Distrital de Turismo: IDT
- Índice de Competitividad Turística de Colombia: ICTRC
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: MINCIT
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú: MINCETUR
- Objetivo de Desarrollo Sostenible: ODS
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: UNESCO
- Organización Mundial del Turismo: OMT
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos: OCDE
- Plan Operativo Anual de Inversiones: POAI
- Región Administrativa de Planificación Especial: RAPE
- Registro Nacional de Turismo: RNT
- Sociedad Estatal Española de gestión de la innovación y las tecnologías turísticas: SEGITTUR
- Tecnologías de la Información y la Comunicación: TIC
- World Tourism Organization: UNWTO
- Zonas de interés Turístico: ZIT

Introducción

El presente documento CONPES D.C presenta la Política Pública Distrital de Turismo de Bogotá para el periodo 2023-2033. Esta política surge de la necesidad de brindar un marco estratégico para el desarrollo de la actividad turística, que permita materializar los principios del Turismo sostenible, la implementación de Destino Turístico Inteligente como forma de gestión de destino y garantizar los derechos de diversos actores del sector y residentes del destino.

El Turismo es entendido como "un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios" (Organización Mundial del Turismo, 2019). En términos económicos, el Turismo aportó el 1,9% del PIB de Bogotá (DANE,2021), lo que convierte al Turismo en dinamizador de otros sectores que hacen parte de la cadena de valor turístico, como lo son el transporte, la alimentación y bebidas entre otros.

Además de su contribución económica, el Turismo es una fuente fundamental de desarrollo social y territorial, permitiendo que los diversos recursos y atractivos del destino, sean aprovechados por las comunidades receptoras y los actores de la industria turística, para crear y promocionar productos y servicios, ofertados a todo tipo de turistas y visitantes. En otro sentido, la contribución del Turismo en términos patrimoniales y ambientales es fundamental, ya que, al guiarse por los principios de la sostenibilidad, da a conocer y sensibilizar en el cuidado y respeto de los elementos sociales, culturales y naturales elementos constitutivos de nuestra sociedad.

Esta política es el resultado del trabajo técnico en cabeza del Instituto Distrital de Turismo con el acompañamiento de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, con la cual se adelantó el proceso de participación ciudadana durante la fase de agenda pública en 2021, con el involucramiento de los sectores, territorios y poblaciones que hacen parte del Turismo. En esta fase, se realizó una caracterización por los problemas del Turismo en la ciudad y las acciones propuestas en clave de cocreación.

Los actores que participaron de esta fase de agenda pública se dividieron en las siguientes categorías:

- Poblacional: sectores LGBTIQ, Personas mayores, Comunidades indígenas, Comunidades NARP, Personas con discapacidad, Jóvenes y Mujeres.

- Territorial: las 20 localidades de la ciudad de Bogotá, la Región Administrativa de Planificación Especial Central, y las gobernaciones de los departamentos de Meta, Boyacá, Cundinamarca, Tolima y Huila.

- Sectorial: servidores y servidoras del IDT, expertos en Turismo, gremios, instituciones públicas, académicos, prestadores y prestadoras de servicios turísticos, Concejales y guías de Turismo.

Además del esquema de participación adelantado, se realizó un trabajo técnico para la alineación de la política con las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo, como principal organismo internacional en la materia. Aspectos como el turismo sostenible, la perspectiva del turismo incluyente, entre otros, están incorporados integralmente en la política.

Como resultado del esquema de participación y del trabajo técnico realizado con base en las recomendaciones de la OMT y otras fuentes, se produjo el diagnóstico e identificación de factores estratégicos para la política[1]. Allí se evidenciaron múltiples problemáticas asociadas a los componentes del sistema distrital de turismo. La inseguridad, la identidad de ciudad, el acceso a convocatorias, las limitaciones para la aplicación tecnológica, se destacan como temas que generan insatisfacción y preocupación en el sector. Este diagnóstico permitió definir como problema central de la política la baja capacidad del sistema distrital de Turismo para el fomento de la actividad turística y la consolidación de Bogotá-región como destino inteligente y sostenible, lo que ha impactado negativamente en la garantía de derechos fundamentales para la población, como el derecho al trabajo (conexo a la seguridad social), derechos económicos, igualdad, nivel de vida adecuado, asociatividad, entre otros.

Como forma de intervención a este problema, se plantea un plan de acción proyectado a una vigencia de 11 años. Esto supone un hito en el Distrito Capital ya que por primera vez se avanza en el desarrollo de una apuesta de acción interinstitucional, que define resultados y productos, que posibilita contar con información para la implementación y seguimiento, y que logra articular a distintas entidades distritales.

Asimismo, en perspectiva territorial, con esta política pública se espera aportar a la consolidación de Bogotá Región como destino turístico auténtico, innovador, responsable, incluyente y que permita un mejoramiento integral de los productos y servicios turísticos, así como en la calidad de vida de los sectores, territorios y poblaciones que lo componen. Igualmente, ante la evolución institucional de la Región Metropolitana Bogotá-Cundinamarca, la política brindará orientaciones programáticas para posicionar a la Región como destino único, realizar procesos de gestión del destino bajo el modelo de Destino Turístico Inteligente a nivel metropolitano, fortalecer el desarrollo de productos turísticos de alcance regional, entre otros aspectos.

Esta política distrital orienta estratégicamente a Bogotá – Región un desarrollo en materia sostenible ya que ha pretendido sumar a todos los actores y ciudadanía tanto dentro de la formulación como en la puesta en marcha de la misma. Con la implementación de esta política se pretende la adecuación en infraestructura que beneficie la accesibilidad, la inclusión laboral de sectores y poblaciones minoritarias o en situación de vulnerabilidad y con esto, reafirmar al Turismo como motor del desarrollo económico y social de las comunidades.

El uso de tecnologías se convierte en una herramienta fundamental de la Política Pública Distrital de Turismo buscando impulsar a Bogotá como un destino turístico inteligente, y así atender a parte de las necesidades de todos los visitantes y turistas en un mundo cada vez más ligado a la tecnología. El uso de estas herramientas tecnológicas puede convertir a Bogotá en una ciudad más accesible, conectada e intuitiva.

Es precisamente este aspecto lo que le suma importancia a esta política distrital y al sector turístico; todo lo adelantado en esta materia beneficia al total de la población de la ciudad y no solamente a quienes hacen parte de la cadena de valor del Turismo.

1 *Este documento puede ser consultado en la página web www.idt.gov.co*

Así mismo, la política debe entenderse en el marco de un ecosistema distrital de políticas públicas, que complementan con acciones diversas el fortalecimiento integral del sistema distrital de turismo. Igualmente, en términos de promoción y mercadeo, la política es complementada por las acciones desarrolladas misionalmente por el Instituto Distrital de Turismo, las orientaciones de la mesa de mercadeo de ciudad y los instrumentos de planeación relacionados con la internacionalización de Bogotá región.

Finalmente, cabe destacar la importancia de pensar e intervenir las problemáticas del Turismo desde los enfoques diferenciales. Estos, reconocen situaciones particulares que afrontan distintos grupos de personas, y derechos particulares que requieren que las instituciones, la sociedad civil y el sector privado, atiendan integralmente, para buscar un bienestar general y el respeto a la diversidad de la sociedad.

De esta forma, hay fenómenos particulares que afrontan las mujeres, especialmente en el mundo del mercado laboral (desempleo, desigualdades de ingresos, techo de cristal, entre otros) y en su vivencia de la ciudad (violencias basadas en género), que se reconocen como barreras estructurales que limitan sus derechos y requieren intervenciones diferenciales.

También se debe reconocer que en el destino turístico se presentan violencias basadas en género, tanto para turistas y visitantes, como en el mercado laboral; por lo cual es necesario implementar acciones que prevengan patrones e intervengan espacios en los que se puedan presentar violencias basadas en género. Se deben promover acciones contundentes en contra de la inseguridad y la violencia que viven las mujeres.

De igual forma, pueblos étnicos, el campesinado, los habitantes rurales, las personas con discapacidad, jóvenes, personas mayores, víctimas, excombatientes y constructores de paz, tienen vivencias, problemas y expectativas diferenciales frente al turismo, por lo cual está política las reconoce, visibiliza y genera marcos de acción específicos.

Antecedentes y justificación

El desarrollo turístico de Bogotá en los últimos años estuvo guiado, entre otros, por disposiciones distritales contempladas especialmente en el Decreto 327 *por el cual se adopta la Política Distrital de Turismo para Bogotá, D.C.* y su zona de influencia Región Capital de 2008 y el Decreto 664 de 2011 "Por medio del cual se adopta el Plan Maestro de Turismo para Bogotá, D.C."

Sobre la Política Pública de Turismo de 2008 se destaca la definición de lineamientos para el desarrollo de la actividad turística, introduciendo por primera vez el concepto de "sistema distrital de gestión turística" y señalando componentes importantes como las mesas locales de competitividad, planes de seguridad, Observatorio de Turismo y una serie de disposiciones en materia de mercadeo y promoción, inclusión, competitividad y región capital. Pese a esto, la ausencia de un plan de acción, dificultó su proceso de implementación, así como el monitoreo y el seguimiento.

En lo relacionado con el Plan Maestro de Turismo, cabe destacar su impacto en planeación del suelo urbano y rural para el desarrollo de actividades turísticas, con la incorporación de figuras como *las zonas de interés turístico y los corredores inteligentes de turismo*. A través de estas dos figuras se establecen acciones de gestión, programas y proyectos en clave económica, identitaria y de infraestructura. Estas disposiciones guiaron en gran parte la estructura de los proyectos de inversión del Instituto Distrital de Turismo y del Sector de Desarrollo Económico en los años siguientes a la expedición del Plan.

Pese a la existencia de estos dos instrumentos, se identificó la necesidad de contar con un instrumento de planeación que abarcara aspectos adicionales (que implican coordinación interinstitucional) para el desarrollo del sector, como la planeación estratégica de productos, mayores definiciones en materia regional, entre otros aspectos problemáticos

que persistieron y que ponían en cuestión la capacidad del Distrito y particularmente del Instituto Distrital de Turismo, para una intervención efectiva. Esta necesidad derivó en el inicio del proceso de formulación de la política de turismo en 2016, mediante el proceso de colaboración entre el Instituto Distrital de Turismo y la Universidad de los Andes, orientado a la construcción de los lineamientos para la formulación de una nueva política. Posteriormente se realizaron ajustes en los documentos técnico con el fin de adaptarlos a los lineamientos de la Guía de Formulación de Políticas Públicas del Distrito Capital (expedida en 2017).

Debido a los inconvenientes para la efectiva culminación de la fase de agenda pública en 2019, se evidenció la necesidad de adaptar el proceso del proceso de formulación de la política, ante el impacto de la pandemia por COVID 19 en el sector Turismo en el 2020 y 2021 y el cambio en los elementos de contexto del orden político, económico y social reconfiguraron las dimensiones del problema que la política pretende intervenir. Por estos motivos, durante la vigencia 2021 el Instituto Distrital de Turismo realizó un ajuste estructural al proceso de agenda pública que implicó un esquema complementario de participación, la renovación del análisis problemático, la reestructuración de la estructura programática, entre otros aspectos.

Como parte de esta nueva etapa del proceso se ha definido como problema central la necesidad de entender el Turismo como un sistema compuesto por múltiples determinantes de carácter sectorial, territorial y poblacional, lo que induce a la comprensión de que varios ámbitos de intervención del Estado deben ser orientados hacia la generación de un ambiente propicio para el Turismo. Bajo esta lógica, el fortalecimiento del sistema turístico que busca mejorar las condiciones de Bogotá como destino, requiere de una intervención sostenida, coordinada e intersectorial, que permitirá la generación de desarrollo económico, social y ambiental.

En este marco, tener una gobernanza adecuada del sistema distrital de turismo, en cabeza de la Alcaldía Mayor, es un propósito de ciudad, que supera los periodos de gobierno y que se constituye como uno de los principales retos para generar Turismo sostenible, desarrollo económico, social y ambiental. Igualmente, una gobernanza adecuada contribuye al propósito de constituir un modelo territorial de alcance territorial, mediante la gestión integrada de productos metropolitanos, permitiendo impactos positivos para la consolidación de la Región Metropolitana Bogotá Cundinamarca. De esta manera, la política pública de Turismo proyecta un horizonte de acción a 11 años.

De otro lado, al analizar el ecosistema de políticas públicas distritales, se identificaron 10 políticas intervenciones relacionadas con el sector Turismo. Sin embargo, luego de estudiar su estructura programática, se determinó que los lineamientos y metas allí contemplados, no son suficientes para intervenir problemáticas que se presentan en el seno de distintos subsistemas del sistema turístico, como el ambiental, cultural, entre otros. Igualmente, aunque la el Decreto 664 de 2011, adopta el Plan Maestro del Turismo, determinó aspectos relacionados con norma urbana y rural en materia turística, no logró garantizar la articulación de acciones interinstitucionales y su ámbito de aplicación ha perdido vigencia en función de la nueva normatividad contemplada en el Decreto 555 de 2021.

En el plano regional, la creación de la Región Metropolitana Bogotá-Cundinamarca (Ley 2199 de 2022) implica una oportunidad para avanzar en procesos de planificación regional del Turismo, para lo cual se requiere de un instrumento de planeación de amplia duración, con capacidad para concertar agendas entre instituciones, y que brinde un marco de gestión de destino coherente con la sostenibilidad y el turismo responsable e incluyente.

Frente a esta oportunidad, se ha identificado como prioritario el fortalecimiento del sistema turístico distrital, a través de la concertación de distintas entidades distritales, para que realicen acciones en aspectos clave de la ciudad como el relacionamiento de la ciudad con los turistas, la reafirmación identitaria como destino, el respeto y reconocimiento de las normas y valores sociales del destino, la consolidación de productos sostenibles y atractivos a la demanda turística, el reconocimiento de la estructura ecológica principal como atractivo (en concordancia con los lineamientos emitidos por las autoridades ambientales), el fortalecimiento de la operación de la industria turística y sus actores (operadores, prestadores de servicios turísticos, industrias asociadas), el mejoramiento y visibilización de atractivos culturales y patrimoniales, la utilización de las TIC para mejorar los productos turísti-

cos, el mejoramiento de la infraestructura para el desarrollo de actividades turísticas, el mejoramiento de la articulación pública-privada, el mejoramiento de la seguridad turística y la prevención de delitos asociados a los viajes y Turismo.

En cada una de estas acciones es prioritario la incorporación de los enfoques territoriales, sectoriales y poblacionales, que partan del reconocimiento de situaciones de exclusión, discriminación y marginación que se gestan en el Turismo y que afectan que diversos grupos poblacionales y territorios tengan las mismas experiencias como turistas, visitantes, operadores y operadoras de la cadena de valor. Con esto, desde los diferentes componentes del sistema turístico, se tendrán acciones diferenciadas que reduzcan esas asimetrías y que se constituyan como una acción afirmativa que contribuye a la materialización de derechos constitucionales, el principio de igualdad, y el mejoramiento de la calidad de vida de los residentes.

Marco Jurídico

En el proceso de formulación de la política se realizó un análisis del marco jurídico del turismo, cuyo detalle se encuentra en el Documento de Diagnóstico e Identificación de Factores Estratégicos (IDT, 2022), en el cual se relaciona la normatividad internacional, las leyes y decretos del orden nacional y la normatividad en materia distrital que incide en el desarrollo de la actividad turística.

Con el interés de identificar los lineamientos de política que responden a las disposiciones jurídicas en sus distintos niveles, a continuación, se presentan las normas más relevantes para el ejercicio de formulación de la Política Pública Distrital de Turismo y que suponen la base de la estructura programática:

TÍTULO	TEMAS	RELACIÓN
Ley 300 de 1996	Ley General del Turismo	Establece las regulaciones aplicadas a prestadores de servicios turísticos, la organización general del turismo, entre otras disposiciones.
Ley Orgánica 2199 de 2022	Creación de la Región Metropolitana Bogotá Cundinamarca	Esta ley establece los principios y las bases para la definición de los hechos metropolitanos de la Región Metropolitana Bogotá-Cundinamarca, donde se relacionan aspectos del sector turismo.

TÍTULO	TEMAS	RELACIÓN
Decreto 1074 de 2015	Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo. Este Decreto ha sido modificado, adicionado y/o sustituido por los Decretos: 1034 de 2022, 761 de 2022, 653 de 2022, 377 de 2022, 255 de 2022, 254 de 2022, 253 de 2022, 191 de 2022, 190 de 2022, 1845 de 2021, 1838 de 2021, 1837 de 2021, entre otros.	Establece la estructura del Viceministerio de Turismo al interior del Sector, así como sus competencias frente a los servicios turísticos, los operadores, las agencias, el registro, entre otros aspectos.
Decreto Distrital 268 de 2020.	Reglamentó el funcionamiento del Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá - FONDETUR	Este decreto establece los alcances y el funcionamiento del Fondo a través del cual se otorga financiamiento a prestadores de servicios turísticos de la ciudad.
Decreto Distrital 213 de 2021	Creación del Consejo Consultivo Distrital de Turismo y dictan otras disposiciones.	Crea la instancia distrital del sector turismo, base de la participación del sistema distrital de turismo.
Decreto Distrital 555 de 2021	Expedición del Plan de Ordenamiento Territorial Bogotá Reverdece 2022-2035	Este Plan establece el sistema distrital de turismo como estructurante de los proyectos de turismo en Bogotá.
Acuerdo Distrital 275 de 2007	Creación del Instituto Distrital de Turismo	Determina la funciones y competencias del Instituto Distrital de Turismo como autoridad turística de la ciudad.
Acuerdo Distrital 803 de 2021	Institucionaliza el Observatorio de Turismo de Bogotá y se establecen lineamientos para su gestión y se dictan otras disposiciones	Establece el funcionamiento del Observatorio de turismo, base del sistema de información turística de la ciudad.
Acuerdo 720 de 2018	Desarrolla los lineamientos para la formulación de la Política Pública Distrital de Turismo.	Es la guía para la formulación de los lineamientos bajo los cuales se estructura la política.

Tabla 1 Principales normas relacionadas con la Política de Turismo

Cabe señalar que el marco normativo relacionado con la Política Pública Distrital de Turismo y en general, del sector turismo, está definido por las orientaciones de la Organización Mundial de Turismo, así como por los tratados específicos de cooperación entre Colombia y otros países.

En lo nacional, Ley 300 de 1996 es el marco general y sus principales modificaciones en las leyes 1558 de 2012, en la cual se incorpora el concepto de sostenibilidad y que se desarrolla aún más en la Ley 2068 de 2020 que define implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística. Las modificaciones y reglamentaciones recientes de esta Ley, orientan la política hacia el aseguramiento de las condiciones necesarias para el desarrollo de las actividades turísticas de forma sostenible.

En lo Distrital el Acuerdo 720 de 2018 establece los lineamientos para la formulación de la Política Pública de Turismo, ante lo cual, la estructura programática de la política atiende integralmente a los puntos allí contemplados, especialmente en materia de sostenibilidad e inteligencia. Igualmente, el Decreto 555 de 2021, que establece el Plan de Ordenamiento Territorial, se constituye como principal orientación para la territorialización de la política y la estructuración del sistema distrital de turismo.

Marco conceptual

El marco conceptual de la política tiene tres grandes componentes. El primero expone la dimensión teórica del Sistema Distrital de Turismo, estableciendo los distintos conceptos, categorías y sus relaciones, que lo componen. El segundo aborda el concepto de Turismo sostenible, ahondando en sus dimensiones ambiental, social y económica. Finalmente, caracteriza el modelo de Destino Turístico Inteligente, como forma de gestión de destino que se espera implementar en la ciudad, a través de esta política.

Sistema Distrital de Turismo

El Sistema Distrital de Turismo es un sistema complejo, compuesto por múltiples interacciones entre siete subsistemas, las cuales configuran las características de Bogotá-región como un destino turístico. [2]

Los sistemas complejos tienen una estructura que influye y se ve influenciada por su entorno y contando con interacciones dinámicas entre componentes. El sector turístico comparte estas características, ya que un destino turístico comprende una variedad de empresas y organizaciones que se relacionan de acuerdo a su contexto y este influye en las conductas o en cómo estos mismos actores se relacionan (Baggio, SF). Los subsistemas que componen el Sistema Distrital de Turismo son:

Subsistema de Industria

El subsistema de la industria turística está comprendido por la relación entre oferta y demanda que se genera en un destino turístico y que se relaciona con la cadena de valor del Turismo y sus sectores asociados.

Todos los integrantes de la oferta deben tener conocimiento sobre el funcionamiento de cada elemento que compone a la demanda y las tendencias de cada uno, debido a la relación de interdependencia existente enre todos.

Los componentes de la oferta son: a). Atractivos (del viaje o del destino turístico), b). Servicios (asociados al viaje), c). Transporte (vínculo entre la fuente de mercado y el destino), d). Información (mapas, guías, videos, artículos, folletos, etc.) y e). Promoción (se vincula fuertemente con los demás) (Gunn, 2002).

2 *La definición del Sistema Distrital de Turismo es propia del Instituto Distrital de Turismo, y fue elaborada con base en un estado del arte de 28 concepciones teóricas sobre el concepto de sistema turístico.*

Por su parte, la demanda es el número de personas que viajan o desean viajar con el fin de utilizar instalaciones turísticas y servicios lejos de sus lugares de trabajo o residencia. Los estudios buscan cuantificar y cualificar la demanda turística. (Número y tipo de turistas) (Varisco, 2013).

Con el fin de satisfacer la demanda del mercado, se resalta la importancia de que el destino disponga de datos que le permitan predecir el comportamiento de esta, mediante el uso de técnicas cualitativas y cuantitativas (Gunn, 2002).

Subsistema de gobernanza

La gobernanza está compuesta por tres elementos. En primer lugar, la relación entre las instituciones públicas, privadas y del tercer sector, con el propósito de coordinar y planificar el funcionamiento del sistema de Turismo. En segundo lugar, la red de normas formales e informales que regulan estas relaciones. En tercer lugar, por las políticas de otros sectores que tienen un impacto determinado sobre el sistema.

La triada entre sector público (Estado), el sector privado (mercado) y el tercer sector (sociedad), configuran la red de gobernanza sobre el sistema. Cabe señalar que las instituciones educativas hacen parte de esta red y se ubican entre el Estado y el mercado, dependiendo de su naturaleza pública o privada (Varisco, 2013). En este relacionamiento, las instancias y mecanismos de participación son el escenario de encuentro y coordinación, lo que implica que para una adecuada gobernanza deben existir espacios suficientes y efectivos de participación que garanticen una interlocución fluida, acuerdos y mecanismos para dirimir los conflictos que se generan.

El compendio de normas formales e informales regulan la actividad turística. Las normas formales están relacionadas con la legislación internacional, nacional y distrital, que reglamentan determinados aspectos del sector y que generan la posibilidad de cambiar determinados comportamientos de los actores del sistema. Por otro lado, existen normas informales, relacionadas especialmente con temas culturales, que normalizan comportamientos individuales y colectivos.

Sobre la interrelación del Turismo con otras políticas, es importante señalar que “el Turismo, en tanto trata de una actividad

compleja y dinámica, se encuentra atravesado e interconectado con una gran cantidad de políticas públicas que lo afectan" (Villar, 2011, p.56). Este elemento se constituye como una de las entradas del sistema, pues lineamiento de otros sectores o ámbitos de intervención estatal configuran determinados aspectos del sector Turismo y se constituyen como un punto de análisis importante para determinar la dinámica del sistema de Turismo.

Subsistema de recursos e infraestructura

El subsistema de recursos contempla los elementos físicos y humanos requeridos para el desarrollo de actividades turísticas. Estos elementos están agrupados en infraestructura, equipamientos, instalaciones, atractivos y recursos existentes en el destino turístico.

La infraestructura turística está constituida por los elementos que permiten a los turistas llegar, permanecer y desarrollar actividades de Turismo en un determinado destino. Para Bullón (2004), existen 4 categorías de infraestructura: transporte (incluye redes, canales, servicios para turistas, sistemas de transporte), comunicaciones (líneas telefónicas, redes de internet), sanidad (agua, alcantarillado, recolección de residuos) y energía (red eléctrica, combustible).

Los equipamientos son el conjunto de empresas e instalaciones que en un destino posibilitan la oferta de servicios turísticos en sectores como el alojamiento (hoteles, moteles, casas, entre otros), la alimentación (restaurantes, cafeterías, comedores), la diversión (discotecas, cines, casino, deportes, parques temáticos), entre otros (agencias de viaje, comercio, guías de Turismo, estacionamiento).

Las instalaciones son construcciones que facilitan el desarrollo de las actividades turísticas. Estos pueden ser de agua y playa (muelles, carpas, entre otras), de montaña (miradores, circuitos, refugios, entre otros) y generales (piscinas, vestuarios, campos de golf, pasarelas, entre otros),

Por su parte, los atractivos son definidos como aquellos bienes y servicios que, por intermediación humana, hacen posible la actividad turística y satisfacen las actividades de la demanda (Organización Mundial del Turismo, SF, P197).

Subsistema social

El Turismo como hecho social en la cual se generan fenómenos como la relación entre visitantes y comunidades receptoras, posibilidades de desarrollo y los enfoques poblacionales en el sector. Bajo esta perspectiva, el Turismo tiene como objetivo la felicidad de las personas, bajo la perspectiva del "buen vivir", que implica a su vez un escenario de comunidad donde turistas y ¿comunidad receptora se integran con reciprocidad (Jiménez, 2013).

En el encuentro entre turistas, visitantes y comunidades receptoras, se configuran posibilidades de comunicación en tanto las personas que residen actúan en función del trabajo.

De otro lado, dentro del subsistema social se gestan las posibilidades de que el Turismo sea un propulsor del desarrollo social, en donde el relacionamiento personal, social y con la naturaleza a través del Turismo, es un hecho social que brinda posibilidades de desarrollo sostenible para comunidades locales y que alinea a distintos actores a través de alianzas y pensamiento colectivo, en el propósito de fortalecer integralmente un territorio que genera experiencias transformadoras, las cuales lo visibilizan y gestan como destino (Socatelli,2020).

Finalmente, cabe señalar que, debido a las identidades y características de distintos grupos en la sociedad, el Turismo tiene una representación social diferenciada. De esta forma, hay reivindicaciones identitarias, afirmativas y de género, como se muestra a continuación:

GRUPO	CONCEPTO
Pueblos y Comunidades Indígenas	-Responsabilidades étnicas y culturales - Fomentar la comprensión y gestión intercultural del territorio y el ambiente.
Comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras	-El fortalecimiento de la cultura de la comunidad afrodescendiente - La Promoción de la construcción de relaciones de entendimiento intercultural.

GRUPO	CONCEPTO
Pueblo RROM o gitano	Identificar, proteger y mantener las prácticas culturales y patrimoniales que le permitan la pervivencia cultural del pueblo Gitano.
Mujeres	Promover la transformación de referentes culturales, para resignificar prácticas, imaginarios y representaciones que subordinan, discriminan y excluyen lo femenino y sobrevaloran lo masculino.
Sectores LGBTI	Contribuir a la transformación de significados y representaciones culturales que afectan el ejercicio de derechos de las personas de los sectores LGBTI
Personas con discapacidad	Generar y difundir conocimiento sobre las personas con discapacidad teniendo en cuenta sus aportes y riqueza cultural.
Comunidades rurales y campesinas	Proteger las expresiones culturales y el patrimonio cultural de las comunidades campesinas desde una perspectiva intercultural.
Juventud	Participar de la apropiación, la creación y la formación en las diferentes formas de expresión artísticas y culturales que permitan el entendimiento y el fortalecimiento de la identidad y el patrimonio, así como el diálogo cultural entre lo local, regional y global.
Personas mayores	Promover la creación y disfrute de bienes y servicios culturales, recreativos y deportivos por parte de las personas mayores teniendo en cuenta sus características e intereses específicos.
Víctimas, excombatientes y constructores de paz	Construir escenarios de paz, reconciliación y memoria histórica a través de procesos de turismo para la paz y la memoria. Participar en escenarios productivos que aporten a la reparación integral de víctimas y que se constituyan en una alternativa económica para excombatientes y constructores de paz.

Tabla 2 Perspectivas poblacionales del Turismo

Subsistema ambiental

El subsistema de ambiente, está determinado por dos dimensiones. En primer lugar, los impactos de la actividad turística en el ambiente y las acciones orientadas a su mitigación, preservación y/o regeneración. En segundo lugar, el desarrollo de Turismo de naturaleza, en sitios de la estructura ecológica principal.

Sobre el impacto de la actividad turística en el ambiente, Varisco (2013) señala que a partir de la década de 1970 se visibilizó la necesidad de entender que las repercusiones de las actividades humanas sobre el entorno natural que lo afectan indiscriminadamente. La falta de planificación turística y la supeditación de la lógica económica sobre el medio ambiente saludable, son algunos de los factores que interfieren en los impactos negativos del turismo sobre el ambiente. Frente a esto, el subsistema Ambiental del Sistema Distrital de Turismo, está orientado a generar sinergias y acciones para la reducción de los impactos negativos, bajo la perspectiva de sostenibilidad, y de otro lado, a visibilizar el Turismo como una actividad afín a la protección del medio ambiente y los recursos naturales.

Frente al desarrollo de actividades de Turismo sobre la naturaleza, cabe señalar que, para el componente ambiental de la ciudad, el Decreto 555 de 2021 establece como uno de los objetivos a largo plazo del Plan de Ordenamiento Territorial Bogotá Revederce "Proteger la estructura ecológica principal y los paisajes bogotanos y generar las condiciones de una relación más armoniosa y sostenible de la ciudad con su entorno rural". Esta estructura constituida por los elementos bióticos y abióticos que dan sustento a los procesos ecológicos esenciales del territorio, es la base para el desarrollo del Turismo en el destino, ya que sobre esta se desarrollan diversos tipos de Turismo, como el Turismo de naturaleza, el Turismo rural, entre otros.

Esto implica que, para el subsistema ambiental, sean fundamentales las acciones orientadas a la conservación y protección de los ecosistemas que hacen parte de la estructura ecológica

Subsistema cultural

Este subsistema parte del reconocimiento que el Turismo es una actividad cultural, asociada a la utilización del tiempo libre, el ocio, la recreación y la creación. De esta manera, este subsistema aborda tres aspectos: cultura turística y apropiación de ciudad, relación Turismo-patrimonio y la relación Turismo e industrias culturales y creativas.

La apropiación de ciudad, en el marco de la cultura turística busca promover el aprendizaje significativo, a partir del reconocimiento y apropiación del territorio en donde están ubicados, tanto en los aspectos sociales, culturales, históricos como en los ecológicos y turísticos. Estas propuestas buscan dar a conocer y difundir las diferentes tradiciones culturales y la puesta en circulación de los diferentes conocimientos, referentes, realidades y perspectivas sobre la ciudad y su potencial para ser un destino turístico sostenible de talla mundial: diverso, responsable y respetuoso de los Derechos Humanos.

Sobre la relación entre Turismo y patrimonio, Velasco (2009) afirma que uno de los principales canales de encuentro, tiene que ver con la oportunidad que ofrece el Turismo como actividad, para rentabilizar el patrimonio cultural, a través de su incorporación dentro de la oferta del destino. Es decir, el consumo cultural de bienes patrimoniales se ve altamente beneficiado por la visita de turistas, lo que implica mayores ingresos y posibilidades económicas para su conservación.

Finalmente, frente a la relación entre el Turismo y las industrias creativas, cabe señalar que su convergencia da origen al denominado Turismo creativo, en el cual la participación activa, las experiencias auténticas, el desarrollo del potencial creativo, permite a los turistas desarrollar su potencial creativo a través de la vivencia de experiencias (Alberca, 2020).

Inteligencia

El Sistema Distrital de Turismo se fundamenta en el esquema en red que topológicamente se determina en la interacción conjunta de sus partes. La inteligencia del sistema de Turismo comprende la capacidad de hacer la lectura del contexto en tiempo real y dar respuesta de manera ágil y que permita proyectar el desarrollo del sector. Busca fomentar la diversificación de los mercados y consolidar los éxitos obtenidos en los mercados tradicionales (Eco inteligencia, 2021)

En la incorporación de las TIC a la gestión sostenible del territorio turístico, hay que considerar el poder de control que ofrecen herramientas TIC como la sonorización, las redes Wifi y la gestión del Big Data a la hora de procesar grandes volúmenes de datos y de captar información estratégica de lo que ocurre en el territorio, siendo fundamental la construcción de un sistema de información, que es un conjunto de datos que interactúan entre sí con un fin común. En informática, los sistemas de información ayudan a administrar, recolectar, recuperar, procesar, almacenar y distribuir información relevante para los procesos fundamentales y las particularidades de cada organización.

Sostenibilidad

Según la UNESCO, el Turismo sostenible es aquel "que respeta tanto a la población local como al viajero, el patrimonio cultural y el medio ambiente" brindando la posibilidad de tener unas vacaciones emocionantes y, al mismo tiempo, beneficiar a los pobladores de las regiones con flujo de turistas (PROCOLOMBIA, s.f.).

De acuerdo con (Ayuso, 2003), se pueden distinguir varias interpretaciones del concepto de Turismo sostenible. Citando a Cocossis (1996), Ayuso presenta una tipología que diferencia las cuatro principales interpretaciones: sostenibilidad económica del Turismo, Turismo ecológicamente sostenible, el desarrollo turístico sostenible y el Turismo como parte de una estrategia de desarrollo sostenible.

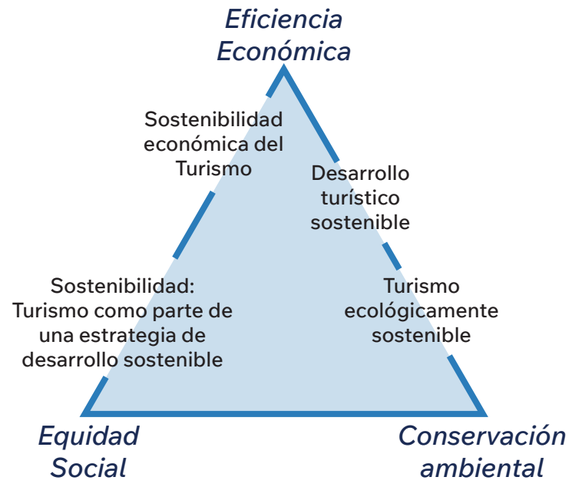


Figura 1 Interpretaciones del Turismo sostenible. Fuente: AYUSO (2003). Elaboración IDT- Observatorio de Turismo

Referente a la sostenibilidad económica, el objetivo principal es la viabilidad de la actividad turística a partir de la incorporación de estrategias que permitan reforzar, modernizar y diferenciar el producto a partir de soluciones e innovaciones organizativas y tecnológicas. El Turismo ecológicamente sostenible, se orienta hacia la protección de los recursos económicos y los ecosistemas, limitando el desarrollo turístico en ciertas áreas o a partir del desarrollo de actividades turísticas que no degraden el medio ambiente.

Es así como surge el desarrollo turístico sostenible, como combinación de los dos conceptos anteriores ya que enfatiza en la necesidad de asegurar la viabilidad de la actividad turística a largo plazo mediante la protección del medio ambiente, la cual resulta fundamental para la competitividad y cuya preservación está directamente relacionada con el desarrollo y el mercadeo del producto turístico.

Finalmente, el Turismo como parte de una estrategia de desarrollo sostenible, concede la misma importancia a la conservación ambiental, eficiencia económica y equidad social y se basa en el equilibrio en las posiciones extremas anteriores (Ayuso, 2003)

De este modo, el Turismo sostenible se entiende como aquel que toma en consideración las repercusiones económicas, socioculturales y ambientales, actuales y futuras, para desarrollar actividades que den respuesta a las necesidades de los visitantes, de los destinos, de las comunidades anfitrionas, de la industria turística y del entorno (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020).

La dimensión económica hace referencia a "oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas. El principio económico del Turismo sostenible consiste en el fomento de un ambiente de negocios estable, en el que se fortalezca la cadena de valor y se incentive la formalización y el desarrollo de productos turísticos de calidad" (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020).

Esta dimensión debe garantizar que el desarrollo sea económicamente eficiente, beneficie de manera equitativa a todos los agentes que participan dentro de la comunidad afectada y que los recursos sean gestionados de manera que se conserven para futuras generaciones (Ayuso, 2003)

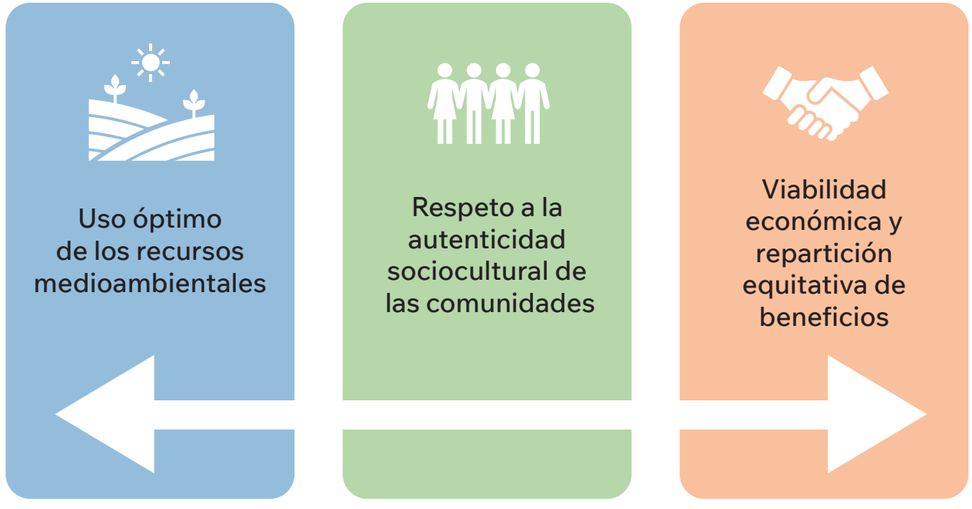


Figura 2 Principios De Sostenibilidad Fuente: MINCIT (2020). Elaboración IDT- Observatorio de Turismo

La dimensión sociocultural hace referencia "al respeto por la identidad de las comunidades anfitrionas, su cultura, valores, su forma de vivir y tradiciones. También a la preservación de los activos culturales, arquitectónicos y arqueológicos de los destinos, y a la protección del patrimonio inmaterial y las costumbres ancestrales de comunidades étnicas" (MINCIT, 2020). Esta dimensión debe garantizar condiciones de accesibilidad a las atracciones y destinos, mantener y reforzar la identidad de las comunidades, la inclusión al sector de poblaciones vulnerables y con menos recursos.

La dimensión ambiental se refiere a "la gestión óptima de los recursos naturales que están en la base del desarrollo turístico, y a la conservación del ambiente y de los ecosistemas que soportan la vida de distintas especies y la salud del ser humano" (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020).

De esta forma, la confluencia de las dimensiones del Turismo sostenible señala los principales valores y principios para su desarrollo, tal como se muestra a continuación.

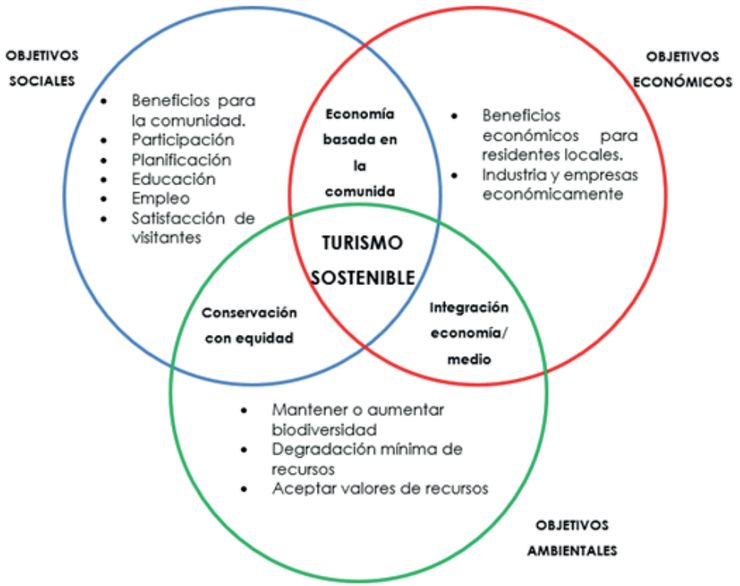


Figura 3 Valores Y Principios Del Turismo Sostenible. Fuente: Ayuso (2003). Elaboración IDT- Observatorio de Turismo

Destino Turístico Inteligente

El Turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, teniendo en cuenta el avance de los mercados hacia productos más experienciales, segmentados y personalizados. La tendencia global es impulsada por la tecnología, que ha sido decisiva con factores como la movilidad, la instantaneidad o la interrelación social que propician las redes sociales, haciendo que muchas ciudades estén generando cambios en la infraestructura y sistemas generales de servicios que las han hecho más eficientes (Blanco, 2015).

De este modo, se define el destino turístico inteligente, como un destino innovador, consolidado sobre la infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida de las personas residentes. (Blanco, 2015).

La transformación en un Destino Turístico Inteligente supone la revalorización del destino a través de la innovación y la tecnología resultando de ello fundamentalmente:

- Un aumento de la competitividad, gracias al mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos y a la identificación y creación de otros.
- Una mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización.
- Un impulso al desarrollo sostenible del destino en sus tres vertientes: medioambiental, económica y socio-cultural.
- Una mejora de la calidad de la estancia de visitantes y de la calidad de vida de las personas residentes.
- Hacer de la estrategia turística la base para la dinamización económica del territorio garantizando sus efectos positivos en el largo plazo (SEGITTUR, sf).

El modelo de gestión Ti se fundamenta en 5 pilares estratégicos:

GOBERNANZA	Visión estratégica e implementación Gestión eficiente Gestión eficiente, abierto y participativo
INNOVACIÓN	Procesos de gestión Producto y servicios Comercialización y marketing
TECNOLOGÍA	Tecnologías aplicadas a la gobernanza Tecnologías aplicadas al marketing turístico Infraestructuras tecnológicas del destino
SOSTENIBILIDAD	Procesos de gestión Producto y servicios Comercialización y marketing
ACCESIBILIDAD	Marco normativo Gestión de la accesibilidad Implantación en el destino

Figura 4 Pilares estratégicos destinos turísticos inteligentes Fuente: SEGITTUR (2020)

Dichos pilares hacen referencia a:

- Gobernanza: replantear la política y la gestión turística de los destinos a partir de cinco principios básicos: apertura, participación, responsabilidad, eficacia y coherencia, los cuales son aplicables a todas las políticas y supone un nuevo enfoque de gestión basado en la planificación y consenso con todos los agentes implicados (Blanco, 2015).
- Innovación: entendida como cualquier cambio basado en el conocimiento capaz de generar valor para las empresas, los turistas y los destinos (Ministerio de Hacienda, 2020).
- Tecnología: los desarrollos tecnológicos pueden ir enfocados, entre otros, a incrementar la competitividad de las empresas, la movilidad y el urbanismo, la energía y desarrollo sostenible, la seguridad pública y sanidad (Ministerio de Hacienda, 2020).
- Sostenibilidad: el desarrollo sostenible descansa en garantizar el equilibrio entre el crecimiento económico, la preservación del medio ambiente y la sostenibilidad sociocultural del territorio. El objetivo es conseguir una actividad turística más justa, diversa y respetuosa con el medio ambiente y con sus habitantes. La sostenibilidad se puede desagregar en, medioambiental, económica y cultural (Ministerio de Hacienda, 2020).
- Accesibilidad: entendida como la respuesta a un derecho de las personas al libre acceso de bienes y servicios, que favorece la desestacionalización y mejora la imagen del destino, al posicionarse como socialmente responsable. La accesibilidad es una pieza clave para poder hacer una oferta más amplia y personalizada de los servicios que se ajuste a necesidades diferenciadas y que cubra una mayor parte de la población. (Ministerio de Hacienda, 2020).

La sostenibilidad, se constituye en un pilar fundamental para el desarrollo de los destinos turísticos inteligentes y máxime por el aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y que, enlazado con los demás pilares, da paso a la construcción de destinos que den respuesta a las necesidades del Turismo de acuerdo a las tendencias actuales de los turistas y en una oportunidad para el desarrollo socio económico de las comunidades locales donde se ubican.

En definitiva, la sostenibilidad es uno de los grandes objetivos de los destinos turísticos inteligentes, que hacen uso de la tecnología para mejorar la gestión de sus recursos, hacer más competitivos a los destinos al mejorar la eficiencia de sus distintos procesos (servicios públicos, infraestructuras, etc.) y mejorar la calidad de vida de su ciudadanía.

Estrategia, proceso y resultados de la participación

En el marco del proceso de formulación de la política pública de Turismo del periodo 2016-2019 se desarrolló un esquema de participación con las siguientes características:

La participación en los espacios de participación registró cerca de 1.700 personas en: escenarios en 20 localidades de Bogotá, escenarios por sector (academia, expertos, empresarios) y 255 encuestas a turistas nacionales e internacionales.

En los escenarios de las localidades participaron representantes de las comunidades locales, representantes de grupos diversos por género, por grupos etarios, personas del sector LGBT, grupos étnicos.

En los escenarios sectoriales participaron expertos nacionales e internacionales, representantes de gremios y del sector empresarial con incidencia directa e indirecta sobre la actividad turística, asociaciones empresariales y comunitarias, representantes de entidades distritales de sectores que se articulan con el Turismo, representantes del gobierno nacional y del orden departamental, de la Región Administrativa de Planificación Especial-RAPE, representantes de la academia y de centros de investigación, representantes de programas especiales como la red de Colegios Amigos del Turismo y otros actores clave

En lo referente al enfoque poblacional se realizaron 20 Talleres con 20 localidades y grupos focales específicos, con el objetivo de identificar y generar insumos, desde las comunidades y localidades de Bogotá, que prestan información y percepciones propias y colectivas que permitan al IDT y la Secretaría de Desarrollo Económico usarlas para la revisión y ajustes de la política de Turismo para Bogotá.

A pesar de la implementación de este esquema de participación, se evidenció la necesidad de realizar un esquema de participación complementario en 2021, debido a dos aspectos esenciales. En primer lugar, la pandemia reconfiguró las problemáticas del sector turístico, siendo este uno de los más golpeados por medidas como cierres y restricciones de operación, esto hizo necesario que se establecieran nuevos ejercicios participativos que permitan dimensionar los problemas del sistema turístico en el marco de la nueva normalidad y otras dinámicas que van más allá de los aspectos contingentes. En segundo lugar, al haber transcurrido cerca de 5 años de los primeros ejercicios de participación y al no ser explícita la forma en que los resultados del proceso sirvieron como insumo para la construcción del documento de diagnóstico, se hace necesario un nuevo esquema que permita analizar la transformación temporal de las concepciones sobre la problemática y que defina el alcance de la participación de los ciudadanos en el proceso.

El proceso de participación complementario, se realizó en tres grandes fases: agenda pública, formulación, implementación.

En la fase de agenda pública, se consultó y se realizaron acciones de cocreación con sectores, territorios y poblaciones del Turismo de la Bogotá-región, buscando dos objetivos:

Identificar las percepciones propias y colectivas de los actores del sistema turístico, que permitan entender las configuraciones causales de los problemas asociados al Turismo en la ciudad.

Concertar con los distintos actores del sistema turístico distrital, los principales elementos programáticos de la política pública de Turismo, a través de escenarios de cocreación y diálogo.

Para el cumplimiento de estos dos objetivos, la estructura de la estrategia de participación se compuso de cuatro grandes momentos, tal como se muestra a continuación:

ALISTAMIENTO	INTERPRETACIÓN
• Comprende la estructura del proceso y las actividades metodológicas y logísticas necesarias para su Desarrollo. • Están contempladas actividades como la formación del equipo territorial, diseño de metodología e instrumentos para captura de información, entre otros.	Comprende las actividades de participación con los distintos actores del sistema, buscando identificar sus percepciones sobre el sistema turístico, sus elementos problemáticos, entre otros.
COCREACIÓN	**SISTEMATIZACIÓN**
A partir del conocimiento de los actores sobre los distintos temas relacionados con el turismo y tomando como base la interpretación de las realidades, se desarrollan actividades prospectivas que permitan identificar posibles lineamientos para la política.	A través del Observatorio Distrital de Turismo, se realizará la sistematización y procesamiento de los datos obtenidos en el marco del proceso de participación. Posteriormente estos datos serán la base para realizar inferencias y complementar el documento de diagnóstico de la política.

Figura 5 Estructura de la estrategia de participación fase de agenda pública. Fuente: elaboración propia.

En la fase de formulación, el esquema de participación tuvo un alcance orientado a concertar acciones con personas con discapacidad, sectores LGBTI, habitantes de la ruralidad y el Consejo Consultivo Distrital de Turismo (creado a través del Decreto Distrital 213 de 2021), buscando fortalecer sus procesos comunitarios de Turismo y contribuir a alcanzar los principios de la sostenibilidad y al desarrollo socio territorial.

Estos escenarios de participación surgen luego de la implementación del esquema de participación en la fase de agenda pública, donde se identificó como prioritario desarrollar acciones concertadas entre comunidades que son sujeto especial de protección (a excepción del Consejo Consultivo Distrital de Turismo) y que requieren, en el marco del Turismo, de acciones diferenciales que les permitan acceder y participar en igualdad de condiciones en la industria turística.

Finalmente, la tercera fase del esquema de participación, que se circunscribe al momento de la implementación de la política, tiene como primer objetivo divulgar la estructura programática de la política pública distrital de Turismo, contribuyendo a alinear los actores del sistema distrital del Turismo con una acción unificada orientada a 10 años. Como segundo objetivo, asegurar la incorporación de las lógicas de participación en la implementación de los productos asociados a la política, especialmente los referidos a estrategias, contribuyendo a extender la participación incidente del momento de formulación al momento de implementación de la política.

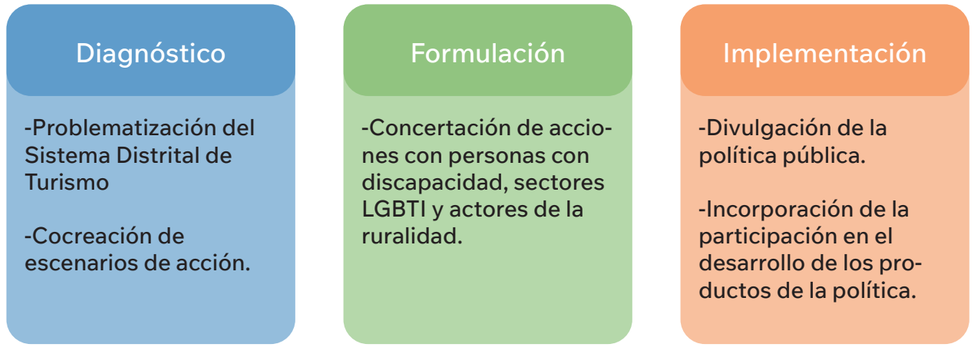


Figura 6 Fases del proceso de participación ciudadana para la formulación de la política pública de Turismo

Para identificar a los participantes del esquema de participación, se desarrolló un análisis preliminar de actores, a través de la búsqueda de los grupos de valor del Instituto Distrital de Turismo, asociaciones relacionadas con el sector Turismo, actores identificados en fuentes académicas y de Instituciones Nacionales, entre otros documentos. Con base en esta fuente, se identificaron 108 actores los cuales se categorizaron en 6 grandes clústeres, tal como se muestra a continuación.

Clúster	Porcentaje de actores
Educación para el Turismo	22,08%
Elementos del sistema turístico	3,90%
Instituciones Públicas	31,17%
Servicios de la cadena de valor del Turismo	12,99%
Servicios turísticos	12,99%
Poblacional	16,88%

Tabla 3 Categorías en clústeres

Esta categorización en clústeres permitió entender en qué parte del sistema distrital del Turismo ejercían influencia y con ello, se procedió a hacer una reagrupación, en torno a su naturaleza dentro del sistema. Es decir, los actores provistos en los seis clústeres se recategorizaron en tres: sectores, territorios y poblaciones.

Los actores pertenecientes al grupo de sectores, tiene como elemento común su participación en la industria turística, ejerciendo la intermediación entre la oferta y la demanda, en los distintos sectores de la cadena de valor del Turismo.

Los actores del grupo de territorios, se circunscriben a una dinámica de las localidades, la ruralidad y Bogotá región, siendo el aspecto territorial el elemento común en torno a las visiones de Turismo, lo que les permite plantear agendas reivindicativas en torno a sus localidades y territorios rurales, dejando en segundo plano otras demandas más relacionadas con una perspectiva desde la industria turística.

En este punto, vale la pena resaltar la participación en turismo de las comunidades campesinas y rurales de Bogotá, ya que las mismas presentan un gran interés en el reconocimiento de los saberes y las experiencias de la comunidad campesina y rural, para la conservación, recuperación y protección del medio ambiente y la naturaleza en cada uno de sus territorios, incorporando relaciones de género y visibilizando el papel de las mujeres en estas dinámicas.

Los actores del grupo de poblaciones, tienen como énfasis una perspectiva diferencial de acuerdo a las especificidades identitarias, físicas, de género y tareas, lo que los lleva a plantear agendas en función de sus características grupales, dejando en segundo plano las agendas sectoriales y territoriales.

Con base en esta categorización, se planteó en la fase uno del esquema de participación, abordar los distintos grupos que componen las tres categorías y que tienen o ejercen actividades relacionadas con la cadena de valor del Turismo. Esto implicó el desarrollo de 36 eventos de participación para abordarlos de manera independiente. A continuación, se señalan los grupos establecidos para el desarrollo del esquema de participación:

Fase	Tipo	Evento	Fecha
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Usaquén	23/6/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Santa Fe	29/04/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de San Cristóbal	22/06/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Usme	24/04/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Tunjuelito	26/04/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Bosa	28/04/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Kennedy	15/07/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Fontibón	16/06/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Engativá	17/6/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Suba	15/07/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Barrios Unidos	29/05/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Teusaquillo	15/07/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Los Mártires	3/06/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Antonio Nariño	30/07/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Puente Aranda	22/07/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de La Candelaria	02/06/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Rafael Uribe	25/5/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Ciudad Bolívar	27/05/2021
Diagnóstico	Territorial	Localidad de Sumapaz	2/7/2021
Diagnóstico	Territorial	Actores regionales	10/09/2021
Diagnóstico	Sectorial	Servidores IDT	25/03/2021
Diagnóstico	Sectorial	Gremios	3/06/2021
Diagnóstico	Sectorial	Instituciones	10/09/2021
Diagnóstico	Sectorial	Concejo de Bogotá	22/07/2021
Diagnóstico	Sectorial	Prestadores de servicios turísticos.	09/09/2021
Diagnóstico	Sectorial	Académicos	29/6/2021
Diagnóstico	Sectorial	Guías de Turismo.	03/08/2021
Diagnóstico	Poblacional	Mujeres	26/03/2021

Fase	Tipo	Evento	Fecha
Diagnóstico	Poblacional	LGBTI	27/03/2021
Diagnóstico	Poblacional	Jóvenes y niños	23/08/2021
Diagnóstico	Poblacional	Indígenas	12/07/2021
Diagnóstico	Poblacional	NARP (negros, afrocolombianos, raizales y palenqueros)	23/ 07 / 2021
Diagnóstico	Poblacional	Víctimas, excombatientes y constructores de paz	09/09/2021
Diagnóstico	Poblacional	Personas mayores	21/07/2021
Diagnóstico	Poblacional	Personas con discapacidad.	14/07/2021
Formulación	Poblacional	Sectores LGBTI	31/08/2022
Formulación	Poblacional	Personas con discapacidad.	30/08/2022
Formulación	Territorial	Ruralidad de Ciudad Bolívar	09/09/2022
Formulación	Territorial	Ruralidad de Usme	28/09/2022
Formulación	Territorial	El Verjón	10/09/2022
Formulación	Sectorial	Consejo Consultivo de Turismo	19/09/2022

Tabla 4 Eventos del esquema de participación

La convocatoria para cada evento se realizó a través de tres instrumentos. El primero fue el registro interno del Instituto Distrital de Turismo de sus grupos de valor, los cuales fueron contactados de acuerdo a sus características, para participar en los distintos eventos. El segundo fue la convocatoria abierta, a través de piezas comunicativas y formatos de pre registro, que fueron difundidas masivamente a través de las redes del Instituto y otras instituciones aliadas. El tercero se realizó a través de la identificación, contacto y apoyo con actores poblacionales y sectoriales específicos, que por sus características contaban con la información de personas clave para los ejercicios. El total de asistentes de forma virtual y presencial a los distintos ejercicios de participación fue de 800 personas.

Los aportes y metodología fueron incorporadas al análisis problemático, a través de la triangulación con la información cualitativa y cuantitativa previamente recopilada. Es decir, los resultados del esquema de participación tuvieron un impacto directo en la identificación de los aspectos críticos del Sistema Distrital de Turismo, y a su vez en la definición de los puntos críticos de la política.

De otro lado, frente al segundo insumo de los resultados, referido a propuestas cocreadas entre los participantes, cabe señalar que se constituyó como la base para la identificación de alternativas y lineamientos, en el marco del alcance de la política.

Los resultados en clave sectorial indican:

- Poca duración de planes, proyectos e iniciativas que se han adelantado en el sector Turismo.
- Desarticulación entre el sector público, privado y la población civil, que ha imposibilitado la atención efectiva, con las ofertas institucionales, de las necesidades de los sectores, territorios y poblaciones del Turismo.
- Desconfianza sobre la gobernabilidad y la gobernanza del sector público en la ciudad.
- Creciente percepción de inseguridad en la ciudad que afecta las posibilidades de consolidación del sector.
- Baja apropiación ciudadana de la cultura y el territorio por parte de las personas que habitan Bogotá.
- Falta de cultura ambiental que limita el entendimiento y armonía entre el Turismo y la naturaleza.
- Falta de control frente a las actividades turísticas en la estructura ecológica principal.
- Desconocimiento de la oferta turística de la ciudad, que limita posibilidades de generar paquetes innovadores y atractivos para turistas.
- No hay igualdad en la difusión de la oferta turística disponible, solo se tienen en cuenta los atractivos turísticos tradicionales, relegando a segundo plano a los atractivos turís-

ticos de otras localidades.
- Dificultades de acceso a la conectividad, debido a la cobertura de internet y las dificultades en la ruralidad.
- Debilidades de la infraestructura digital de herramientas tecnológicas que impulsen la oferta turística.
- Baja accesibilidad de la infraestructura de la ciudad.
- Bajo reconocimiento del valor de la sociedad en la industria turística.
- La planificación turística no tiene en cuenta a las comunidades receptoras, ni por parte del Distrito y por parte de los visitantes que no respetan las prácticas propias de las comunidades receptoras.
- La ciudad no es reconocida como una ciudad turística, ni como un destino a visitar por extranjeros ni por residentes.

Los resultados en clave territorial indican:

- Desarticulación entre instituciones distritales y las comunidades en las localidades.
- Prevalencia de la promoción y el mercado turístico a localidades tradicionalmente turísticas, relegando a las localidades que no cuentan con una vocación turística desarrollada.
- Inexistencia de líneas de inversión directa en los Fondos de Desarrollo Local, lo que limita las inversiones locales y la discusión ciudadana en clave de ejercicios de planeación participativa.
- No hay un reconocimiento de las expresiones culturales de las localidades, desaprovechando las propuestas culturales e históricas que pueden articularse a la oferta turística.
- No hay cuidado del medio ambiente ni conciencia sobre su uso y conservación en el Turismo.
- No hay suficientes estudios ni regulación de la capacidad de carga en los atractivos turísticos naturales.
- Desaprovechamiento de la ruralidad como espacio para desarrollar el Turismo rural, respetando su configuración territorial y la del campesinado.
- Bajo reconocimiento del Turismo como un motor de desarrollo económico y social, lo que se ve en cómo las comunidades no tienen claro en qué se benefician con estimular la industria turística en el territorio.
- El desarrollo de la industria turística en las localidades carece de estudio y de organización, no existen formas efectivas de articulación entre la demanda de los turistas y la oferta desde lo local.
- Los sistemas de información sobre Turismo se encuentran desactualizados, o no se tiene conocimiento de su existencia. No hay claridad si existen datos sobre visitas, número y lugares de visitas. Se desconocen estos datos turísticos de las localidades.
- El mal estado de la planta turística se evidencia en el deterioro de la malla vial, el espacio público y las dificultades del sistema de transporte masivo.
- Dentro de la industria turística no hay un enfoque de responsabilidad social donde se le retorne algo a la población receptora del Turismo. Tampoco se tiene en cuenta a la población para hacer parte de la cadena de valor del Turismo.
- Persistencia de imaginarios que fomentan la estigmatización hacía varias localidades, frente a lo cual el Distrito no les presta atención para incluirlas en la industria turística y así contribuir al cierre de brechas sociales y económicas.

Los resultados en clave poblacional diferencial indican:

Mujeres

- Débil articulación interinstitucional en pro del Turismo, que incide en que la información que se tiene al respecto en las localidades sea insuficiente, haciendo que la desconexión entre entidades fomente la desconfianza sobre los procesos que adelanta el distrito.
- No hay suficiente promoción turística enfocada en la cultura, lo que hace que Bogotá no tenga una oferta turística cultural llamativa y reconocida por residentes y turistas.
- Uso inadecuado y no conservación del patrimonio natural de la ciudad. El control que se ha ejercido para frenar efectos adversos producto de actividades turísticas en el medio ambiente no es eficiente, termina siendo débil y no cumple con su objetivo.
- La conectividad no se ha podido garantizar para todos por igual, hay una brecha en conectividad entre localidades, hay zonas rurales que no pueden acceder a una red de internet. El sistema de información

sobre ofertas turísticas de los territorios es ineficiente, así como la recolección de datos de los visitantes por localidades.

- La infraestructura turística que puede ser utilizada para las necesidades de la industria turística es ineficiente y está en mal estado. No hay un mejoramiento de los atractivos turísticos, ni hay claridad en los protocolos para el cuidado y el reporte del estado de señalización.
- La comunidad no hace parte de la cadena de valor del Turismo ni puede participar activamente de los procesos que rodean el ejercicio turístico en la ciudad. No hay una vinculación efectiva de todos los sectores poblacionales en el Turismo, sobre todo de las mujeres y de la mujer adulta mayor.

LGBTI

- No hay articulación entre los lineamientos nacionales y territoriales para el Turismo. Los sectores LGBTI se sienten discriminados para poder hacer parte activa del Turismo.
- Los sectores LGBTI son estigmatizados como un producto turístico y cultural, no hacen parte integral del Turismo. El trabajo adelantado en materia de Turismo no ha sido transversal a la integración total e integral de la comunidad al ejercicio turístico.
- Por la falta de Turismo responsable y de regulaciones más estrictas hay repercusiones negativas en el medio ambiente.
- Como la industria turística no tiene un enfoque diferencial no hay oportunidad de crear empleos sin estigmatizar a las personas de la comunidad LGBTI ni hay garantías para la no discriminación por parte de los empresarios.
- Se percibe que hay una barrera tecnológica generacional, un analfabetismo digital que no permite que las personas puedan usar de manera eficiente los recursos digitales, es decir, no hay un correcto acceso a la tecnología ni a los sistemas de información virtuales.
- La infraestructura con la que cuenta la ciudad no está pensada para el desarrollo turístico en la misma.
  Los recursos de infraestructura que existen están en malas condiciones y los recursos que se encuentran no son incluyentes.
- No se ha podido garantizar el derecho al Turismo a toda la población y una razón de esto es que aún no se ha reconocido la importancia que tiene el Turismo para el desarrollo socioeconómico de la misma.

Jóvenes y niños

- El sistema turístico debería estar regulado por una Secretaría, esto dada la importancia de la industria turística en la educación y el desarrollo económico y social que conlleva este ejercicio; con la creación de una Secretaría de Turismo se podría ordenar y regular esta industria de manera más eficiente.
- Hay una falta de apropiación y sentido de pertenencia que se tiene desde el Turismo hacia el patrimonio inmaterial, cultural y arquitectónico, entre otros, que tiene la ciudad.
- Falta de conciencia sobre la importancia y el cuidado del medio ambiente. Es necesario generar conciencia en turistas y comunidad receptora sobre el cuidado del ambiente a través del aprovechamiento de los atractivos turísticos naturales.
- No hay una articulación entre industrias que pueden ayudar a nutrir la cadena de valor del Turismo en la ciudad.
- La promoción turística es ineficiente porque no se ha hecho un mapeo y segmentación efectiva de los atractivos turísticos con los que cuenta la ciudad y esto hace que siempre se promocionen los mismos atractivos turísticos.
- La infraestructura turística se encuentra deteriorada. La señalización es ineficiente. Esta infraestructura tampoco es accesible para las personas con discapacidad.
- La falta de apropiación del territorio por parte de la ciudadanía impide la socialización de los atractivos turísticos.
  Como no hay regulación del ejercicio turístico tampoco hay normas de convivencia que regulen el comportamiento en sitios turísticos de la ciudad.

Indígenas

- Falta de articulación con las entida-

des distritales.
Desconocimiento de las autoridades indígenas frente a los procesos del Turismo.

- Bajo reconocimiento los valores culturales de la población indígena lo que genera su exclusión del sector Turismo.
- No hay respeto ni cuidado por los espejos de agua y humedales, y en general hacia el medio ambiente y a los lugares sagrados para la población indígena.
- No existe una articulación entre el Distrito y las comunidades para incluirlas dentro de la cadena de valor del Turismo, respetando su diversidad y posibilidad de aportar desde sus saberes, cultura y arte ancestrales.
- En los sistemas de información asociadas al Turismo no hay información sobre lo relacionada con las poblaciones indígenas.
- En la planta turística no se incluye el enfoque étnico indígena, esto hace que la infraestructura (ejemplo la señalética), carezca de vinculación ancestral con el pueblo originario de la ciudad.
- Persistencia del desconocimiento general sobre las comunidades, sus sitios sagrados, lugares y rutas propias, lo que
hace que no se les tenga en cuenta en la industria turística y que se irrespete a la ley del territorio.

NARP (negros, afrocolombianos, raizales y palenqueros)

- Debido a cambios de administraciones no hay continuidad en procesos, sumado a la baja articulación con las localidades para trabajar directamente en el territorio.
- Desconocimiento del valor y la riqueza cultural que la comunidad afro ha aportado y su invisibilización como componente activo del Turismo en la ciudad.
- La falta de cuidado de los humedales es uno de los principales problemas, estos podrían ser un atractivo turístico, pero es necesario que se siga insistiendo en su cuidado.
- Hay una falta de reconocimiento de los grupos étnicos y esto deriva en problemas como la empleabilidad de personas NARP. La industria no cuenta con guías turísticos étnicos y no hay atractivos turísticos que cuenten con este tipo de enfoque diverso.
- La comunidad siente que hay un grado de analfabetización digital. Hay una carencia de elementos tecnológicos que puedan ayudar a la industria turística
- La infraestructura turística de la ciudad no tiene un enfoque étnico que muestre la diversidad cultural que aporta a la ciudad cada una de las comunidades NARP. Los lugares, vistos desde
atractivos turísticos no son adecuados ni representan las culturas étnicas que habitan Bogotá.
- No hay inclusión social dentro del Turismo, no se ha hecho un reconocimiento a los aportes étnicos que han hecho los distintos grupos, sumado a la persistente estigmatización hacia las comunidades NARP.

Víctimas, excombatientes y constructores de paz

- El Turismo no ha sido pensado como un factor de desarrollo industrial, económico y social y esto ha sido porque los gobiernos no han tenido voluntad de convertir al sector Turismo como un motor de desarrollo.
- La falta de articulación entre las instituciones y la población hace que no se pueda diversificar la oferta turística de las localidades y que siempre existan los mismos atractivos turísticos. La falta de trabajo conjunto con la comunidad hace los espacios culturales y artísticos sean abandonados y desperdiciados.
- El Turismo de naturaleza se hace de manera muy artesanal y esto atenta contra el cuidado de la naturaleza. No se identifica el desarrollo de educación en torno al Turismo ambiental y ecológico.
- La institucionalidad promueve sus propios espacios turísticos, pero no los emprendimientos de las comunidades que terminan siendo proyectos autogestionados. Estos proyectos necesidad un mayor apoyo.
- El uso de las herramientas tecnológicas para el desarrollo productivo de los emprendimientos ha sido un proceso difícil, debido a que no se cuenta con la capacitación necesaria y correcta para acceder a este insumo y aprovecharlo en el ejercicio turístico.

- El acceso a los atractivos turísticos resulta ser complejo porque la infraestructura es ineficiente y está deteriorada.
- El Turismo como desarrollo socioeconómico esta encapsulado solo en unos sectores poblacionales, no hay un verdadero impacto social positivo del Turismo en todos los sectores sociales, sobre todo los que históricamente han sido discriminados social y económicamente.

Personas mayores

- Hay desconfianza en las entidades distritales, debido a la poca presencia institucional turística en las localidades y la falta de continuidad de los proyectos. Esto influye en que las personas no quieren participar de manera incidente en la implementación del Turismo dentro del territorio.
- El ejercicio turístico ha ido desplazando el conocimiento ancestral de las localidades y no se ha entendido que este conocimiento puede ser aprovechado como un producto turístico.
- Las localidades han perdido territorio natural, no hay tantos espacios verdes, esto es porque no se ha entendido que, destinando más espacios verdes dentro de las localidades, estas pueden volverse más atractivas para los turistas que quieran visitar el territorio.
- No se ha tenido en cuenta el potencial que tienen los adultos mayores para hacer parte de la cadena de valor del Turismo. Las capacitaciones para guías turísticos dirigidos a adultos mayores son insuficientes.
- No hay una articulación adecuada y eficiente con Min Tic para fomentar el uso de tecnologías de la información relacionadas con el Turismo en las localidades. El acceso a las TICS y a las plataformas no es intuitiva.
- La infraestructura peatonal es deficiente. La infraestructura vial también es ineficiente ya que las vías principales en mal estado no pueden ayudar a descongestionar las vías secundarias de los barrios. El espacio público se encuentra deteriorado y no se ha estimulado su recuperación.
- No se han tenido en cuenta a todas las localidades de la ciudad en el desarrollo turístico, sobre todo las más necesitadas y donde habitan en su mayoría comunidades que han sido marginadas durante mucho tiempo.

Personas con discapacidad

- No se tiene en cuenta a las personas con discapacidad, lo que hace que la comunidad se sienta discriminada. No hay herramientas de participación y las que ya están definidas no cuentan con la participación incidente de la población con discapacidad, entonces tienden a carecer de legitimidad y aprobación por la misma comunidad.
- No hay productos turísticos que muestren la diversidad cultural presente en la ciudad. La asignación presupuestal del sector es muy baja y esto imposibilita adelantar procesos y proyectos culturales en el sector turístico.
- No se aprovechan los parques y elementos ambientales para el desarrollo del Turismo multisensorial. Los atractivos turísticos ambientales no son accesibles para las personas con discapacidad, lo que hace que sean excluyentes.
- La tasa de desempleo en personas con discapacidad es alta, los emprendimientos de esta población cuentan con baja visibilización e iniciativas de apoyos económicos, y la capacitación que se brinda desde el sector a los prestadores de servicios turísticos no están dirigidas a personas con discapacidad.
- Los sistemas de información sobre Turismo no son accesibles, no tienen en cuenta las distintas discapacidades de la población y resulta ser difícil acceder a la información.
- La infraestructura turística que tiene la ciudad no es correcta para que la puedan acceder personas con discapacidad. Para la adecuación de la planta de infraestructura turística no se han tenido en cuenta los distintos tipos de discapacidades ni se ha adecuado a ellos.

De otro lado, en el marco de la fase de formulación, a través de los seis espacios de participación desarrollados, se acordaron con las comunidades aspectos fundamentales para detallar el alcance de los productos del plan de acción. Al respecto se destaca:

- Considerar dentro de la estrategia del Turismo rural, acciones para la protección de la población campesina y las comunidades rurales como sujeto

de derechos, así como la implementación de medidas para reconocer su conocimiento, las dinámicas de género que allí se gestan y particularmente el rol de la mujer campesina en el turismo.

- Incorporar masivamente en las estrategias de promoción del destino, las imágenes, prácticas, vivencias, experiencias y sentidos del Turismo rural.
- Contribuir a través de las acciones de Turismo de naturaleza, a promover la protección integral de la estructura ecológica integral.
- Promover la vinculación activa de las personas con discapacidad en el ámbito laboral.
- Promover el diseño de productos turísticos que garanticen experiencias sensoriales para personas con discapacidad.
- Incorporar criterios diferenciales para sectores LGBTI y actores de la ruralidad, en la conformación de los Consejos Locales de Turismo.

En el marco de la implementación de la política se tiene planteado desarrollar un esquema de participación enfocado en dos vías. La primera, tiene que ver con la difusión masiva de la política, en los distintos sectores territorios y poblaciones, que participaron en el esquema de participación. Para lo cual se realizarán eventos de participación con alcance informativo para los participantes y nuevos públicos interesados, incorporando una comunicación pedagógica que permita un mayor entendimiento de la política. Igualmente, se realizarán foros académicos y mesas de trabajo con gremios del sector.

En la segunda vía, para los productos y resultados referidos a estrategias, se realizarán ejercicios complementarios de participación, dando cumplimiento a las bases del Turismo sostenible y los preceptos del modelo de Destino Turístico Inteligente. Para ello, se establecerá desde el Instituto Distrital de Turismo, como entidad líder de la implementación, unos lineamientos específicos para garantizar la participación incidente de la ciudadanía y los grupos de valor.

Como conclusión, cabe señalar que el esquema de participación para la formulación e implementación de la política, garantiza los elementos necesarios para la materialización del derecho a la participación como derecho humano y constitucional, ya que permitió el desarrollo de espacios diferenciales, descentralizados, con alcance democrático, con visión a largo alcance y complementario con otros procesos participativos.

La incorporación de la identificación de problemas realizados por la ciudadanía, al ejercicio de diagnóstico, garantiza que las situaciones insatisfactorias vividas por los actores, sean tenidas en cuenta en la nominación del problema de la política, posibilitando una posterior definición de instrumentos de intervención. Igualmente, el carácter diferencial al momento de la definición de la comunidad participante, garantizó entender las realidades diferenciadas de los actores del Sistema Distrital de Turismo, y la necesidad de acciones afirmativas y diferenciadas.

Como gran reto del proceso de participación, se destaca la realización de futuros encuentros de participación en la definición de algunas estrategias que hacen parte del plan de acción, posibilitando una construcción continua, participativa y cocreadora de la política, más allá del momento de la formulación. Igualmente, es fundamental establecer mecanismos de participación en el control social de la política, especialmente en el marco de los Consejos Locales de Turismo y Consejo Consultivo Distrital de Turismo.

Diagnóstico

Utilizando las variables y datos del diagnóstico del Sistema Distrital de Turismo (en sus 7 componentes) y de la información recopilada en el marco del esquema de participación, se utilizó la metodología planeación estratégica situacional (Matus, 1989) para identificar la problemática central de la política y sus puntos críticos. Esto, a través de la caracterización de las causas más recurrentes y su clasificación, tomando como principales criterios la gobernabilidad[3] y el mecanismo de intervención (reglas, estrategias, jugadas).

Como resultado se identifica como problema central de la política la baja capacidad del Sistema Distrital de Turismo para el fomento de la actividad turística y la consolidación de Bogotá-región como destino inteligente y sostenible, lo que ha impactado negativamente en la garantía de derechos

3 *La clasificación de la gobernabilidad se dio en función de la capacidad de control e intervención del Distrito sobre la problemática.*

fundamentales para la población residente y receptora.

Como grandes causas de este problema se establecen:

- Debilidad institucional para el desarrollo de un marco relacional adecuado entre Estado-sociedad-mercado para la gobernanza del destino.
- Debilidad del ecosistema de innovación dentro del sector Turismo para que contribuya al desarrollo y comercialización de mejores productos y servicios turísticos.
- Baja capacidad del sistema de información turística para proveer información y aplicación de tecnología orientada a una mejor gestión del destino, al marketing turístico y a la utilización de sistemas de conocimiento.
- Baja sostenibilidad turística de Bogotá región, impacta negativamente las posibilidades de desarrollo socioeconómico de los territorios, la conservación medioambiental y la conservación del patrimonio.
- Persistencia de barreras físicas, actitudinales, laborales y comunicacionales del destino, que limitan el acceso universal y equitativo de poblaciones al sector Turismo.

Estas cinco grandes causas se corresponden con las cinco dimensiones de destino turístico inteligente, lo que contribuye a la confluencia y armonización de las intervenciones en materia de turismo. De igual forma, dentro de estas se hayan otros puntos críticos, que guían la priorización de la intervención y son detallados a continuación:

Gobernanza

El principal punto crítico identificado en materia de gobernanza es la debilidad institucional para el desarrollo de un marco relacional adecuado entre Estado-sociedad-mercado para la gobernanza del destino. Esto, se evidencia en los pocos espacios de participación entre actores del sector, las debilidades institucionales asociadas al diseño institucional y normativo del sector, las limitaciones para promover la formalización y los problemas de resiliencia y seguridad que afronta el Sistema Distrital de Turismo.

A continuación, se exponen algunos puntos críticos que detallan estos elementos.

P1 Desconexión entre la oferta del destino y la demanda del mercado.

Bogotá es nominada como un destino turístico diverso, que tiene una oferta turística que contempla diversos atractivos y recursos naturales, culturales, sociales. Esta oferta se complementa con algunos productos turísticos, desarrollados especialmente en el seno de lo público que, sin embargo, no ha tenido una continuidad temporal que permita establecer un producto autóctono de ciudad. Pese a que en los últimos años se registran avances en la consolidación de productos de alcance regional, como Ruta Leyenda El Dorado, siguen siendo limitados los alcances institucionales y las iniciativas privadas para establecer una oferta turística que responda a las dinámicas de una demanda cambiante.

De otro lado, frente a la demanda, se destacan los registros de las personas viajeras en la ciudad, que indican que tan solo el 11,1% son turistas (9,3% nacionales y 1.8 internacionales). La gran mayoría (70,1%) son residentes de la ciudad.

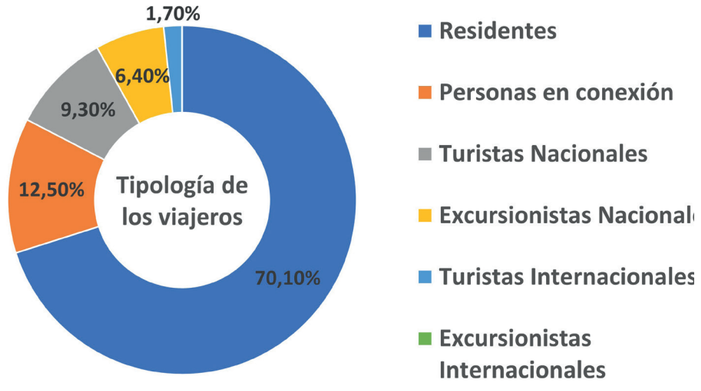


Figura 7 Tipologías de viajeros. Fuente: Observatorio de Turismo (2020).

Otro de los datos que contribuye a entender las dinámicas del viaje (en perspectiva pre-pandémica) es la distribución de turistas por su naturaleza (nacionales o internacio-

nales). Entre 2018 y 2019 aumentó la proporción de turistas internacionales, pasando del 14,7% en 2018 al 15,2% en 2019.

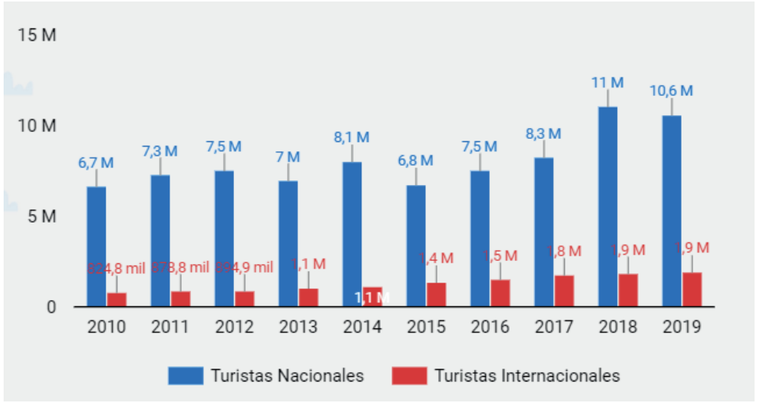


Figura 8 Turistas nacionales e internacionales. Fuente: Observatorio de Turismo (2020).

En cuanto a la distribución etaria, la gran mayoría de las personas viajeras se ubica en el grupo de adultez (55,5), seguido por jóvenes (21,34%) y personas mayores (7,8%).

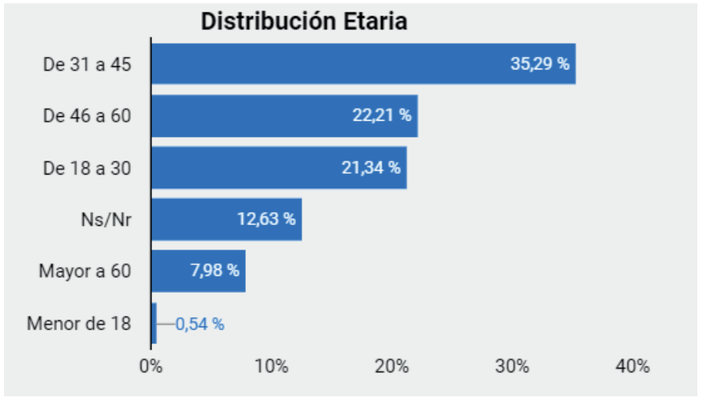


Figura 9 personas viajeras por grupo etario. Fuente: Observatorio de Turismo (2020).

En cuanto a la composición de las personas viajeras por género, se encuentra que en su mayoría son masculinos (57,4%). Esto implica la necesidad de avanzar en la estructuración de productos y en general de condiciones propicias en todo el Sistema Distrital de Turismo, para garantizar que el destino ofrezca los mejores productos y servicios a las mujeres, garantizando además sus derechos. De esta forma, se evidencia la necesidad de intervenir las asimetrías de género que impactan la posibilidad de que las mujeres viajen a Bogotá en proporciones similares a la de los hombres.

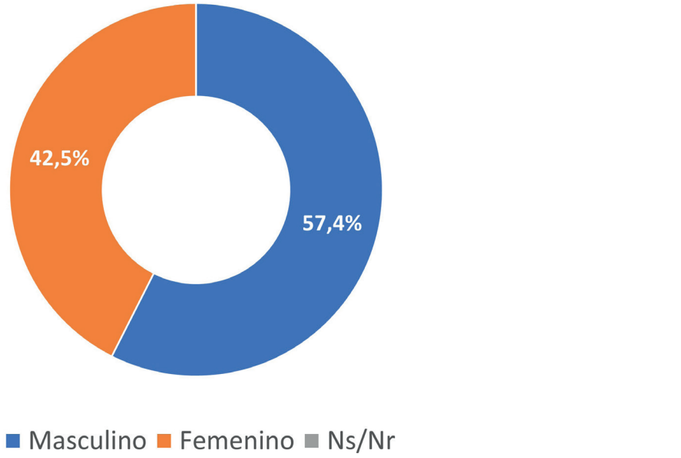


Figura 10 personas viajeras por sexo. Fuente: Observatorio de Turismo (2020).

En lo relacionado con las motivaciones de viaje, el principal motivo es la visita de familiares y amigos, y tan solo el 19,2% está asociado a las vacaciones, la recreación y el ocio. Esta composición indica que las motivaciones están más asociadas a cuestiones personales de las personas viajeras que a una orientación a tener unas vacaciones en la ciudad, aspecto que indica la necesidad de mejorar la oferta de productos turísticos y la imagen de la ciudad como destino, para atraer un mayor número de turistas interesados en Turismo vacacional.

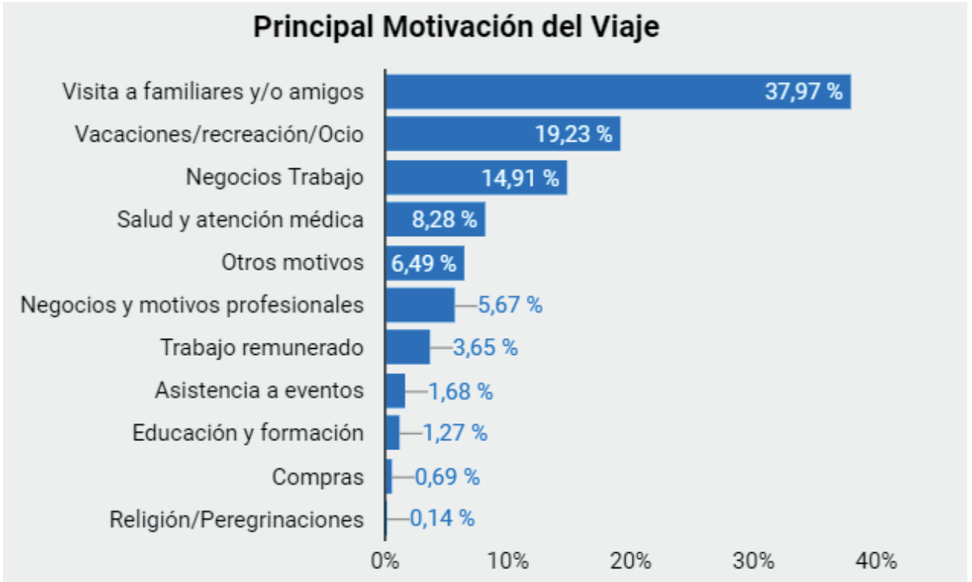


Figura 11 personas viajeras por motivación. Fuente: Observatorio de Turismo (2020).

Entre las actividades realizadas por las turistas internacionales, el 10.5% realizó actividades culturales, históricas, artísticas, religiosas, arquitectónicas. El 7,2% hizo planes urbanos (bicicleta, ir de compras, rumba, tour de grafitis), el 6,4% realizo actividades que tienen relación con el sector gastronómico y el 6.0% estuvo interesada por los negocios.

El 3.3% realizó actividades relacionadas con actividades médicas, el 2,1% por actividades de tipo rural (agroturismo), el 1.6% llevó a cabo actividades basadas en naturaleza, el 0.8% realizó actividades de aviturismo y el 0,1% visitó Bogotá por motivos de bienestar.

En cuanto a las turistas nacionales que llegaron a la ciudad en 2021, el 6.6% realizó actividades de tipo médico, el 4.9% de tipo cultural, histórico, religioso, arquitectónico, artístico y urbano. El 3.2% tuvo actividades gastronómicas, el 2.1% llegó a la ciudad por negocios. El 0.9% realizó actividades de ecoturismo, el 0.5% y el 0.4% realizó actividades educativas y de bienestar, correspondientemente, el 0.2% realizó actividades de aviturismo y el 0.1% realizó actividades rurales. (Observatorio de Turismo, IDT, 2021, p.28).

Estos datos indican el acceso variado de las mujeres turistas a los productos y atractivos turísticos de la ciudad, lo que refuerza la necesidad de plantear estrategias claras para desarrollar mejores y mayores servicios especializados en mujeres, en distintos segmentos de turismo, posicionando a la ciudad como un destino seguro e innovador para las turistas.

De otro lado, pese a que las motivaciones muestran preferencias para segmentos de Turismo como negocio, salud, recreación, no existen estrategias claras, articuladas y con asignaciones presupuestales importantes, que permitan articular los recursos turísticos, atractivos y experiencias de la ciudad, con los distintos tipos de turistas. Igualmente, la ciudad no ha avanzado en el diseño de productos turísticos que atiendan a un carácter diferencial en clave territorial y de género, visibilizando necesidades específicas que tienen las mujeres en temas como la seguridad.

Esto, evidencia la necesidad de articular la red institucional del distrito en sectores como cultura y ambiente, con las dinámicas de la planificación turística, que permitan establecer productos de alto alcance que a su vez deriven en hacer de la ciudad un destino más atractivo para los turistas y visitantes.

P2. Poca capacidad técnica del IDT como autoridad de Turismo para identificar las necesidades de demanda y la adecuada gestión del destino.

Una adecuada gestión del destino requiere tomar decisiones basadas en los mejores y fiables datos disponibles. Esto implica contar con la capacidad para levantar, sistematizar y analizar información del sector en un periodo de tiempo oportuno, que permita monitorear las características de la demanda turística y en función de esto perfilar las mejores acciones posibles para adecuar la oferta.

Pese a que Bogotá avanzó en 2021 en la consolidación y afianzamiento del Observatorio Distrital de Turismo, adscrito al IDT, buscando mejorar el sistema de información turística, la ciudad enfrenta grandes limitaciones para contar con la información requerida para un eficiente sistema

de información. Esto implica amplias inversiones en temas como conectividad, interactividad entre sistemas de información (públicas, privadas y de la sociedad civil) y la ampliación de la capacidad técnica del Observatorio.

P3. Turistas no demandan la formalidad como requisito para acceder al servicio

La informalidad del sector es un problema preocupante para el desarrollo del Turismo en la ciudad, debido a que limita la prestación de servicios y la provisión de bienes en condiciones de calidad óptimas y atendiendo a lo establecido en las normas. Pese a los esfuerzos orientados a masificar la formalización dentro del sector, existen algunos incentivos negativos que limitan su eficiencia. Uno de estos es que muchos turistas que llegan a la ciudad no demandan la formalidad como requisito para acceder al servicio. Esto ocasiona que actores no formales del sector tengan ventajas competitivas respecto a los formales, en tanto reciben pagos similares por sus productos y servicios y no tienen que pagar los costos de la formalidad.

Adicionalmente, la compra de bienes y servicios a prestadores no formales, implica una gran cantidad de riesgos, incluyendo algunos que pueden derivar en escenarios de afectación a la integridad física de los turistas, ante lo cual la capacidad del Sistema Distrital de Turismo es limitada.

En términos de sexo, se destaca que el 51,4 % de las mujeres empleadas, está en informalidad, mientras que en el caso de los hombres el porcentaje de informalidad fue del 36,9 % (Observatorio de turismo, IDT, 2021, p.36). Esta diferencia de 14,5 puntos porcentuales, indica las brechas de género que se presentan en el sector y que se constituyen como situaciones de violencia económica en la industria turística, que deben ser intervenidas de forma diferencial.

De otro lado, cabe señalar que tan solo el 0,20% de los prestadores y las prestadoras de servicios turísticos de la ciudad, cuentan con sello de calidad turística (ICTRC, 2021). Esto indica, las dificultades de la industria turística, para generar incentivos que permitan mejorar la calidad y avanzar hacia lógicas de certificación como factor de competitividad en el sector.

En este contexto, la baja certificación en calidad turística es un indicador de las necesidades de fortalecimiento de los prestadores y las prestadoras de servicios turísticos, en aspectos como la prestación del servicio, la adecuación de instalaciones, prácticas laborales justas, entre otros aspectos.

P4. Poca apropiación ciudadana de la ciudad, la cultura y los atractivos culturales y patrimoniales

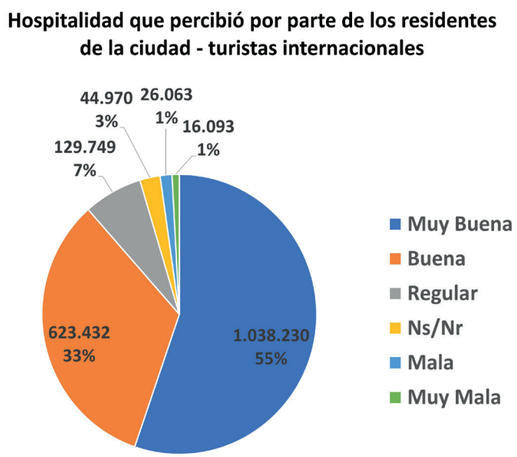
Pese a ser el principal destino turístico del país, una gran parte de la ciudadanía de Bogotá no reconoce a la ciudad como un destino turístico. En los escenarios de participación se aduce a una gran falta de sentido de pertenencia, tema sobre el cual las comunidades consultadas hacen énfasis en verse a sí mismos, y a la demás ciudadanía como anfitriones de la ciudad; donde querer a su ciudad, apropiarse de lo que la hace única y saber mostrarla es vital para fomentar la participación en el desarrollo turístico y con el atraer un Turismo que aporte al desarrollo social, económico y ambiental de las comunidades en las que ejerce un efecto concreto.

Esto implica aspectos negativos para el destino, tales como la no preparación social para aceptar al turista como parte del territorio, el incentivo a comportamientos que afectan el Sistema Distrital de Turismo, un menor impacto en la promoción voz a voz de la ciudad, entre otros aspectos.

En términos de apropiación cultural, la encuesta bienal de cultura 2019, indica que el 66% de la ciudadanía, no participa o lidera algún proyecto orientado a la promoción del arte, la cultura y el patrimonio. Esta dinámica se compagina con el poco gasto de dinero en temas como el patrimonio (8%) y artes escénicas (10%). Igualmente, tan solo sobresalen las localidades de Usaquén, Chapinero y La Candelaria, como lugares donde existe patrimonio cultural. (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte 2019).

Estos datos indican que en general, hay una baja apropiación de las actividades culturales y de promoción del arte, que implican a su vez un bajo gasto de recursos en estas. De otro lado, la percepción sobre la concentración de la oferta patrimonial en tres localidades, que se compagina con la concentración de la oferta turística, muestra un desconocimiento de las dinámicas culturales y patrimoniales del resto de la ciudad. Estos dos elementos tienen afectaciones en aspectos fundamentales para el destino, tal como es el anfitrionazgo. En el “Estudio de

percepción de turistas en Bogotá 2018", un alto porcentaje de los turistas nacionales e internacionales encuestados destacan la hospitalidad de los residentes, identificando que hace falta un mayor énfasis en la cultura turística que le permita a los dueños de casa conocer las expectativas de los turistas y la mejor manera de responder a ellas; así como la oferta turística de la ciudad.



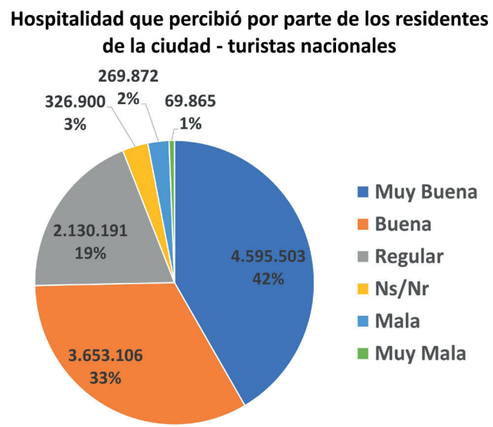


Figura 12 Percepción hospitalidad de turistas. Fuente: "Estudio de percepción de turistas en Bogotá 2018" Observatorio de Turismo del IDT

Para la medición de la satisfacción del turista nacional e internacional en su viaje, el Observatorio de Turismo en su "Estudio de Percepción de turistas en Bogotá 2018" da cuenta que la satisfacción es muy alta en un gran porcentaje.

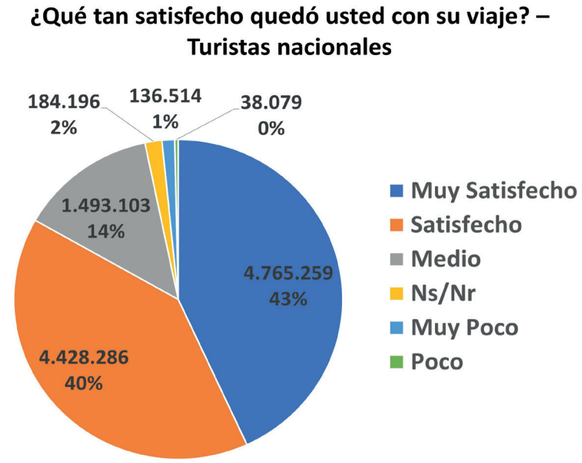


Figura 13 Satisfacción del viaje turistas internacionales. Fuente: "Investigación de Viajeros 2019" Observatorio de Turismo del IDT

Este resultado evidencia que, aunque hay una importante satisfacción de viaje, hay oportunidades de mejorar que indican mayor nivel de satisfacción si la comunidad residente de Bogotá contará con un mayor grado de apropiación de ciudad.

P.5 Poca visibilización del sector dentro de la agenda pública local

Pese a que el Turismo es nominado en múltiples documentos oficiales (por ejemplo, el Plan Distrital de Desarrollo "Un nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI), como un sector estratégico para el desarrollo social y económico de la ciudad, en el ámbito de las localidades, salvo algunas excepciones (La Candelaria, Santa Fe, Chapinero), es poco visible su inscripción en la agenda pública local. Esto fundamentalmente se debe a que la Circular CONFIS 03 de 2020, que define las líneas de inversión para los fondos de desarrollo local, no estableció un concepto de gasto específico para el Turismo. Solamente bajo la línea de inversión de "Desarrollo de la Economía Local" se establece la posibilidad de realizar inversiones en materia de desarrollo económico (enfocado a formación y fortalecimiento de MiPymes y emprendimientos". Esta limitación impide que los Planes de Desarrollo Local contemplen inversiones específicas en materia de Turismo, aun cuando en muchas localidades fue un pedido recurrente en el marco del ejercicio de encuentros entre ciudadanía.

Pese a esto, durante 2020, 29 iniciativas ciudadanas de Turismo fueron priorizadas en el marco de presupuestos participativos, en las localidades de Chapinero, Suba, Barrios Unidos, Ciudad Bolívar, Usaquén, Santa Fe, San Cristóbal, Usme, Kennedy, Antonio Nariño, La Candelaria, Rafael Uribe, Los Mártires. Esto indica que pese a las limitaciones en cuanto a la destinación específica de recursos locales para el sector Turismo, hay una ventana de oportunidad en los presupuestos participativos para visibilizar y reconocer el Turismo como tema de interés de la ciudadanía que requiere una atención presupuestal importante.

P6 Baja integración institucional

El desarrollo de proyectos y acciones institucionales en las localidades es fragmentado y poco coordinado, de acuerdo a lo identificado en los resultados del esquema de participación. Es decir, múltiples sectores administrativos del distrito desarrollan diversas acciones en distintos ámbitos de intervención relacionados con el Sistema Distrital de Turismo. Sin embargo, en ocasiones las intervenciones no son coordinadas entre entidades y alcaldías locales, originando la duplicidad de esfuerzos y en algunos escenarios, la duplicidad de programas similares.

La dispersión de las intervenciones institucionales afecta la eficiencia de las actividades relacionadas con el Sistema Distrital de Turismo, lo que a su vez genera incentivos negativos frente a la ciudadanía, para que estos desconfíen de las instituciones y crean que sus acciones tienen bajo impacto y son ineficaces. La pérdida de legitimidad de las instituciones a su vez afecta futuros procesos de cocreación entre la institucionalidad y la ciudadanía (baja capacidad de convocatoria, limitaciones a la participación, interlocución hostil), lo que va en contravía de los principios de la sostenibilidad turística y de una adecuada gobernanza del sistema de Turismo en lo local.

P.7 Pocos espacios y mecanismos de participación en el sector Turismo

Hasta 2021 la ciudad cuenta con una instancia de participación de carácter Distrital (Consejo Consultivo Distrital de Turismo), cuyo objeto es servir de órgano asesor y consultivo de la administración distrital, con relación al desarrollo de la industria turística en Bogotá D.C. e iniciativas locales de la misma. En el nivel local, solo La Candelaria cuenta con un Consejo Consultivo de Turismo. De esta manera, son muy pocas las personas que participan e inciden en las instancias formales del Sistema Distrital de Turismo.

En el marco del esquema de participación, se identificó que las limitaciones de espacios de participación, tales como instancias formales y no formales, limita el encuentro entre actores del sector y las instituciones distritales, para discutir problemáticas y plantear acciones de cocreación para su intervención. Esto evidencia la poca capacidad del Sistema Distrital de Turismo, para que, en su despliegue territorial, genere espacios que contribuyan al mejoramiento de la gobernanza.

P.8 Baja aplicación de mecanismos para la gestión regional

La Bogotá-región no ha implementado aún un sistema de gobernanza que le permi-

ta articular acciones concertadas entre los múltiples ordenamientos institucionales y territoriales, orientados a la consolidación de productos turísticos de alcance regional, mejores condiciones de movilidad y transporte, proyectos estratégicos comunes y gestión ambiental. Esto, se constituye como un factor que limita las posibilidades de fortalecimiento y gestión de un destino de alcance regional.

P.9 Persistencia de situaciones de inseguridad.

Los delitos sexuales donde las mujeres son víctimas, 2021 han presentado un incremento del 0.4%, equivalente a un incremento de 8 víctimas. Este incremento ha sido jalonado principalmente por los aumentos en la localidad de Suba (22%), Engativá (14%) y Candelaria (42%). Sin embargo, es necesario reconocer las reducciones de delitos sexuales en las localidades de Ciudad Bolívar (-11%) y Rafael Uribe Uribe (-21%). (Seguridad y mujer en Bogotá, Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, 2021).

Los delitos sexuales durante el 2021 han aumentado especialmente en abril, mes donde incrementaron a 121 casos, 50% más que el año anterior. Este incremento se presume por la entrada en vigencia del Decreto 148 del 20 de abril del 2021, Suba es la localidad que agrupa el mayor número de registros (15%), le siguen Kennedy (11%) Ciudad Bolívar (11%) y Bosa (10%). Sin embargo, son Antonio Nariño, Candelaria, Chapinero, Engativá, Suba, Santa Fe, Teusaquillo y Usme las localidades que registraron las variaciones negativas más altas, es decir, las localidades en las que aumentó el número de casos, comparado con el mismo periodo del 2020.

Los homicidios con víctima mujer en lo corrido del 2021 han presentado un incremento del 6%, equivalente a un incremento de 3 víctimas. Este incremento ha sido jalonado principalmente por los aumentos en la localidad de Ciudad Bolívar (67%, +4 víctimas) y Engativá (150%, +3 víctimas). Por otra parte, se destacan las reducciones de las localidades de Kennedy (-56%, -5 víctimas) y Santa fe (-100%, -3 víctimas). (Seguridad y mujer en Bogotá, Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, 2021).

Estas dinámicas de violencia contra la mujer, afectan negativamente las posibilidades de desarrollo de un turismo responsable e incluyente y se constituye como uno de los principales puntos de intervención como destino, pues violentan derechos humanos de las mujeres y a su vez, reproducen imaginarios negativos sobre el destino y frente a las posibilidades de viaje libre y seguro de las mujeres.

Innovación

El principal punto crítico en el tema de innovación es que no existe un ecosistema de innovación dentro del sector Turismo que contribuya al desarrollo y comercialización de mejores productos y servicios turísticos. A continuación, se detallan otros puntos asociados.

Accesibilidad

El principal punto crítico de la accesibilidad es la existencia de barreras físicas, actitudinales, laborales y comunicacionales del destino, que limitan el acceso universal y equitativo de poblaciones al sector Turismo y restringen la generación de escenarios de productividad accesible.

P.10 Desempleo para personas con discapacidad

El desempleo fue el principal factor problemático expresado en el marco del evento de participación de personas con discapacidad. Se puso de manifiesto las grandes dificultades para la efectiva inserción laboral de este grupo poblacional en los empleos provistos por la industria turística, pese a que la legislación genera incentivos para que esto suceda.

En este mismo sentido, en la encuesta realizada por el IDT en 2021 a más de 80 personas empresarias del sector, el 68.6% de los y las encuestadas manifestó que no promueven ni generan ningún tipo de inclusión laboral, siendo esto clave para garantizar la independencia económica de las personas con discapacidad y personas mayores.

P.11 Baja aplicación de criterios de accesibilidad para la prestación de servicios turísticos

En la encuesta realizada por el IDT en 2021 a más de 80 personas empresarias del sector, para conocer las prácticas relacionadas con la accesibilidad, tan solo el 24,2% de las y los encuestados, contestaron que sí han establecido políticas de gestión que involucren la inclusión de grupos poblacionales y la accesibilidad respectivamente. De otro lado, apenas el 15,7% de las y los encuestados adelanta acciones para la gestión del riesgo teniendo en cuenta la accesibilidad, lo cual lleva a pensar que en caso de una emergen-

cia no se tienen establecidos protocolos claros que ayuden a personas con requisitos específicos de acceso.

Esto implica un desconocimiento de la importancia de la accesibilidad como elemento constitutivo de la calidad turística y pone de manifiesto la necesidad de avanzar hacia una mayor sensibilización frente a la industria turística, de la importancia de garantizar la accesibilidad y con ellos los derechos de grupos poblacionales como las personas mayores y las personas con discapacidad.

P.12 Dificultades para la accesibilidad productiva

La generación de emprendimientos y empresas de parte de las personas con discapacidad y otros orientados a este grupo poblacional, está impactado negativamente por factores asociados al reconocimiento, las limitaciones en actividades de la vida diaria, violación del derecho a la educación, barreras arquitectónicas, dependencia funcional, discriminación y exclusión social, bajas capacidades de proyección y ejecución, entre otros. (Núñez, et all, 2019).

De esta manera, en el sector Turismo se visibiliza como necesario la intervención de estos factores estructurales, que limitan el goce de derechos de las personas con discapacidad en el sector y que imposibilitan que el destino cuente con un entorno favorable para la accesibilidad productiva, como fuente de desarrollo económico y social de las personas con discapacidad.

Innovación

El principal punto crítico en el tema de innovación, es que no existe un ecosistema de innovación dentro del sector Turismo que contribuya al desarrollo y comercialización de mejores productos y servicios turísticos. A continuación, se detallan otros puntos asociados.

P.13 Baja planificación estratégica para el desarrollo de productos turísticos

Las metodologías para la estructuración de productos turísticos desde el IDT, ha carecido de una consistencia que permita establecer productos de alto impacto que generen una identidad clara del destino frente a los turistas (especialmente los internacionales). Igualmente, aunque se han hecho esfuerzos para la estructuración de productos turísticos de alcance regional, aún subsisten obstáculos que limitan el desarrollo efectivo de estos productos.

De otro lado, son pocos los estudios sobre la implementación y el impacto de los productos turísticos implementados por la ciudad en los últimos años, lo que ha limitado la generación de conocimiento y lecciones aprendidas que permitan generar mejores productos con base en la experiencia.

Desde la óptica de los productos desarrollados por el sector privado, fue recurrente en el marco de los espacios de participación, la identificación de limitaciones en materia de planta turística y de gestión de aspectos ambientales (ejemplo las basuras) que suelen ser olvidados al momento de diseñar productos turísticos y planes asociados a su implementación. Por otro lado, por parte de las y los prestadores de servicios turísticos más pequeños, se identificaron necesidades en materia de formación para el desarrollo de productos que involucren atractivos de localidades y recorridos poco convencionales. Esto ha hecho que muchos estén enfocados en la oferta de productos de otros destinos, limitando la visibilización de los productos de ciudad (convencionales y emergentes).

Baja capacidad de los prestadores de servicios turísticos para el desarrollo de productos, procesos, proyectos y servicios innovadores.

Los prestadores y las prestadoras de servicios turísticos tienen pocas prácticas de innovación en el desarrollo de sus productos. Esto se evidenció en la encuesta realizada por el IDT en 2021 (IDT, 2021), donde se muestra que solo el 22,6% de las y los prestadores de servicios turísticos encuestados, es miembro o participa de alguna estrategia de transferencia de conocimiento, centros de conocimiento, estrategias de cooperación público-privada o público-público, laboratorios de innovación, para impulsar nuevas iniciativas que favorezcan el desarrollo de su empresa.

Este fenómeno también está asociado a la desarticulación de acciones para la generación de innovación, por parte de la academia, el sector privado y el Estado, lo cual se evidenció en el marco de los escenarios de participación realizados, en los cuales fueron constantes los señalamientos sobre la ausencia de mecanismos y espacios efectivos para la construcción de productos turísticos innovadores y el desarrollo de procesos de creación entre los tres actores del ecosistema de innovación.

Ausencia de mecanismos para la identificación de vocaciones locales, que permita uni-

ficar la oferta por localidad y la diferenciación en los productos definidos

El esquema de participación desde la perspectiva territorial, permitió identificar una alta valoración de los actores del Turismo local, de atractivos, potencialidades y posibilidades para el desarrollo de actividades turísticas. Pese a esto, no existe un mecanismo claro para identificar de manera objetiva estas vocaciones, ante la obsolescencia de la metodología del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para definir atractivos. Sin esta identificación objetiva, se dificulta la estructuración de ofertas y productos de las localidades, así como acciones orientadas a su promoción y marketing.

P.14 Obsolescencia y poca claridad para la definición de los atractivos turísticos

La metodología oficial para la definición de los atractivos turísticos, provista por el Viceministerio de Turismo, es antigua y no se adapta a los nuevos conceptos y dinámicas de los atractivos turísticos. Esto origina que la ciudad tenga dificultades para definir los atractivos turísticos y distinguirlos de los recursos. Adicionalmente, los constantes reclamos por parte de actores locales (institucionales y ciudadanía) sobre la declaración de ciertos recursos sobre atractivos, se ve en muchos casos poco cohonestada por parte del distrito, debido a la rigidez metodológica y de tiempos para la declaración de atractivos, ocasionando una respuesta a destiempo. Esto implica una superación de la realidad del Turismo a las lógicas institucionales para su identificación e incorporación en la oferta turística de la ciudad. Es decir, una baja capacidad institucional para el análisis y establecimiento de los recursos y atractivos turísticos. Adicionalmente, la Ley 2068 de 2020 plantea la declaratoria de bienes públicos como atractivos y a hoy no se ha expedido por parte del gobierno nacional la metodología o procedimiento correspondiente.

P.15 Baja capacidad de los prestadores de servicios turísticos para el desarrollo de productos, procesos, proyectos y servicios innovadores

Los prestadores y las prestadoras de servicios turísticos tienen pocas prácticas de innovación en el desarrollo de sus productos. Esto se evidenció en la encuesta realizada por el IDT en 2021 (IDT, 2021), donde se muestra que solo el 22,6% de las y los prestadores de servicios turísticos encuestados, son miembros o participa de alguna estrategia de transferencia de conocimiento, centros de conocimiento, estrategias de cooperación público-privada o público-público, laboratorios de innovación, para impulsar nuevas iniciativas que favorezcan el desarrollo de su empresa. Otros datos de la encuesta indican:

Tan solo el 8% de las y los prestadores ha ganado, o se le ha otorgado un reconocimiento por implementar estrategias relacionadas con innovación.

El 77,3% de los prestadores y prestadoras, nunca ha participado de algún proceso de innovación con entidades locales, nacionales o internacionales.

El 62,6% de la empresa, negocio o emprendimiento, ha identificado y desarrollado nuevos productos turísticos durante el último año.

Este fenómeno está asociado a la desarticulación de acciones para la generación de innovación, por parte de la academia, el sector privado y el Estado, lo cual se evidenció en el marco de los escenarios de participación realizados, en los cuales fueron constantes los señalamientos sobre la ausencia de mecanismos y espacios efectivos para la construcción de productos turísticos innovadores y el desarrollo de procesos de creación entre los tres actores del ecosistema de innovación.

P.17 Debilidades organizacionales de los prestadores de servicios turísticos

De acuerdo a la Cámara de Comercio de Bogotá (2019), las y los prestadores de servicios turísticos tienen problemas asociados a la alta rotación del capital humano, debilidades de competencias de personal de ventas, ineficiencia de programas de formación, consecución de personal especializado, bajas competencias en mercadeo y ventas, falta de profesionalización y bajos niveles de bilingüismo.

Adicionalmente, estas debilidades, los prestadores y prestadoras de servicios turísticos se vieron altamente impactadas con ocasión de la pandemia por COVID 19. De acuerdo con el análisis realizado por el Observatorio Distrital de Turismo SITGOG, en el Registro Nacional de Turismo - RNT se encuentran inscritos las y los Prestadores de Servicios Turísticos - PST cuyas operaciones permi-

ten proporcionar, intermediar o contratar directa o indirectamente con los y las turistas la prestación de servicios. Dentro de los servicios turísticos se encuentran los hoteles, centros vacacionales, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente; las agencias de viaje y Turismo, agencias mayoristas y operadoras, guías de Turismo, establecimientos de gastronomía y bares, empresas captadoras de ahorro para viajes, empresas de transporte automotor, parques temáticos, entre otros.

A continuación, se muestra la afectación de la pandemia en el número de registro activos, para el periodo 2019-2020:

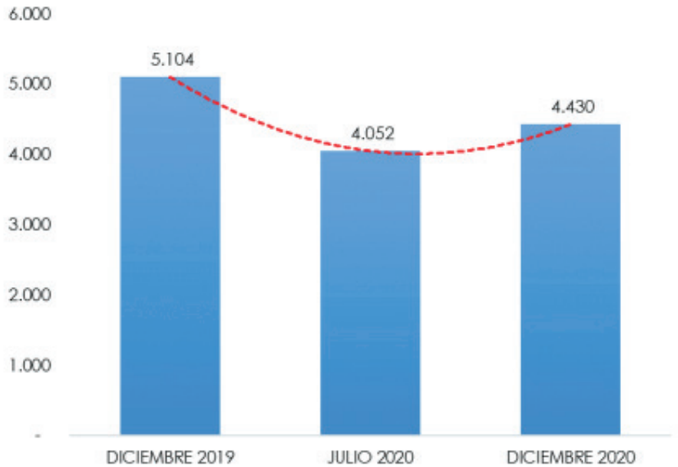


Figura 14 Número de establecimientos de los PST con RNT activo. Fuente: observatorio de Turismo (2021)

Para el mes de julio de 2020, periodo en el cual la ciudad de Bogotá se encontraba con diferentes medidas restrictivas y en el primer pico epidemiológico de la pandemia, todas las localidades reportaron un descenso en el número de establecimientos de los PST. Las localidades que tradicionalmente concentran el mayor número de prestadores presentan los siguientes impactos: Chapinero, con una reducción del 19% (205) en el número de establecimientos; Usaquén un descenso del 17% (123); Teusaquillo, el 21% (106); Suba, 26% (106) y Santa Fe con una reducción del 28% (101) en el número de establecimientos activos. Lo anterior significa 604 prestadores menos activos en la ciudad en uno de los periodos de mayor impacto de la pandemia en 2020.

La disminución de establecimientos en localidades como La Candelaria, Engativá, Antonio Nariño y Los Mártires, las cuales, pese a que no tienen la misma concentración de prestadores que las localidades mencionadas anteriormente, registraron descensos entre el 26% y 38% en el número de establecimientos.

LOCALIDAD	DICIEMBRE 2019	JULIO 2020	DICIEMBRE 2020	Var (%) Jul/2020 - Dic/2019	Var (%) Dic/2020 - Jul/2020	Var (%) Dic/2020 - Dic/2019
CHAPINERO	1064	859	898	-19%	5%	-16%
USAQUÉN	734	611	670	-17%	10%	-9%
TEUSAQUILLO	509	403	432	-21%	7%	-15%
SUBA	399	294	328	-26%	12%	-18%
NO APLICA	282	291	315	3%	8%	12%
FONTIBÓN	321	273	300	-15%	10%	-7%
BARRIOS UNIDOS	322	255	291	-21%	14%	-10%
ENGATIVÁ	312	230	271	-26%	18%	-13%
SANTA FÉ	355	254	266	-28%	5%	-25%
KENNEDY	210	170	203	-19%	19%	-3%
CANDELARIA	193	120	122	-38%	2%	-37%
PUENTE ARANDA	83	69	77	-17%	12%	-7%
LOS MÁRTIRES	101	66	72	-35%	9%	-29%
ANTONIO NARIÑO	67	48	49	-28%	2%	-27%
BOSA	42	33	38	-21%	15%	-10%
RAFAEL URIBE URIBE	34	30	33	-12%	10%	-3%
CIUDAD BOLÍVAR	33	17	28	-48%	65%	-15%
USME	15	10	15	-33%	50%	0%
SAN CRISTÓBAL	17	10	13	-41%	30%	-24%
TUNJUELITO	11	9	9	-18%	0%	-18%
TOTAL	5.104	4.052	4.430	-21%	9%	-13%

Tabla 5 RNT por Localidad 2019-2020. Fuente: Observatorio De Turismo

Para el año 2019, se encontraban 5.104 establecimientos de Prestadores y prestadoras de Servicios Turísticos – PST con Registro Nacional de Turismo – RNT activo en la ciudad de Bogotá. A Continuación, se muestra su distribución geográfica:

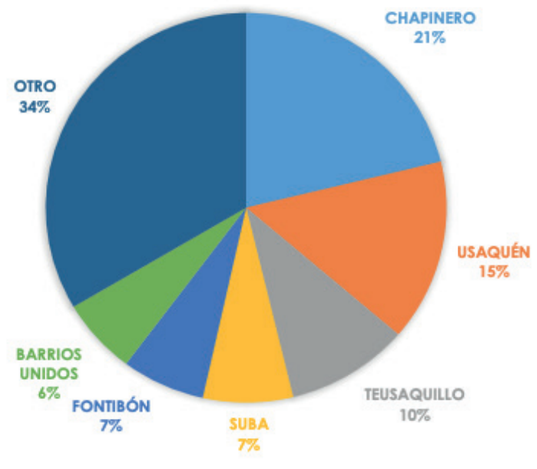


Figura 15 Distribución del número de prestadores y prestadoras de servicios turísticos. Fuente: observatorio de Turismo (2020).

Como se puede apreciar 3 son las localidades que concentraron el 45% de establecimientos de los PST; Chapinero, el 21%; Usaquén, el 15 % y Teusaquillo el 10%.

A corte de diciembre de 2020, el 76% de los establecimientos de los PST estaban concentrados, en su mayoría, en las siguientes categorías: el 37% corresponde a agencias de viajes, el 17% a establecimientos de alojamiento, el 11% a viviendas turísticas y el 11% a establecimientos de gastronomía.

Asimismo, el 7% de los establecimientos corresponden a guías de Turismo, el 6% a operadores de congresos, ferias y convenciones y el restante 11% se distribuye en oficinas de representación turística, empresas de transporte automotor, empresas captadoras de ahorro para viajes, entre otros.

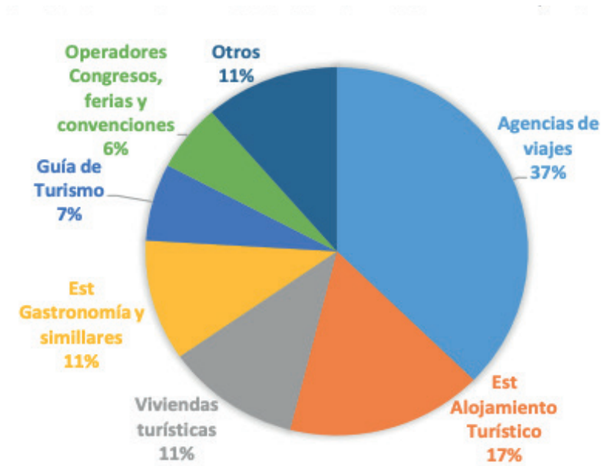


Figura 16 Establecimientos de los prestadores y prestadoras de servicios turísticos. Fuente: Observatorio de Turismo (2020).

En el marco de la pandemia, la mayoría de las y los prestadores de servicios turísticos registraron afectación, siendo más pronunciada en las agencias de viajes, donde en el mes de julio de 2020 se registraba un descenso del 23%, correspondiente a 460 agencias menos que en 2019, seguido de los establecimientos de alojamiento turístico y las viviendas turísticas con descensos del 19%, correspondiente a 265 establecimientos menos.

Los prestadores y prestadoras que registraron un crecimiento durante el periodo de restricción fueron los guías de Turismo, con un crecimiento del 5%, con la incorporación de 14 guías; las compañías de intercambio vacacional al incorporarse 2 compañías y el registro de un usuario industrial de servicio turístico en zonas francas.

A corte de diciembre de 2020, se registró un incremento del número de establecimientos activos para casi todas las categorías, principalmente la de las agencias de viajes, con un incremento del 10%, tras la incorporación de 155 agencias, seguida de la de los establecimientos de alojamiento turístico y las viviendas turísticas que registraron un

incremento del 7% (48) y 13% (56) respectivamente respecto al mes de julio, correspondiente a 104 establecimientos incorporados tras la reactivación

CATEGORÍA	DIC 2019	JUL 2020	DIC 2020	Var (%) Jul/20 Dic/19	Var (%) Dic/20 - Jul/20	Var (%) Dic/20 - Dic/19
AGENCIA DE VIAJES	1.958	1.498	1.653	-23%	10%	-16%
ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	848	689	737	-19%	7%	-13%
VIVIENDAS TURÍSTICAS	554	448	504	-19%	13%	-9%
ESTABLECIMIENTO DE GASTRONOMÍA Y SIMILARES	546	477	470	-13%	-1%	-14%
GUÍA DE TURISMO	270	284	301	5%	6%	11%
OPERADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES	282	220	262	-22%	19%	-7%
OFICINAS DE REPRESENTACION TURÍSTICA	187	128	150	-32%	17%	-20%
OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TURÍSTICOS NO PERMANENTES	220	129	149	-41%	16%	-32%
EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR	148	98	123	-34%	26%	-17%
ARRENDADORES DE VEHÍCULOS PARA TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL	58	51	54	-12%	6%	-7%
EMPRESA DE TIEMPO COMPARTIDO Y MULTIPROPIEDAD	16	14	14	-13%	0%	-13%
EMPRESAS CAPTADORAS DE AHORRO PARA VIAJES	13	8	5	-38%	-38%	-62%
COMPAÑÍA DE INTERCAMBIO VACACIONAL	1	3	3	200%	0%	200%
PARQUES TEMÁTICOS	2	3	3	50%	0%	50%
CONCESIONARIOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN PARQUE	1	1	1	0%	0%	0%
USUARIOS INDUSTRIALES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN ZONAS FRANCAS		1	1	100%	0%	100%
TOTAL	5.104	4.052	4.430	-21%	9%	-13%

Tabla 6 Prestadores y prestadoras de servicios turísticos por categoría. Fuente: observatorio de Turismo.

A corte de diciembre 2020, se registraron 945 establecimientos nuevos, sin embargo, los que renovaron ascendieron a 1.651. Las localidades con mayor número de establecimientos nuevos registrados a diciembre de 2020 fueron Chapinero, Usaquén, Suba, Teusaquillo y Santa Fe, que en conjunto reportaron el 58% del total de los nuevos. No obstante, estas localidades fueron las que registraron el mayor número de establecimientos que no renovaron, con el 62% del total de no renovados. Los establecimientos nuevos registrados corresponden principalmente a agencias de viajes, con 354 nuevos inscritos, viviendas turísticas con 167 y establecimientos de alojamiento turístico con 110 nuevos. Si bien, se presentó un ingreso de nuevos establecimientos, éste no compensa los niveles de prestadores que se registraban en 2019 para las mismas categorías.

Figura 17 Distribución de los establecimientos de las y los prestadores de servicio turístico nuevos por categoría del RNT-2019 -2020. Fuente: Observatorio de Turismo.

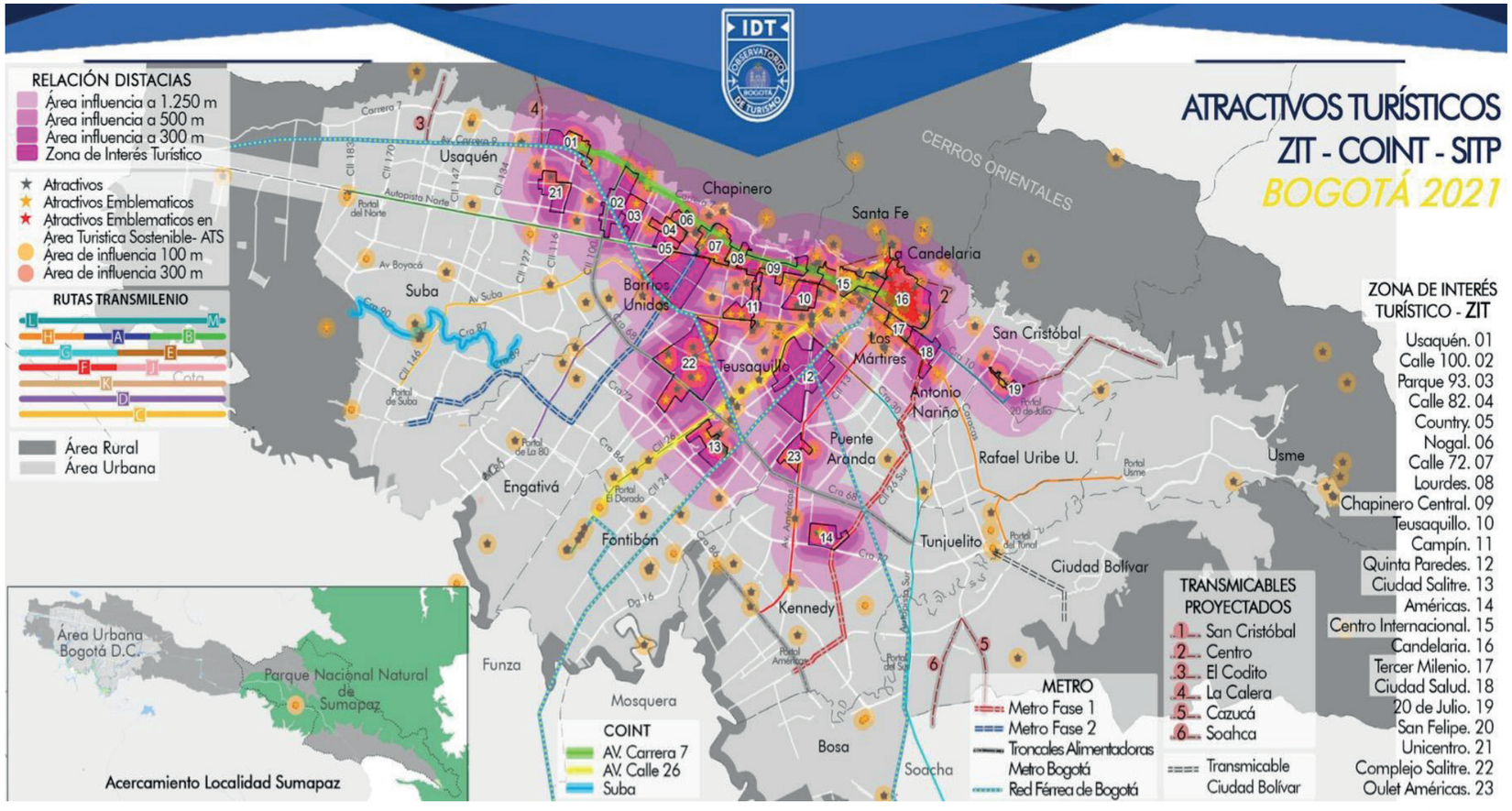
Esta situación evidenció la gran vulnerabilidad de los prestadores y prestadoras de servicios turísticos para adaptarse a la materialización de riesgos naturales y la debilidad de sostenibilidad en el tiempo. Esto indica necesidades específicas de fortalecimiento en aspectos organizacionales, que generen lógicas de sostenibilidad y promuevan a su vez el crecimiento y la competitividad de estas organizaciones. De otro lado, la evidencia disponible no es suficiente para establecer cómo la afectación y recuperación frente a la pandemia, influencia las variables de formalización laboral en el sector.

Sostenibilidad

El principal punto crítico es la baja sostenibilidad turística de Bogotá región, que impacta negativamente las posibilidades de desarrollo socioeconómico de los territorios, la conservación medioambiental y la conservación del patrimonio.

P.18 Alta centralización de oferta en solo 4 localidades que visibiliza la necesidad de desarrollar valor agregado, competitividad y promoción de otras zonas de la ciudad, en línea con el Turismo sostenible

La información sobre la industria turística de la ciudad, indican (véase mapa 1) una alta concentración de la oferta turística en 4 localidades: Chapinero, Candelaria, Santa Fe y Usaquén. Los atractivos, recursos y prestadores y prestadoras de Servicios Turísticos se ubican especialmente en esta zona oriental de Bogotá. Esto implica que los imaginarios sobre el Turismo en Bogotá estén centrados en los espacios de estas localidades. Este fenómeno ha sido identificado por actores del Turismo de otras localidades como negativo, toda vez de que invisibiliza las apuestas y procesos de Turismo (especialmente comunitario) que se gestan en las distintas localidades y que tiene poco apoyo por parte de las autoridades públicas y poco interés de ser visibilizado por la industria turística.



Mapa 1 Concentración del Turismo

Esto implica, la necesidad de fortalecer otras zonas de la ciudad, para que sean prioritarias en las estrategias de promoción y marketing, logrando una mayor visibilidad que implique a su vez, un mayor número de turistas. Igualmente, se evidencia la necesidad de crear nuevas aglomeraciones productivas (y el fortalecimiento de las actuales), que impliquen la materialización de los principios de un Turismo sostenible, y que particularmente reconozca y visibilice el Turismo comunitario que se gesta mayoritariamente en lugares con una tradicional poca vocación turística.

Las comunidades que ven en el Turismo un factor de desarrollo socioeconómico, esperan que la adecuada gestión del Sistema Distrital de Turismo, comporte el mejoramiento de las condiciones materiales y sociales requeridas para que el Turismo prospere como una actividad social que a su vez genera empleo, crecimiento e inclusión social.

P.19 El destino no genera incentivos sociales (beneficios tangibles e intangibles) para atraer turistas

Pese a que Bogotá tiene una amplia gama de atractivos, recursos y ha estructurado productos turísticos que la visibilizan en el contexto internacional, el posicionamiento de la ciudad región como un destino turístico atractivo para la población turista (especialmente internacional) en el contexto latinoamericano, sigue estando relegado respecto a otras ciudades latinoamericanas .Esto, se evidencia en las calificaciones de índices como el DIGITAL CITY INDEX, 2018, (último en publicarse) el cual mide el impacto que las percepciones y la reputación internacional tienen en las áreas de Turismo e inversión de la Marca Ciudad, Bogotá se ubica en el puesto 15 de las ciudades americanas con más búsquedas en el extranjero. Inversión, Turismo y talento humano son los tres subíndices que componen la medición y de los cuales se destacan los siguientes aspectos:

- A nivel de Turismo, la acomodación con un 43% es el aspecto que más buscan respecto a Bogotá, lo que indica que dónde alojarse es la principal consideración o decisión de los consumidores cuando tienen el interés de venir a la ciudad. Le siguen actividades turísticas con un 30% y la información genérica con un 27%.
- En el subíndice de inversión, los intereses se concentran en sectores estratégicos con un 46%, seguido por el entorno de negocio con un 30% y en menor medida los factores socioeconómicos con el 24%.
- En lo referido al talento humano, el trabajo concentra el mayor interés con un 46%, seguido por vida con un 29% y finalmente estudio con el 25%. (DIGITAL CITY INDEX, 2018).

Esto implica la necesidad de generar estrategias orientadas a la atracción de turistas mediante productos innovadores y sostenibles, que logren hacer que los y las turistas tengan estadías más largas que a su vez comporten un mayor gasto en los productos y servicios de la cadena de valor del Turismo.

P.20 Baja capacidad para medir el impacto de las actividades turísticas en el ambiente

La sostenibilidad turística implica, entre otros aspectos, tender a la reducción de los impactos del Turismo sobre el ambiente. Para esto, es necesario establecer mediciones, como la huella de carbono, a las actividades que se gestan en la industria turística. Sin embargo, Bogotá no cuenta con mediciones de estos impactos, lo que limita la identificación de los puntos más contaminantes de la industria y con ello, la implementación de políticas y directrices para intervenir esta problemática.

P.21 Conflictos por la operación en ecosistemas de la estructura ecológica principal

El esquema de participación permitió identificar en las localidades que colindan con los cerros orientales de la ciudad, una problemática relacionada con la operación de rutas y recorridos en atractivos como la quebrada La Vieja, en Chapinero. Se identificó por parte de los participantes en las jornadas de Chapinero y Santa Fe, como aspecto problemático, el impacto negativo para los cerros, que tiene una operación no regulada en estas zonas, que permite que cualquier operador pueda desarrollar sus actividades comerciales.

La baja capacidad para verificar el cumplimiento efectivo de la capacidad de operación en estos ecosistemas contribuye también a que la operación no regulada, tenga impactos negativos sobre la estructura ecológica principal de la ciudad.

P.22 Condiciones e incentivos

insuficientes para el aprovechamiento de la naturaleza como atractivo turístico

Aunque en la ciudad se desarrollan distintas actividades turísticas sobre la estructura ecológica principal de la ciudad, especialmente los cerros orientales, no existe una regulación clara y mecanismos eficientes para su cumplimiento, lo que impacta negativamente la posibilidad de que ese tipo de Turismo atienda a criterios ambientales que minimicen el impacto sobre la naturaleza.

De igual manera, en el caso de los ecosistemas rurales de la estructura ecológica principal, el cruce de competencias con entidades regionales como la CAR Cundinamarca o Parques Nacionales, no ha generado sinergias que permitan avanzar en estudios de cargas para medir la cantidad de turistas y visitantes que pueden estar allí, y de otro lado, formas efectivas de integración de instrumento de planificación turística, que partan de un estudio sobre los posibles impactos en el territorio e identifiquen medidas para su mitigación.

Aunque el Plan de Ordenamiento Territorial reconoce a la estructura ecológica principal como parte de la oferta turística de la ciudad, actualmente no se cuenta con reglamentación específica que permita aprovechar responsablemente esta figura como norma urbana y sectorial, apegadas a los principios de la sostenibilidad.

P.23 Baja aplicación de acciones contundentes frente el cambio climático

La emisión de gases de efecto invernadero es uno de los factores que aumenta la vulnerabilidad ambiental de la ciudad frente al cambio climático. Las estimaciones especializadas (business as usual), muestran un crecimiento en la emisión de toneladas de CO_2 al año, de 2,37% para el periodo 2017-2024, 2,35% para el periodo 2024-2030 y 2,17% para el periodo 2030-2050. Esto implica que la ciudad pasará de producir 11.403.759 toneladas de Co_2 en 2017 a 23.774.649 en 2050. (Alcaldía de Bogotá, 2020)

Bajo este escenario, se visibiliza como necesario avanzar en medidas de mitigación ambiciosas, en aspectos como la eficiencia energética, mejoras en la disposición de residuos sólidos y electrificación del consumo final de energía. Para sectores altamente contaminantes, como el de transporte (asociado al sector Turismo), se requiere avanzar en transiciones hacia la combustión eléctrica y el fomento del transporte público sostenible. (Alcaldía de Bogotá, 2020).

Pese a que la ciudad cuenta con un Plan de Acción Climático, proyectado a 2050, el sector Turismo no cuenta con obligaciones específicas orientadas a la reducción de los impactos de las actividades turísticas en el ambiente, aspecto que limita su contribución al propósito de hacer la ciudad resiliente y adaptable frente al cambio climático.

P.24 Persistencia de incentivos negativos que limitan la consolidación del Turismo rural

En las zonas rurales de Bogotá se han venido desarrollando actividades de Turismo, especialmente relacionadas con agroturismo y avistamiento de aves. Las y los prestadores de esta zona, que se gestaron su mayoría en experiencias de Turismo comunitario, enfrentan incentivos negativos (identificados en los escenarios de participación), tales como la conectividad del territorio (en términos viales y de telecomunicaciones), la falta de estudios de suelo y de capacidad de carga y la poca acción de las autoridades a través de la inspección, vigilancia y control, frente a conductas lesivas para los territorios.

Frente a estos aspectos, las condiciones para el desarrollo de Turismo sostenible en la ruralidad, están afectadas por impactos ambientales negativos de actividades no reguladas (dimensión ambiental), amenazas a la identidad territorial (especialmente de carácter campesino) y los factores estructurales (planta turística y aspectos económicos) que afectan la competitividad de la ruralidad.

Tecnología

El principal punto crítico de la categoría tecnología, se asocia a la baja capacidad del sistema de información turística para proveer información y aplicación de tecnología orientada a una mejor gestión del destino, al marketing turístico y a la utilización de sistemas de conocimiento. A continuación, se exponen otros puntos que desarrollan este enunciado.

P.25 Ausencia de plataformas de interoperabilidad que permita compartir información a nivel institucional en el distrito

Los esfuerzos para unificar en una plataforma tecnológica, la mayor parte de la oferta turística y cultural de la ciudad, en torno a "Agéndate con Bogotá", se ven limitados por

la interoperabilidad de las plataformas tecnológicas de las entidades distritales. Esto ocasiona que, aunque exista variada e importante información, distribuidas en múltiples plataformas, no es posible interoperar estos sistemas de información.

De igual forma, importantes diagnósticos y datos relevantes para el sector están diseminados en varios sistemas, que no interactúan y por tanto no permiten generar cruces que deriven en mejores datos para la toma de decisiones.

P.26 Bajo desarrollo tecnológico en las infraestructuras turísticas de la ciudad

La infraestructura turística de la ciudad, no incorpora desarrollos tecnológicos contemporáneos, que puedan contribuir a mejorar sus objetivos en términos de demarcación, entretenimiento, entre otros. Mecanismos como los códigos QR, no son parte de infraestructuras como la señalización turística. Igualmente, gran parte de la planta turística de la ciudad no tiene la capacidad de ser un sistema que prevea datos claves, como el número de visitantes y turistas, tráfico, entre otros, que son fundamentales para mejorar la toma de decisiones en la gestión del destino.

P.27 Bajas capacidades de las y los prestadores de servicios turísticos para hacer uso de las herramientas tecnológicas

El esquema de participación permitió evidenciar las debilidades que tienen las y los prestadores de servicios turísticos para utilizar las herramientas tecnológicas. En las 20 localidades, varios prestadores y prestadoras manifestaron desconocer las ventajas y forma de utilización de herramientas tecnológicas. En algunos grupos poblacionales, como las personas mayores, se manifestó la dificultad generacional que implica acceder a este tipo de herramientas.

Por su parte, las personas con discapacidad presentan dificultades adicionales, relacionadas con el diseño no accesible de varias plataformas web, lo que limita su utilización y va en contravía del goce de sus derechos.

Estas dificultades para el uso de las herramientas tecnológicas, limitan la posibilidad de hacer más eficiente la industria turística, violentan los derechos de grupos poblacionales y son una barrera para avanzar hacia el propósito de que Bogotá-región sea un destino inteligente.

Con el fin de analizar la causalidad y comportamiento de estos puntos identificados, se realizó un análisis de los factores estratégicos[4] a través de la matriz de Vester, la cual contrapone a cada uno de los puntos críticos con los demás (horizontal y verticalmente), permitiendo establecer la motricidad y dependencia de cada una. Con base en la ponderación obtenida en la relación con otros puntos críticos, se hace una clasificación en zona de conflicto (variables de enlace, puntos críticos), zona de poder (variables de entrada, puntos pasivos), zona de variables autónomas (factores débiles, puntos indiferentes) y zona de salida (variables altamente dependientes, puntos activos).

A continuación, se muestra el resultado del ejercicio:

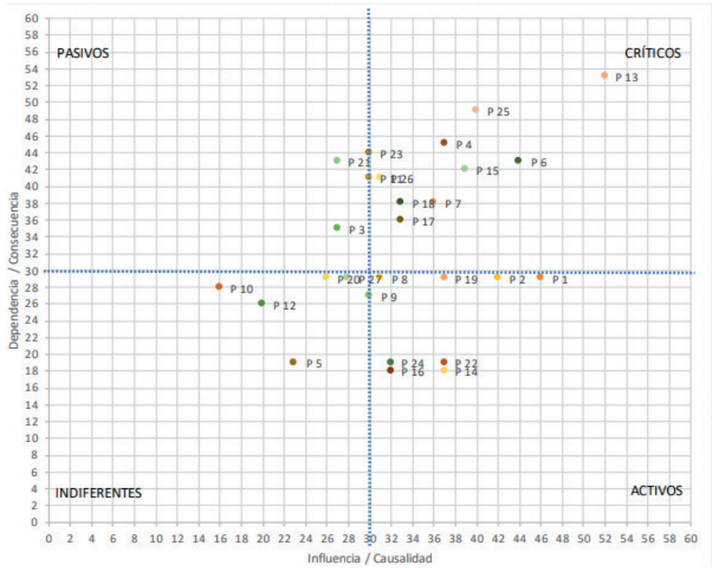


Figura 18 Plano de factores estratégicos

4 *Son aquellos puntos críticos que tienen la capacidad de mover o cambiar de manera sinérgica la configuración de la situación actual que se ha percibido como negativa o problemática.*

De acuerdo a esto, los puntos críticos, entendidos como puntos muy influyentes e influidos, identificados son:

- Poca apropiación ciudadana de la ciudad, su cultura y los atractivos culturales y patrimoniales
- Baja integración institucional
- Pocos espacios y mecanismos de participación en el sector Turismo
- Baja aplicación de criterios de accesibilidad para la prestación de servicios turísticos.
- Baja capacidad de los prestadores y las prestadoras de servicios turísticos para el desarrollo de productos, procesos, proyectos y servicios innovadores.
- Debilidades organizacionales de las y los prestadores de servicios turísticos.
- Alta centralización de oferta en solo 4 localidades.
- Ausencia de plataformas de interoperabilidad que permita compartir información a nivel institucional en el distrito.
- Bajo desarrollo tecnológico en las infraestructuras turísticas de la ciudad.

Los puntos activos, entendidos como aquellos factores que influyen sobre los demás y son poco afectados, identificados son:

- Desconexión entre la oferta del destino y la demanda del mercado.
- Baja capacidad técnica del IDT como autoridad de Turismo para identificar las necesidades de demanda y la adecuada gestión del destino.
- Baja aplicación de mecanismos para la gestión regional.
- Obsolescencia y poca claridad para la definición de los atractivos turísticos.
- Ausencia de mecanismos para la identificación de vocaciones locales, que permita unificar la oferta por localidad y la diferenciación en los productos definidos.
- El destino no genera incentivos sociales (beneficios tangibles e intangibles) para atraer turistas.
- Condiciones e incentivos insuficientes para el aprovechamiento de la naturaleza como atractivo turístico.
- Persistencia de incentivos negativos que limitan la consolidación del Turismo rural.

Inseguridad.

Los puntos pasivos, entendidos como factores de muy poca motricidad y dependencia, identificados son:

- Turistas no demandan de la formalidad como requisito para acceder al servicio.
- Conflictos por la operación en ecosistemas de la estructura ecológica principal.
- Los puntos indiferentes, entendidos como factores que por su alta dependencia son resultados de otros movimientos, son:

1. Poca visibilización del sector dentro de la agenda pública local.
2. Desempleo para personas con discapacidad.
3. Dificultades para la accesibilidad productiva.
4. Baja capacidad para medir el impacto de las actividades turísticas en el ambiente.
5. Bajas capacidades de prestadores de servicios turísticos para hacer uso de las herramientas tecnológicas.

Con base en esta identificación, se establecen siete factores estratégicos que agrupan los temas con mayor incidencia en la situación problemática de la política:

1. Apropiación de ciudad y anfitrionazgo.
2. Gestión de destino.
3. Participación ciudadana.
4. Accesibilidad como criterio de productos y servicios turísticos.
5. Promoción de la innovación.
6. Gestión territorial.
7. Sistema de información turística.

Estos siete factores y sus componentes recogen los aspectos centrales del problema de política. Se espera, que con su intervención (y complementación con otras acciones), se fortalezca el sistema distrital de Turismo, para promover la articulación eficientemente de los recursos y atractivos disponibles con la demanda de turistas y visitantes nacionales e internacionales, propendiendo por el desarrollo social, ambiental y económico de los territorios, sectores, pueblos y comunidades asociadas a la actividad turística.

Esta intervención se orienta al mejoramiento de las capacidades de gobernanza del sistema, buscando que los actores privados (prestadores y prestadoras de servicios tu-

rísticos, gremios, entre otros), el sector público (Instituciones distritales, regionales y nacionales) y la sociedad civil, tengan mejores marcos de relacionamiento, para que aspectos como la apropiación de ciudad, la participación ciudadana incidente y formas adecuadas de gestión de destino en torno al modelo de Destino Turístico Inteligente, permitan afrontar retos para el desarrollo turístico como lo son el Turismo responsable, la sostenibilidad turística y la garantía de la seguridad para residentes y visitantes.

Igualmente, la intervención de la política permitirá avanzar en la eliminación progresiva de barreras de acceso para poblaciones en condiciones de vulnerabilidad, como las personas con discapacidad y adultos mayores, a través de la profundización de la accesibilidad como criterio de servicio dentro del sector Turismo.

En términos de innovación, la política propende por una mayor y más profunda incorporación de la innovación dentro de los procesos, productos y servicios de la industria turística y de los demás actores del Sistema Distrital de Turismo. Esto permitirá ampliar, diversificar y mejorar la oferta turística de la ciudad, y a su vez fortalecer las capacidades de los prestadores de servicios turísticos, para articularse a apuestas de ciudad en torno a productos y estrategias en tipologías de Turismo como la de negocios y reuniones, Turismo cultural, Turismo de naturaleza, Turismo para la paz, Turismo gastronómico, Turismo de salud y bienestar, entre otros.

En lo referido a gestión territorial, como uno de los componentes fundamentales del Turismo sostenible, la política se orienta hacia el entendimiento de las diferencias territoriales y sus configuraciones sociales, que afectan los significados, prácticas y posibilidades del desarrollo turístico en el nivel local, regional y en perspectiva diferencial para la ruralidad. Esto implica, el fortalecimiento del papel de actores institucionales claves como las Alcaldías Locales, a través de Planes Locales de Gestión Turística, formulados con procesos de participación ciudadana y que garanticen integralmente ejercicios diferenciales. De otro lado, esta gestión complementa intervenciones claves en materia de medir y disminuir el impacto que el Turismo genera en la naturaleza.

En materia de tecnología, la gran apuesta es el desarrollo de un sistema de información turística, que se constituya en el soporte inteligente del sistema y que permita el levantamiento, procesamiento y análisis de información que dé cuenta de las dinámicas del Turismo y que permita a instituciones, actores privados y sociedad civil, contar con mejores herramientas para la toma de decisiones.

Todas estas apuestas se enmarcan en las cinco dimensiones del modelo de Destino Turístico Inteligente, garantizando una integralidad de la acción pública en Turismo para los próximos 10 años y dando cumplimiento a lo estipulado por el Concejo de Bogotá en el Acuerdo 720 de 2018. Con las intervenciones planteadas se espera reducir las fallas del Sistema Distrital de Turismo y robustecer su accionar, para que la actividad turística impacte positivamente a los territorios, sectores y poblaciones de la ciudad y que a su vez contribuya a incentivar el Turismo en otros destinos nacionales.

Formulación de la política

La Política Pública Distrital Bogotá Destino Turístico Sostenible, Inteligente, Responsable e Incluyente 2022-2023 es el producto de la colaboración entre diferentes actores instituciones y de la participación ciudadana para intervenir la baja capacidad del Sistema Distrital de Turismo para el fomento de la actividad turística y la consolidación de Bogotá-región como destino inteligente y sostenible, problema público que ha impactado negativamente en la garantía de derechos fundamentales para la población del Distrito como comunidad receptora con una identidad destino turístico aún en un incipiente proceso de apropiación.

A partir de los factores estratégicos identificados en el ejercicio de diagnóstico, atendiendo las disposiciones contempladas en el Acuerdo 720 de 2018 del Concejo de Bogotá D.C. y en línea con las dimensiones del modelo de Destino Turístico Inteligente propuesto por en el Plan de Desarrollo Distrital 2020-2024, se propone una estructura programática para la política pública distrital, con resultados y líneas de acción detallada, en materia de turismo inteligente, innovación y sostenibilidad, posicionamiento del destino, información turística y gestión turística.

Objetivo general

Consolidar a Bogotá región como un destino turístico sostenible, inteligente, responsable e incluyente, que desarrolla la actividad turística en equilibrio con el desarrollo social, ambiental y económico de los territorios, sectores, pueblos y comunidades.

Objetivos específicos

Objetivo 1

Mejorar la gobernanza del Sistema Distrital de Turismo.

El mejoramiento de la gobernanza es fundamental para el funcionamiento armónico del Sistema Distrital de Turismo. Para esto, se plantean retos fundamentales: la apropiación de la ciudad región, de los territorios urbanos y rurales del Distrito, la formalización, el fortalecimiento institucional, la seguridad turística, la participación y la visibilización del destino y la incidencia distrital, nacional e internacional.

Dentro de este objetivo se contempla como primer resultado esperado el aumento en el reconocimiento de Bogotá como destino turístico. Se busca que la ciudadanía se apropie de la ciudad urbana y rural, promoviendo el aprendizaje significativo, a partir del auto-reconocimiento y reivindicación del territorio donde conviven, tanto en los aspectos sociales, culturales, históricos como en los ecológicos y turísticos. En este marco reconocer las lógicas de Bogotá región y la diversidad territorial, ambiental y social, permite avanzar en la protección de territorios rurales, de la diversidad étnica y social, de los derechos de las mujeres, entre otros aspectos necesarios para un Turismo sostenible, responsable e incluyente. Para alcanzar este resultado se plantean los siguientes productos (complementarios a otras estrategias distritales):

Como primer producto se busca beneficiar a Instituciones Educativas Distritales en programas de formación en apropiación de destino, que implica realizar procesos de educación para la promoción de la apropiación de ciudad en estudiantes, enseñando sobre el reconocimiento de la ciudad en su diversidad y la necesidad de ser sus anfitriones. Esto, en complementación de las estrategias de la Política Pública de Cultura Ciudadana, orientadas a la cooperación corresponsable en la construcción de una ciudad y a la convivencia pacífica. Este producto está asociado al ODS 4 y cumple con la meta de ODS 4.7.

Como segundo producto se presenta la estrategia para la masificación del uso de la marca Bogotá, que busca que un mayor número de actores públicos, privados y de la sociedad civil, utilicen la marca de la ciudad y que ésta se constituya como un elemento distintivo del destino, incentivando el reconocimiento de la ciudad y su asociación con símbolos que reproducen imaginarios para y visibilizar y posicionar el destino.

Este producto reconoce y se hará una promoción masiva la marca ciudad LGBTI, como un mecanismo reivindicativo de los sectores sociales LGBTI.

Finalmente, como tercer producto se encuentran los procesos de formación para personas servidoras públicas del distrito, buscando que comprendan la importancia de la apropiación de ciudad y que se conviertan en embajadores del destino, a través de su función de servicio público. Estos procesos de formación también tendrán en cuenta la construcción del imaginario de ciudad, como una ciudad incluyente y diversa, respetuosa de los derechos de los sectores sociales LGBTI. Este producto se asocia con el ODS 8 y con su meta 8.9.

Como segundo resultado que responde a este objetivo específico, se espera el aumento de prestadores de servicios turísticos certificados en calidad turística. Esto, buscando mejorar la cantidad en la provisión y oferta de bienes y servicios en la cadena de valor del Turismo. Este proceso está orientado estratégicamente por el Sistema Distrital de Calidad Turística.

Para este resultado se plantea como primera acción está el desarrollo de procesos de asistencia técnica para la formalización turística -alineado con el ODS 8 y con las metas 8.3 y 8.9- para disminuir la informalidad en el sector y de esta forma promover la legalidad en la prestación de servicios, incentivando el respeto por las normas del sector, la conservación ambiental y en general las demás condiciones necesarias para el Turismo sostenible e incluyente.

Las líneas de acción están orientadas a desarrollar procesos de asistencia técnica para que los prestadores de servicios tu-

rísticos implementen criterios de calidad, que les permita mejorar su competitividad y contribuir a la incorporación paulatina de criterios de sostenibilidad y accesibilidad a la operación de la industria turística, fomentando mejores relaciones entre el sector privado, la sociedad civil y las instituciones públicas. Este producto también se encuentra alineado con el ODS 8 y con las metas 8.3 y 8.9.

Como tercer resultado esperado se encuentra la certificación de Bogotá como miembro de Destino Turístico Inteligente. Esto implica la adopción integral de una forma de gestión de destino, que contribuye a la materialización de principios de sostenibilidad turística, la accesibilidad, la incorporación de la tecnología, y la innovación. Es fundamental para el Sistema Distrital de Turismo, contar con una forma de gestión de destino sostenible en el tiempo, que ya cuenta con una trayectoria importante de trabajo en Bogotá y que esté alineada con la vanguardia internacional.

El primer producto asociado a este resultado es la implementación del modelo de Destino Turístico Inteligente, en donde se establecen una serie de acciones que deben desarrollar las instituciones públicas y privadas, con el propósito de mejorar algunos aspectos como destino y que posibilitan el reconocimiento de Bogotá como destino certificado. Estas acciones han sido construidas de forma participativa por distintos actores del Sistema Distrital de Turismo y posibilitan, como aspecto complementario a esta política, acordar acciones más allá del ámbito distrital institucional.

El segundo producto es la estrategia de planificación metropolitana del Turismo, cuyo propósito es coordinar acciones en el marco de la región metropolitana, para el desarrollo de productos turísticos , acciones de promoción y mercadeo, y análisis a partir de un observatorio metropolitana de turismo, que permita contar con acciones conjuntas y coordinadas en materia turística. Este proceso de dará conforme a las disposiciones sobre hechos metropolitanos, definida en el marco de la región metropolitana.

De igual forma, este producto permitirá el desarrollo de lo contemplado en la Ley 2199 de 2022, específicamente en la formulación del Plan de Desarrollo Turístico de la Región Metropolitana, y la identificación de necesidades en infraestructura y proyectos turísticos especiales como insumo del proceso así como de lo dispuesto en materia de ordenamiento territorial (Decreto 551 de 2021), específicamente en la caracterización del Sistema Distrital de Turismo, como eje estructurador de la actividad turística . Este producto se alinea con el ODS 8 y a la meta 8.9.

Como cuarto resultado esperado, alineado al objetivo específico 1, está reducir el número de turistas víctimas de delitos de alto impacto en Bogotá. Este resultado implica el desarrollo de estrategias de seguridad ciudadana diferenciales para zonas turísticas, busca asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo de actividades turísticas atendiendo a la salvaguarda de la vida de turistas, visitantes y residentes del destino con la gestión oportuna de incidencias por hechos de inseguridad. Este resultado también busca generar zonas seguras para las mujeres e igualmente, zonas libres de explotación sexual de niñas, niños y adolescentes. Esto, en cumplimiento de la Ley 1801 de 2016 “Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana”, el Decreto Distrital 193 de 2022, “Por medio del cual se adopta la “Política Pública de Lucha Contra la Trata de Personas en Bogotá Distrito Capital 2022-2031” y la Ley 679 de 2001, “Por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la Constitución”.

Como producto asociado a este resultado esperado, está la conformación de una Red Distrital de prevención de delitos que inciden en el sector turismo y los prestadores de servicios turísticos. Mediante la identificación de escenarios o territorios con alta conflictividad social y en articulación constante con otras entidades, se diseñará y ejecutará un plan de acción en común acuerdo con los prestadores de servicios turísticos y asociados, que permita realizar acciones de prevención, concretamente con sus comisiones de convivencia y conciliación y sus comisiones de seguridad, para el fortalecimiento de sus capacidades en los temas de seguridad y la convivencia. Igualmente, esta red debe incorporar acciones específicas para intervenir las causas que reproducen violencias basadas en género y otras que vulneran los derechos de los sectores sociales LGBTI. En cuanto a la ruralidad, la estrategia debe comprender mecanismos eficientes de control para el flujo de turis-

tas y visitantes en ecosistemas de la estructura ecológica principal. Este producto, se alinea con el ODS 8 y con la meta 8.9, también con el ODS 16 y la meta 16.1.

Como segundo producto se tienen las acciones Interinstitucionales de control para la mitigación de la ocurrencia de delitos en entornos con masificación y concentración turística, con la cual se direccionar intervenciones de control desarrolladas en los entornos identificados como de masificación y concentración turística y focalizados a partir de la concentración de delitos. Estas zonas han sido identificadas a partir de las categorías definidas por las instituciones turísticas, donde predominan delitos como el hurto a personas. El producto está asociado al ODS 8 y 16 y a las metas: 8.9 y 16.1.

Como quinto resultado esperado del objetivo está el aumento de la participación ciudadana incidente en el Sistema Distrital de Turismo como una condición indispensable para el desarrollo de un Turismo sostenible y a su vez, es fundamental para incentivar lógicas de cooperación entre el Estado, la sociedad civil y el mercado, en pro del mejoramiento integral del destino y sus productos turísticos.

Como primer producto (relacionado a los ODS 8 y 11 y a las metas 8.9 y 11.3) asociado a este resultado, está el funcionamiento de Consejos Locales de Turismo, uno para cada Localidad y cuya función es constituirse como instancias consultivas para la territorialización de la Política Pública de Turismo y la generación de espacios de interlocución entre el sector privado, las instituciones públicas y la sociedad civil, en torno al Sistema Distrital de Turismo. La conformación de estos Consejos debe garantizar la representación equitativa entre mujeres y hombres, y de actores rurales, en el caso de las localidades con zonas rurales. Se espera que, a partir de 2028 con la entrada en vigencia de las Unidades de Planeamiento Local, se desarrollen nuevos procesos de conformación de instancias.

El segundo producto es el fortalecimiento del Consejo Consultivo Distrital de Turismo, como máxima instancia de participación del sector en el destino, y con la orientación de desarrollar las capacidades organizacionales necesarias para su funcionamiento y el afianzamiento de las lógicas de participación ciudadana en el sector. Se encuentra alineado con los ODS 8 y 11 y con las metas de ODS 8.9 y 11.3.

Objetivo 2
Generar condiciones óptimas de accesibilidad e inclusión para el desarrollo del Turismo en la ciudad.

Las barreras son toda situación o factor que afecta, obstruye u obstaculiza el funcionamiento corporal y personal, dificultando la buena y eficiente relación con el entorno y con las demás personas. Las barreras de acceso se pueden dividir en: infraestructura o espacio físico, de comunicación e información y sociales. Lo principal para lograr una eliminación progresiva de estas barreras de acceso, es trabajar bajo el marco del diseño universal desde la planeación de un producto o servicio. Este diseño contempla siete principios que, si son implementados, apoyará a la participación de todas las personas en el disfrute de las experiencias.

- Uso equitativo
- Flexibilidad en el uso
- Uso simple e intuitivo
- Información fácilmente perceptible
- Tolerancia para el error o mal uso
- Poco esfuerzo físico
- Tamaño y espacio suficiente para el acercamiento, la manipulación y el uso.

En este marco, este objetivo se enfoca en garantizar las condiciones mínimas para que todos los sectores, pueblos y comunidades, tengan la posibilidad de participar con equidad en el acceso a oportunidades en el Sistema Distrital de Turismo.

De esta manera para eliminar las barreras que limitan el acceso y la inclusión, se contempla el desarrollo de acciones de adecuación del ambiente físico, social y actitudinal para las necesidades específicas de las personas. Estos ajustes son cualquier cambio que genere inclusión en la actividad turística.

Como primer resultado asociado al cumplimiento del Objetivo 2, está el aumento de prestadores de servicios turísticos, atractivos turísticos y actores conexos a la cadena de valor del turismo con conocimientos sobre accesibilidad como criterio de servicio. Busca posicionar dentro de los actores del sistema distrital de turismo, la accesibilidad e inclusión como condición fundamental para el desarrollo de las actividades turísticas, integrando las acciones desarrolladas desde la industria turística, la sociedad civil y las instituciones.

Como primer producto están los procesos de asistencia técnica especializada en la im-

plementación de criterios de accesibilidad y diseño universal para prestadores y prestadoras de servicios turísticos. Con esto se busca asesorar o asistir de manera técnica a las y los prestadores de servicios turísticos que quieran implementar cambios en materia de servicio o de infraestructura para que sean acordes a los recursos y a las necesidades de la población. Este producto se asocia a los ODS 9 y 10 y cumpliendo las metas 9.1, 10.2 y 10.5.

El segundo producto se alinea con el ODS 17 y con la meta 17.16 y pretende implementar una estrategia para la promoción de Turismo accesible, que permitirá generar sinergias interinstitucionales para promover la inclusión de personas con discapacidad, grupos étnicos (en consonancia con la Política Nacional de Turismo Indígena), víctimas de la violencia, entre otros.

Como segundo resultado se encuentra se encuentra el aumento de atractivos turísticos que cuentan con condiciones, programas y actividades para personas con necesidades de accesibilidad. Que un atractivo turístico ofrezca condiciones, programas y actividades adaptadas para personas con necesidades de accesibilidad significa que existen actividades que permiten en unos casos la inclusión de todo tipo de participantes y en otros la adaptación de actividades específicas a personas con necesidades de accesibilidad.

Como producto asociado se busca el desarrollo de un programa de inclusión laboral y productiva en el sector Turismo. Para cumplir con el compromiso de un Turismo sostenible, es necesario adelantar esfuerzos vistos como programas para poder incluir de manera efectiva a personas con discapacidad y grupos sujetos de protección especial de manera laboral y productiva al sector Turismo y que exista un desarrollo económico y social de estas poblaciones por medio del Turismo. Esta estrategia estará alineada con las acciones de la estrategia de Ambientes Laborales Inclusivos. Este producto se encuentra asociado al ODS 10 y cumple las metas 10.2 y 10.3.

Como segundo producto asociado están los canales de información y comunicación del transporte público con intervenciones en lengua de señas. Esto para lograr suplir la necesidad comunicacional de la población con distintas discapacidades que necesitan un lenguaje de señas específico y también para los turistas o visitantes que no hablan la lengua materna de los residentes. Este indicador se encuentra alineado con los ODS 9, 10 y 11 y con las metas asociadas: 9.1, 10.2 y 11.2

Objetivo 3
Incentivar la innovación de la industria turística.

La innovación es un elemento fundamental para la planificación turística del destino y el mejoramiento continuo de la cadena de valor del Turismo y de los productos y servicios que allí se generan. Ante esto, la innovación en el marco de la Política Pública Distrital de Turismo se plantea en torno a la gestión de gobernanza innovadora, el fomento a actividades de innovación y como elemento central, la generación de las condiciones necesarias para un ecosistema de innovación del sector Turismo.

Como primer resultado esperado de este objetivo se encuentra el aumento en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia, que permite dimensionar el lugar de Bogotá como destino turístico en Colombia e identificar las fortalezas y debilidades de su oferta turística. Esto implica el fortalecimiento integral de las dimensiones ambientales, culturales, económicas, empresariales, de mercadeo, de gestión de destino y sociales, que permiten a Bogotá consolidarse como un destino competitivo en el plano nacional e internacional. Para esto, además del fortalecimiento realizado a través del modelo de Destino Turístico Inteligente, se contempla el desarrollo de estrategias de productos turísticos y de comercialización y marketing de destino.

Como primer producto de la línea de acción, está la estrategia de Turismo cultural. Esta tipología de Turismo, vinculada al cumplimiento del ODS 11 y a la meta 11.4, puede mejorar la infraestructura y accesibilidad urbana, promover la regeneración y preservar el patrimonio cultural y natural. Dentro de esta estrategia se deben abordar subproductos como el etnoTurismo, garantizando la participación de los pueblos étnicos del destino y orientado como principio de conexión entre lo humano (lo ancestral-mítico) y lo natural (lo divino, sus elementos y escenarios). Esta estrategia también debe contemplar el subproducto histórico/religioso y urbano, en donde se exalten las manifestaciones artísticas, culturales, patrimoniales y religiosas que tiene Bogotá, y las cuales son parte constitutiva de la oferta turística. Así mismo, la estrategia se alinea con la Política Pública de

Cultura Ciudadana, la de Economía Cultural y Creativa, y articula acciones con el Sistema Distrital de Patrimonio Cultural.

Como segundo producto, está la estrategia de Turismo de naturaleza, la cual parte de reconocer su contribución a los ODS 5,8,10,12,13,15 y a las metas 5.5, 8.9, 10.2, 12.2, 13.3, 15.1 y 15.4. La orientación está puesta en términos de que una de las formas más efectivas de poner en valor los recursos naturales sin extraerlos o transformarlos es el aprovechamiento de los mismos a través de las actividades de Turismo de naturaleza, donde la conservación de los ecosistemas terrestres y la preservación del agua, el aire y la biodiversidad son vitales para el desarrollo del producto. Combinando con esta estrategia de equilibrio entre vida y progreso, el Turismo de naturaleza íntegra su capacidad de vincular laboralmente a personas del destino apropiadas de los territorios, disminuyendo la desigualdad y generando oportunidad de crecimiento económico en los mismos. Actividades como el senderismo, el avistamiento de aves, entre otros que harán parte de la estrategia, son fundamentales para la promoción de la conservación de los ecosistemas que componen la estructura ecológica principal en línea con las orientaciones definidas en el POT Bogotá Reverdece.

Como tercer producto está la estrategia de Turismo rural, la cual parte del reconocimiento de las dinámicas especiales de las ruralidades de Bogotá, en donde la protección del campesinado y habitantes rurales como sujetos de derechos, la protección de la estructura ecológica principal y el desarrollo de acciones de encadenamiento productivo y de fortalecimiento de procesos comunitarios desde lo rural, se constituyen como una apuesta en términos de reducción de desigualdades, tal como se expresa en el ODS 10 y en la meta 10.2. Esta estrategia complementa las apuestas integrales de la política en materia del estímulo al turismo de base comunitaria e incorpora las apuestas de reconocimiento, visibilización y protección de la mujer rural.

Como cuarto producto está la estrategia de Turismo de salud y bienestar. Este producto está asociado a los ODS 1,3,5,8 Y 17 y a las metas: 1.4, 3.8, 5.5, 5.6, 8.5 y 8.9. Con su desarrollo, se reconoce y aprovecha el conocimiento y los saberes de salud y bienestar locales de las personas dedicadas a la práctica del tema, en su mayoría mujeres.

Tratándose de una actividad que involucra diferentes sectores y actores, promueve la participación y colaboración de forma incluyente de toda la ciudadanía. Igualmente, para la estructuración de la estrategia se debe contemplar la articulación con la red hospitalaria de la ciudad y la vinculación de pueblos y comunidades que desarrollan medicina ancestral, así como de las apuestas desarrolladas en el marco del Sistema Distrital de Cuidado, en lo relacionado con actividades de bienestar.

Como quinto producto se encuentra la estrategia de Turismo gastronómico, la cual contribuye al cumplimiento de ODS como los 2,3 8 y 11 y las metas 8.3, 8.9 y 11.a, y se relaciona con programas de fomento a la gastronomía, visibilización y protección de la gastronomía campesina, articulación de los actores de la cadena de valor, la promoción de plazas de mercado, la visibilización de rutas gastronómicas en las localidades y el desarrollo de eventos masivos que exaltan la tradición gastronómica y cultural de Bogotá, como el día del ajiaco.

Como sexto producto está la estrategia de bici Turismo, la cual contribuye al cumplimiento del ODS 11 y a la meta 11.3, y busca vincular las transformaciones urbanas que han llevado a la necesidad de avanzar en sistemas de transporte sostenibles, asociadas a tendencias de movilidad como el uso de la bicicleta, como forma de acceder y conocer la oferta turística de Bogotá y disfrutar de sus experiencias rurales y urbanas. Esta estrategia debe contemplar la utilización de la red de ciclovías, la articulación de rutas regionales, estrategias de rutas seguras para las mujeres y procesos de encadenamiento productivo.

Como séptimo producto se encuentra la estrategia de Turismo para la paz, la memoria y la reparación. Este producto busca contribuir al cumplimiento del Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera, fortaleciendo a las organizaciones, emprendimientos y Prestadores de Servicios Turísticos, de víctimas, excombatientes y constructores de paz, así como vinculando la memoria a la oferta turística de la ciudad. La estrategia debe establecer acciones orientadas a la reparación de las víctimas y en particular, a generar alternativas de desarrollo económico y social a través del Turismo. Este producto contribuye a cumplir el ODS 10 y 5 y las metas 10.2, 10.3 y 5.6.

Como octavo producto está la estrategia de Turismo de eventos y reuniones. Esta estrategia debe estar enfocada a la articulación de actores públicos, privados, de la sociedad civil y de la academia, inmersos en esta tipología de Turismo, buscando que la ciudad mejore en temas como la formación de talento humano, la accesibilidad, el encadenamiento productivo, la sostenibilidad, la seguridad, entre otros elementos fundamentales para atraer, gestionar y visibilizar grandes eventos y reuniones, y a su vez para mejorar la competitividad de la ciudad en el escenario internacional. Este producto se encuentra alineado con el cumplimiento del ODS 8 y de la meta 8.9

Se espera que en el marco del diseño e implementación de estas estrategias, se avance en el desarrollo de productos para la Región Metropolitana de Bogotá-Cundinamarca, así como su posicionamiento y promoción como Destino Turístico.

Como segundo resultado del objetivo 3 está un aumento de las capacidades para innovar de prestadores y prestadoras de servicios turísticos. Esto implica el desarrollo de una serie de acciones institucionales y otras concertadas con el sector privado, para proveer al Sistema Distrital de Turismo, de las condiciones necesarias para la generación de un ecosistema de innovación, el cual permita a las y los prestadores de servicios turísticos, desarrollar mejores productos y a los turistas y visitantes, contar con mejores experiencias en el destino.

El primer producto asociado es la incubación de negocios innovadores en el Laboratorio de Innovación Turística del IDT, como un espacio de aprendizaje, colaboración y experimentación, sobre procesos, productos y servicios turísticos, promoviendo a su vez los procesos de innovación en los distintos actores del Sistema Distrital de Turismo y se encuentra alineado con el cumplimiento del ODS 9 y las metas 9.5 y 9.b. Este laboratorio busca potenciar las ideas de negocios, la solución a problemas de la industria turística y las poblaciones relacionadas con el Turismo, y la creación de valor entre las Instituciones Públicas, la Sociedad y el Mercado.

El segundo producto es la asesoría para la financiación de proyectos turísticos innovadores, buscando articular la amplia oferta distrital en innovación y las necesidades de los actores de la cadena de valor del Turismo, por financiar proyectos y nuevos desarrollos. Con esto, se busca vincular los prototipos creados en el laboratorio de innovación turística, a rutas de financiación, que permita avanzar hacia la materialización y sostenibilidad de las apuestas innovadoras del sector. Este producto se alinea con el cumplimiento del ODS 9 y de la meta 9.3.

El tercer producto es la implementación de asistencias técnicas de fortalecimiento para la sostenibilidad de las MiPymes en el mercado, buscando asegurar las condiciones necesarias para la subsistencia de las medianas y pequeñas empresas del sector, mediante procesos de financiación y asistencia técnica. En la estrategia se deben establecer mecanismos de selección diferenciados, para que se dé prioridad a las MiPymes creadas y dirigidas por mujeres, para contribuir al cierre de brechas económicas entre mujeres y hombres. Igualmente, se contemplan acciones para que los beneficiarios puedan acceder a estímulos mediante las convocatorias de FONDETUR[5] . El producto se encuentra asociado al ODS 9 y a las metas 9.2 y 9.3.

El cuarto producto es MiPymes del sector turismo encadenadas productivamente buscando generar incentivos para mejores y mayores negocios entre actores de la cadena de valor del Turismo y los sectores asociados. Esta estrategia debe establecer acciones diferenciales para vincular a la ruralidad a la cadena de valor de productos de alto impacto como el de eventos y reuniones, buscando mejorar los canales de comercialización de los emprendimientos y MiPymes de las zonas rurales de la ciudad. Este producto cumple el ODS 9 y las metas 9.2 y 9.3.

Objetivo 4
Fortalecer la implementación de los principios de la sostenibilidad turística.

Bogotá región como destino turístico debe adaptarse integralmente para favorecer la implementación de los principios de sostenibilidad turística. Esto implica fundamentalmente el respeto de turistas, la población visitante y local con el territorio, el patrimonio cultural y el medio ambiente. En este marco, la dimensión económica, ambiental y social de la sostenibilidad, se

5 Este fondo fue reglamentado a través del Decreto Distrital 268 de 2020, con el propósito promover, apoyar e impulsar el desarrollo del sector turístico en la ciudad de Bogotá de forma articulada con los niveles regional, nacional y global.

traducen en mejores beneficios del Turismo para la comunidad, mejores posibilidades de desarrollo social, mayor educación y empleo, crecimiento económico de las empresas del sector, el mantenimiento de la biodiversidad, la degradación mínima de los recursos, la conservación del patrimonio, entre otros aspectos.

El primer resultado de este objetivo es el incremento en el número de prestadores de servicios turísticos certificados en sostenibilidad. Esto implica que, como cierre del proceso de asistencia técnica, de adaptación de bienes y servicios a criterios sostenibles, entre otros aspectos, las y los prestadores obtengan una certificación que se constituya además como un valor agregado de sus unidades productivas.

Como primer producto está la promoción de acciones y comportamientos adecuados para la gestión de residuos en lugares turísticos de la ciudad, que implica la generación de procesos de atención oportuna a puntos de acumulación de residuos en zonas turísticas, sensibilización a turistas y residentes sobre el uso de residuos, entre otros aspectos. Las acciones contempladas se guían estratégicamente por las disposiciones programáticas del sector hábitat y sus programas de consumo responsable y basura 0. Este producto tiene como meta el cumplimiento de los ODS 6, 8, 9, 11 y 12.

El segundo producto es la realización de procesos de asistencia técnica para que las y los prestadores implementen criterios de sostenibilidad. Esto implica, establecer planes personalizados para que los productos, servicios y procesos de los prestadores y prestadoras, estén alineados con la dimensión social (derechos humanos, bienestar laboral, salud y seguridad en el trabajo, entre otros), ambiental (cambio climático, desempeño ambiental, compromiso institucional) y económica (gobierno corporativo, cadena de abastecimiento, ética) de la sostenibilidad. Con esto, se busca que las y los prestadores obtengan una certificación de sostenibilidad, que se constituya como un valor agregado a sus productos y servicios. Este producto busca cumplir los ODS 6, 8, 9, 11 y 12.

El segundo resultado es el aumento del índice de sostenibilidad turística, medido por el Observatorio Distrital de Turismo y cuya medición permite establecer el grado de sostenibilidad del destino, constituyéndose como una guía para el desarrollo de acciones contundentes en materia social, económica y ambiental en el Sistema Distrital de Turismo.

El primer producto está asociado a los ODS 6, 8, 9, 11 y 12. Este producto busca la realización de estudios de carga en ecosistemas de la estructura ecológica principal, que son atractivos turísticos, y que para el desarrollo de Turismo sostenible deben contar con estudios para determinar el número de población visitante que permiten. Este proceso iniciará una vez el Viceministerio de Turismo establezca los lineamientos para realizar estas actividades.

El segundo producto busca que empresas conexas al sector turismo sean beneficiadas por del programa de reducción de la huella ecológica del turismo, como un mecanismo de contribución por parte del sector a las metas de reducción de emisiones de carbono e impactos de la actividad humana en la naturaleza. Este producto cumple con los ODS 6, 8, 9, 11 y 12 y las metas: 6.3, 6.4, 6.6; 8.1, 8.2, 9.3, 9.4, 9.5.

El tercer resultado es el aumento de procesos de Turismo de base comunitaria, que se enfoca en las iniciativas de organizaciones sociales, comunales y de propiedad horizontal con vocación turística.

El primer producto asociado es el desarrollo de servicios técnicos de fortalecimiento a organizaciones sociales, comunales y de propiedad horizontal. Con esto se busca fortalecer las capacidades organizacionales de estas organizaciones para posibilitar el cumplimiento de sus fines misionales y de esta forma facilitar los proyectos y actividades asociadas al sector Turismo. Cumple con el ODS 9 y con las metas 9.1, 9.2, 9.3.

El producto 4.3.2 es el desarrollo de estímulos económicos a procesos comunitarios de Turismo, que se realizará a través de una ruta de fortalecimiento, que inicia con asistencia técnica integral en procesos empresariales y posteriormente mediante FONDETUR se busca la financiación de proyectos en distintas líneas, que les permita materializar productos, procesos y servicios turísticos. Los estímulos y las convocatorias incorporarán el enfoque de género y se establecerán criterios de priorización y focalización para mujeres, personas de área rural, personas con discapacidad, personas del sector LGBTIQ, grupos étnicos, entre otros, tengo acceso a

los estímulos en condiciones de igualdad. Con este producto se contribuye a los ODS 8 y 9 y a las metas 8.1, 8.2, 8.3, 9.1, 9.2, 9.3,

El tercer producto es el programa de vinculación de mujeres cuidadoras al sector Turismo. Con este programa se busca incentivar al sector a generar procesos de empleabilidad para mujeres cuidadoras, así como la posibilidad de que se vinculen a actividades de apropiación de ciudad, entre otras actividades que contribuyan a materializar los derechos de las mujeres. Este producto atiende a los ODS 5 y 8 y a las metas: 5.1, 5.2, 5.4M 8.1, 8.2, 8.3.

El cuarto resultado esperado es el aumento en la percepción positiva de las aglomeraciones productivas del turismo. Las aglomeraciones productivas corresponden a las zonas de la ciudad que concentran el mayor número de Prestadores de Servicios Turísticos y que reciben el mayor número de turistas y visitantes.

El primer producto asociado son los planes de gestión especial para el fortalecimiento de las aglomeraciones productivas implementados. Implican acciones interinstitucionales para mejorar la gestión del tráfico, el uso y disfrute del espacio público, entre otros elementos que propicien mejores condiciones para el Desarrollo de actividades turísticas. El producto está asociado a los ODS 8 y 9 y a las metas:8.1, 8.2, 8.3, 9.1, 9.2, 9.3,

El segundo producto asociado pretende la promoción de las zonas de aglomeraciones productivas, zonas de la ciudad especializadas en la producción de bienes y servicios generales en la oferta turística de la ciudad. Este producto está asociado a los ODS 8 y 9 y a las metas: 8.1, 8.2, 8.3, .9.1, 9.2, 9.3

El quinto resultado esperado el aumento de las capacidades locales para la gestión del turismo con el aumento de localidades que cuentan con planes de gestión turística local.

El primer producto son las asistencias técnicas para la formulación de planes de gestión turística local. Los planes de gestión turística dan cuenta de la territorialización de la política y la vinculación de la planeación local con el desarrollo del turismo. Los planes se construyen participativamente en todas las localidades (instancias se deben tener criterios diferenciales para asegurar la participación equitativa de mujeres y en el caso de localidades con zonas rurales, asegurar la participación mínima de personas de la ruralidad) con el acompañamiento técnico del Instituto Distrital de Turismo y la base fundamental son las acciones programáticas de la presente política y el modelo de Destino Turístico Inteligente. Este producto cumple con los ODS 8 y 12 y con las metas: 8.1, 8.2, 8.3, 12.1, 12.2

El segundo producto es la realización de procesos pedagógicos turísticos de resignificación del territorio, orientados a la generación de conocimiento especializado, desde la educación y la pedagogía, para que profesores y estudiantes de Instituciones Educativas, puedan incidir, comprender y explicar el Turismo como un elemento de transformación territorial y social. Se asocia con los ODS 8 y 9 y con las metas 8.1, 8.2, 8.b, 9.1, 9.2.

El tercer producto es la formación en gestión de turismo a mujeres que, en sus diferencias y diversidad, están vinculadas a las manzanas del cuidado y desarrollan actividades relacionadas con la cadena del turismo y sus actividades asociadas. Cumple con los ODS 5 y 8 y con las metas: 8.1, 8.2, 8.3, 8.45.1, 5.2, 5.4.

El sexto resultado esperado es la consolidación de las Zonas de Interés Turístico (ZIT) y Corredores Inteligentes de Turismo (COINT).

El primer producto es la realización de sensibilizaciones sobre el uso y disfrute del espacio público realizadas en las Zonas de Interés Turístico (ZIT). Las zonas de interés turístico se definen como aquellas áreas de ciudad que concentran usos del suelo normativamente establecidos y relacionados directamente con las actividades soporte para el desarrollo de la actividad turística, tales como la planta turística principal y complementaria, la existencia de espacios públicos de permanencia (parques, plazas y plazoletas), así como de la localización de atractivos turísticos de jerarquía nacional e internacional, e infraestructuras, que permiten desarrollar la puesta en valor de las mismas, y la consolidación del Turismo en la ciudad.

El Plan Maestro de Turismo del Distrito Capital, 2011, creó las 19 Zonas de Interés Turístico, que comprenden las áreas de proyectos urbanos que involucran acciones de mejoramiento de los atractivos turísticos y de la estructura urbana que los soporta, articula los aspectos normativos y se opera a través de la figura de gestión planteada a partir de la

conformación de las Organizaciones Cívicas y/o Gremiales. Actualmente se ha complementado el listado con tres zonas más que quedan establecidas en el documento técnico de soporte del Sistema Distrital de Turismo. Este producto se asocia con el ODS 11 y con las metas 11.2, 11.3, 11.4, 11.6, 11.7 y 11.c.

Como segundo producto es el desarrollo de Investigaciones sobre el estado y las dinámicas de las ZIT. Esto, permitirá entender la evolución de estas zonas, para ajustar las intervenciones distritales y así tener una evolución continua que garantice su uso y disfrute por parte de turistas y residentes. Este producto se asocia con el ODS 11 y con las metas 11.2, 11.3, 11.4, 11.6, 11.7 y 11.c.

El tercer producto es el desarrollo de investigaciones sobre el estado y las dinámicas de los COINT, buscando identificar las dinámicas de estos corredores en clave de generación de desarrollo económico, inclusión y perspectiva de género. Este producto se asocia con el ODS 11 y con las metas 11.2, 11.3, 11.4, 11.6, 11.7 y 11.c.

Objetivo 5
Fortalecer procesos de innovación tecnológica para la optimización de los servicios turísticos en Bogotá Región.

El desarrollo tecnológico del sector turismo es una de las apuestas fundamentales de la presente política, ante la necesidad de mejorar la prestación de servicios, bienes y experiencias turísticas en Bogotá-región. De igual forma, ante las dificultades para acceder a información que afrontan los distintos actores del sistema distrital de turismo y que fue evidenciada en el marco del diagnóstico de la política, este objetivo contribuye a cerrar brechas de información y a generar datos en clave diferencial, lo que contribuye a evidenciar problemáticas en clave de género, territorial y poblacional diferencial.

Como primer resultado se espera un aumento de consultas del Sistema de Información Turística. Este sistema pretende involucrar metodologías de analítica para el entorno de datos georreferenciados y se apoya en las lógicas de la inteligencia artificial. Pretende acercar más a las dinámicas de los y las turistas y visitantes de Bogotá y con esto, poder responder de manera efectiva a las demandas del mercado y a las necesidades de avanzar hacia la consolidación del Turismo sostenible.

Como producto asociado está el aumento del número de cuerpos de datos turísticos disponibles para interoperabilidad a personas usuarias del Sistema de Información. Esto implica la implementación de la plataforma integrada en un encadenamiento digital que permita la cooperación entre el sector privado y el sector público, que además permita la captura de datos y la lectura estadística del sector en el territorio. Esto facilita la producción de evidencia para la toma de decisiones en el sector y adicionalmente, es la base para ofertar plataformas de información unificadas para turistas y visitantes. Con este producto se da cumplimiento a los ODS 8 y 11 y a las metas: 8.1, 8.2, 8.3, 8.9, 11.2, 11.3, 11.4, 11.6, 11.a y 11.c.

Como segundo producto está las asistencias técnicas en el uso del Sistema de Información Turística, buscando que los distintos sectores, territorios y poblaciones del turismo tengan equidad de oportunidades para el acceso a la información producida en el marco del sistema distrital de información turística. Está asociado al cumplimiento del ODS 11 y a las metas 11.2, 11.3, 11.4, 11.6, 11.a y 11.c.

El segundo resultado asociado al Objetivo 5, está el aumento en los prestadores de servicios turísticos transformados digitalmente. Cesta línea de acción busca contribuir al cierre de brechas en materia de acceso y uso de recursos digitales, que resta competitividad al sector y que excluye a actores del sistema distrital de turismo, de las posibilidades de ofertar mejores productos, servicios y experiencias.

El primer producto asociado es el repositorio de datos para gestión e interoperabilidad procedentes de la actividad de los actores en el sector turismo, a través mecanismos de captura de información de turistas y visitantes, lo cual implica el fortalecimiento del Observatorio Distrital de Turismo, la implementación de tecnologías de medición de visitantes y turistas en atractivos, entre otros. Este producto cumple con los ODS 5, 8 10 y 11 y con las metas 5.1, 5.2, 5.4, 5.5, 5.b, 5.c, 8.1, 8.2, 8.3, 8.4, 8.5, 8.8, 8.9, 10.1, 10.2, 10.3, 10.4, 10.a, 10.b, 11.2, 11.3, 11.4, 11.6, 11.a y 11.c. Como producto 5.2.1

Como segundo producto está el fortalecimiento de atractivos turísticos. con criterios de inteligencia y señalización inteligente. Esto implica la definición de criterios de inteligencia, el desarrollo de una estrategia para la implementación gradual de estos criterios y la constitución de guías operati-

vas para el desarrollo de la asistencia. Con este producto se da cumplimiento a los ODS 8 y 11 y a las metas: 8.1, 8.2, 8.3, 8.4, 8.5, 8.8, 8.9, 11.2, 11.3, 11.4, 11.6, 11.a y 11.c.

Como tercer producto asociado al cumplimiento de los ODS 5, 8 y 11 está el desarrollo de procesos de asistencia técnica para la transformación digital a prestadores de servicios turísticos. Esto comprende procesos de alfabetización digital, orientados a mejorar las competencias de las y los prestadores, para localizar, investigar, analizar información y hacer de este, un proceso funcional para aplicarlos en sus unidades productivas.

Sectores y entidades corresponsables

El Sector de Desarrollo Económico, Industria y Turismo, a través del Instituto Distrital de Turismo coordinará la implementación de la política pública, que estará a cargo de los siguientes sectores y entidades, relacionadas en el plan de acción:

SECTOR	ENTIDAD
Gobierno	Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público
	Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal
	Secretaría Distrital de Gobierno
Cultura, Recreación y Deporte	Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte
	Instituto Distrital de Patrimonio Histórico
Educación	Secretaría de Educación del Distrito
	Instituto Distrital para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico - IDEP
Movilidad	Secretaría Distrital de Movilidad
	Empresa de Transporte del Tercer Milenio Transmilenio S.A.
Hábitat	UAE de Servicios Públicos - UAESP
Gestión Pública	Alta Consejería TIC - Alcaldía Distrital de Bogotá
	Secretaría General
	Alta Consejería De Paz, Víctimas Y Reconciliación
Hacienda	Catastro Distrital
Ambiente	Jardín Botánico José Celestino Mutis - JBB
	Secretaría Distrital de Ambiente
Planeación	Secretaría Distrital de Planeación
Hábitat	Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. - ETB - ESP
	Secretaria de Hábitat
Seguridad, Convivencia y Justicia	Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia
Desarrollo Económico	Secretaría de Desarrollo Económico
	Instituto Para La Economía Social
	Instituto Distrital de Turismo IDT
Salud	Secretaria de Salud
Mujer	Secretaría de la mujer
Integración Social	Secretaría Distrital de Integración Social

Tabla 7 Sectores y entidades corresponsables.

Seguimiento y evaluación

El seguimiento de la Política Pública Distrital de Turismo se realizará según lo dispuesto en la Guía para el Seguimiento y Evaluación de las Políticas Públicas, elaborada por la SDP. En este marco, el seguimiento será semestral para la mayoría de las metas producto, como reporte parcial y anual para dar cuenta de la mayoría de productos con programación anual. La base para el seguimiento será el Plan de Acción de la Política (anexo a este documento) con mediciones cuantitativas y análisis cualitativos de la información recopilada. De manera trimestral, el Instituto Distrital de Turismo, como

entidad líder de la política, desarrollará un informe detallado de la implementación de la política, señalando los avances del plan de acción e identificando aspectos como las lecciones aprendidas y oportunidades de mejora, bases para un ejercicio continuo de construcción de políticas.

El reporte de seguimiento se realizará de acuerdo a los procedimientos dispuestos por la Secretaria Distrital de Planeación. Para las actividades seguimiento y evaluación de la política pública, el Observatorio de Turismo del IDT tendrá un papel preponderante.

De otro lado, atendiendo a los principios del control social de la gestión pública, se espera generar en el marco del Consejo Consultivo de Turismo y de los Consejos Locales de Turismo, ejercicios conjuntos de seguimiento, facilitando de parte de la institucionalidad, las condiciones (información, espacios) necesarios para la revisión de la implementación de la política y complementando el ejercicio de seguimiento continuo, con la perspectiva del sector privado y de la sociedad civil.

Finalmente, se debe sintonizar los términos con el contenido de la Guía para el Seguimiento y Evaluación en la que se denomina como evaluación intermedia (hacia 2027), que sirva como insumo para adaptar el plan de acción a la reglamentación e implementación del POT Bogotá Reverdece, a los cambios contemplados con la modificación del Estatuto Orgánico de Bogotá y al proceso de consolidación de la Región Metropolitana.

Financiamiento

El financiamiento de la política tendrá como principal fuente de financiación los proyectos de inversión de las entidades involucradas en el Plan de Acción. Los recursos estimados son indicativos y dependen de asignaciones relacionadas con el POAI (Plan Operativo Anual de Inversiones), las inversiones en proyectos afines, entre otros factores.

Para los años posteriores a la vigencia del plan de desarrollo "Un nuevo Contrato Social y ambiental para Bogotá", las entidades que aporten al cumplimiento del plan de acción de la política pública deben garantizar que en el plan plurianual de inversiones de los siguientes planes de desarrollo se contemplen los recursos asociados al cumplimiento a los objetivos.

La disponibilidad de los recursos proyectados dependerá del cupo de funcionamiento e inversión indicativo que establezca la Secretaría Distrital de Hacienda (SHD) durante cada vigencia. En aquellos casos en los que el costo proyectado de las acciones de política supere el cupo disponible, las entidades deberán priorizar las acciones de mayor relevancia para el cumplimiento de los objetivos.

De otro lado, las entidades líderes de la política deben buscar fuentes de financiación vía CONFIS distrital, para financiar proyectos de gran envergadura, que contribuyan a los objetivos aquí planteados. A continuación, se señala el costo estimado de la política para los 11 años de implementación (el detalle por objetivos, resultados y productos se encuentra en el plan de acción).

Tabla 8 Tabla de financiamiento (periodo 2023-2033)

OBJETIVO	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	TOTAL
Mejorar la gobernanza del sistema distrital de turismo	$ 1.097	$ 1.350	$ 1.418	$ 1.543	$ 1.574	$ 1.454	$ 1.483	$ 1.567	$ 1.709	$ 1.750	$ 1.918	$ 16.863
Generar condiciones óptimas de accesibilidad e inclusión para el desarrollo del turismo en la ciudad.	$ 600	$ 786	$ 826	$ 868	$ 911	$ 956	$ 1.005	$ 1.055	$ 1.108	$ 1.164	$ 1.221	$ 10.500
Incentivar la innovación de la industria turística.	$ 2.365	$ 2.480	$ 3.264	$ 2.723	$ 2.856	$ 2.995	$ 3.139	$ 3.296	$ 3.460	$ 3.629	$ 3.811	$ 34.018
Fortalecer la implementación de los principios de la sostenibilidad turística	$ 2.805	$ 3.573	$ 3.751	$ 3.993	$ 4.498	$ 4.344	$ 4.563	$ 4.851	$ 5.107	$ 5.783	$ 5.545	$ 48.813
Fortalecer procesos de innovación tecnológica para la optimización de los servicios turísticos en Bogotá Región		$ 1.260	$ 1.322	$ 1.388	$ 1.458	$ 1.531	$ 1.608	$ 1.688	$ 1.772	$ 1.860	$ 1.955	$ 15.842
TOTAL	$ 6.867	$ 10.709	$ 11.903	$ 11.903	$ 12.755	$ 12.811	$ 13.406	$ 14.145	$ 14.928	$ 16.046	$ 16.405	$ 141.878

Glosario

Atractivo turístico

Según FONDETUR, es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico.

Accesibilidad (DTI)

La accesibilidad da respuesta a un derecho de las personas al libre acceso de bienes y servicios, favorece la desestacionalización y mejora la imagen del destino, al posicionarse como socialmente responsable. En cuanto a la accesibilidad digital, un destino turístico inteligente debe promover la adaptación de todo su material digital, tanto de sus páginas web como de sus materiales promocionales online, así como a los protocolos internacionales existentes, entre los que destacan las pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web 2.0 (WCAG 2.0) y las recomendaciones Mobile Web Best Practices (MWBP) y Mobile Web Application Best Practices del W3C (World Wide Web Consortium). (Red DTI, SEGGITUR, s.f.).

Cadena de valor del Turismo

La cadena de valor del Turismo se define como el proceso en el que se trasladan los productos turísticos desde los proveedores hacia los consumidores de estos productos. Esta cadena de valor está compuesta por los productos turísticos, intermediarios turísticos (tradicionales o de comercio electrónico) y turistas. (Zhao, Cao y Liu, 2009).

Comunidad receptora

La comunidad receptora, dentro del sector turístico, comprende a toda la población que tiene residencia permanente en el destino turístico y la cual recibe todo el impacto del ejercicio turístico en el territorio.

Consejo Consultivo Distrital de Turismo

Es una instancia de coordinación de la ciudad de Bogotá D.C., en materia de Turismo. El objeto del Consejo Consultivo Distrital de Turismo es servir de órgano asesor y consultivo de la administración distrital, con relación al desarrollo de la industria turística en Bogotá D.C. e iniciativas locales de la misma. (Instituto Distrital De Turismo de Bogotá, s.f.).

Cultura turística

Es el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que fortalecen la identidad, fomentan el buen trato al turista (nacional y extranjero) y promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones, reconociendo al Turismo como mecanismo de desarrollo sostenible del país. (MINCETUR, s.f.).

Destino Turístico

Según la OMT (2002), el destino turístico es un espacio físico en el que se puede pernoctar por lo menos una noche. Este destino está delimitado física y administrativamente e incluye productos turísticos como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Este destino turístico también resulta ser fundamental para tomar la decisión de hacer el viaje.

Destino turístico sostenible

El destino turístico sostenible es aquel que cumple con el desarrollo de los requisitos ambientales, socioculturales y económicos; estableciendo un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones para así garantizar la sostenibilidad del desarrollo turístico a largo plazo.

El Turismo sostenible debe:

1. "Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza." (OMT, s.f).

Destino Turístico Inteligente

Un destino turístico inteligente se caracteriza por ser innovador, por encontrarse consolidado sobre una infraestructura tecnológica que garantiza el desarrollo sostenible de los destinos turísticos, con accesibilidad para todos facilitando la interacción e integración del visitante o turista, con el entorno incrementando así su calidad de experiencia en el destino y mejorando la calidad de vida de la población receptora.

Un destino turístico inteligente aporta al aprovechamiento de los recursos turísticos y así

aumentando la competitividad de los mismos, mejora de manera eficiente los procesos de producción y comercialización, impulsa el desarrollo sostenible al destino turístico y mejora la calidad de vida de la población receptora y de los visitantes. (SEGITTUR, s.f.).

Demanda turística

Según la OMT (1994), la demanda turística es la suma de bienes y servicios que solicitan los consumidores (demanda turística real) o los potenciales turistas (demanda turística potencial).

También se puede entender por demanda turística al número de turistas reales que consumen bienes y servicios turísticos.

Estructura ecológica principal

"La Estructura Ecológica Principal comprende todos los elementos naturales que mantienen y sostienen la biodiversidad. El territorio debe planificarse alrededor de los recursos naturales." (Secretaría de Ambiente, s.f.).

Excursionista

A diferencia del turista que es quien pernocta, el excursionista o visitante del día no pernocta en el lugar visitado; no hace uso de algún medio o servicio de alojamiento encontrado en el lugar al que se ha desplazado. (Organización Mundial del Turismo, 2008).

Gobernanza (DTI)

La OMT define gobernanza como "el proceso de conducción de los destinos turísticos a través de los esfuerzos sinérgicos y coordinados de los gobiernos en sus diferentes niveles y

atribuciones, de la sociedad civil que habita en las comunidades receptoras y del tejido empresarial relacionado con la operación del sistema turístico", por lo tanto, la gestión de la gobernanza en un destino turístico inteligente, resulta fundamental para el desarrollo de la actividad turística en el medio y largo plazo con las garantías de transparencia, eficiencia y participación que exigen los nuevos retos. Los mismos que ponen el foco de la planificación, no sólo en el turista, sino también en el bienestar del residente y la convivencia entre ambos, y entender la gestión turística en coordinación con el resto de áreas del destino, es decir, puede ser considerada el alma de los destinos turísticos inteligentes. (Red DTI, SEGGITUR, s.f.).

Industria turística

Comprende el universo de establecimientos con actividad principal asociada a la producción, venta y comercialización de productos y servicios turísticos. (OMT, 2022).

Infraestructura turística

Es el conjunto de obras y servicios que permiten el desarrollo económico y social de un país, y que el sector turístico utiliza para impulsar su actividad. La infraestructura turística se encuentra compuesta por las rutas de acceso que están a su vez compuestas por las rutas terrestres, aéreas, lacustres, marítimas, redes viales, aeropuertos y terminales. Se encuentra también la infraestructura de comunicaciones que se componen de los servicios de telefonía, correo certificado e internet. Y finalmente está la infraestructura en equipamiento urbano, aquí se encuentran los servicios de agua, alcantarillado y energía eléctrica. (IDT, s.f.).

Innovación (DTI)

La innovación no solo debe asociarse únicamente a la incorporación de tecnologías, especialmente las TIC, en realidad, buena parte de las innovaciones en el sector turístico tienen que

ver con mejoras en la promoción, distribución y comercialización de servicios, con el diseño de nuevos productos, más personalizados y alineados con el cliente, y con la organización y distribución del trabajo. Así que, si se habla de innovación como "cualquier cambio basado en el conocimiento capaz de generar valor", se habla de valor para las empresas, valor para los turistas y, por supuesto, valor para los destinos y territorios en los que estos se localizan. Innovar supone cuestionarlo todo con la voluntad de transformarlo para generar más valor económico, social, medioambiental y, en definitiva, humano. (Red DTI, SEGGITUR, s.f.).

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los ODS u Objetivos de Desarrollo Sostenible están diseñados para acabar con la pobreza, proteger el planeta y garantizar el disfrute de la paz y la prosperidad para todas las personas; todo esto en el año 2030. Estos ODS se encuentran engranados de tal manera que el desarrollo de uno de ellos aporta al desarrollo del otro. En la actualidad hay 17 ODS. (PNUD, s.f.).

Oferta turística

La oferta turística se encuentra definida por los productos y servicios que son ofrecidos a los turistas o visitantes, estando integrada por los servicios que suministran los prestadores de servicios turísticos, la planta turística y por algunos bienes no necesariamente turísticos; como lo son la infraestructura constituida por el transporte, los sistemas de comunicación, sanidad y servicios de energía y alcantarillado, entre otros. (Boullón, 1997).

Oferta Complementaria de Turismo

Se define a la oferta complementaria de Turismo como el conjunto de bienes y servicios que por su naturaleza no dependen solamente de prestar servicios turísticos pero que son demandados por los visitantes o turistas y que complementan el producto turístico final.

Planta Turística

La planta turística se encuentra compuesta por instalaciones, equipos, empresas y personas que cumplen la función de prestar servicios turísticos. La planta turística se encuentra clasificada en alojamientos, restaurantes, agencias y todo los demás asociado al ejercicio turístico.

Prestadores de Servicios Turísticos

Es "toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios turísticos y que se encuentre inscrito en el registro nacional de Turismo." (FONTUR, s.f.).

Producto turístico

El producto turístico es una combinación entre elementos materiales e inmateriales, como lo son los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos de los destinos, las instalaciones, los servicios y las actividades que giran en torno al destino. El producto turístico logra su comercialización por medio de los canales de distribución y estos también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (OMT, s.f.).

RAPE

Es la Región Administrativa y de Planeación Especial (RAPE) Central, que como forma de asociatividad territorial concentra el 29% de la población del país, aporta el 40% del PIB nacional. Su función está enfocada al fortalecimiento de la competitividad, propiciar el crecimiento económico sostenible, el desarrollo del aparato productivo, entre otros aspectos.

Región Metroplitana Bogotá-Cundinamarca

Aprobada bajo el Acto Legislativo 02 de 2020 Congreso de la República, es la Entidad Administrativa de Asociatividad Regional de Régimen Especial, que busca garantizar la ejecución de planes y programas para el desarrollo sostenible y la prestación oportuna y eficiente de los servicios a su cargo. Esta conformada por el Distrito Capital, la Gobernación de Cundinamarca y los municipios de Cundinamarca que se asocien.

Registro Nacional de Turismo (RNT)

Es el registro en el cual deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia. Este registro será obligatorio para el funcionamiento de dichos prestadores de servicios turísticos y deberá actualizarse anualmente.

"El Registro Nacional de Turismo, permite establecer un mecanismo de identificación y regulación de los prestadores de servicios turísticos, así mismo, es un sistema de información para el sector turístico. A partir de esta información el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo elabora estudios e indicadores sobre el comportamiento del sector turístico a nivel nacional e internacional que permiten la definición de políticas, planes y programas. Así mismo, dirige la elaboración de estudios y propone estrategias tendientes a mejorar el acceso al crédito y el financiamiento del sector turístico." (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s.f.).

Sostenibilidad (DTI)

La sostenibilidad busca garantizar el equilibrio entre el crecimiento económico, la preservación del medio ambiente y el ámbito sociocultural. En el caso de los destinos turísticos, para lograr ese equilibrio, sus gestores y grupos de interés han de tomar una serie de medidas en los planos energético, medioambiental, cultural y económico con el objetivo de incrementar la calidad de vida de la población local, mejorar la experiencia del visitante y proteger el medioambiente; en este caso es preciso comenzar a analizar la sostenibilidad desde diferen-

tes ópticas: la del empresario local, la cultural y la social.

La incorporación de las TIC a la gestión sostenible del territorio turístico, puede ser la solución. En este sentido, hay que considerar el poder de control que ofrecen herramientas como la sensorización, las redes WiFi y WiMax y la gestión del big data a la hora de procesar grandes volúmenes de datos estructurados y no estructurados y de captar información estratégica de lo que ocurre en el territorio. (Red DTI, SEGGITUR, s.f.).

Tecnología (DTI)

No se contempla la tecnología como un fin en sí misma, sino como un medio para alcanzar los objetivos marcados. Por un lado, se habla de la tecnología como infraestructura básica de comunicación y capacidad de adquisición, proceso y consumo de información, y por otro, de la tecnología para la gestión del flujo de información, los servicios, el destino y las empresas. De ambos desarrollos se benefician no solo los turistas, sino también los propios residentes.

Hay que tener en cuenta, por ejemplo, que, según el estudio de Impacto del Contenido Online en el Turismo Europeo, más de la mitad de los viajeros de la Unión Europea consultan sitios en internet, webs, apps y redes sociales para obtener información sobre viajes. La intensidad del uso de internet por parte tanto de los turistas como de las empresas del sector convierte la conectividad de la red en un aspecto esencial para la mejora de la gestión y la competitividad de los destinos turísticos. (Red DTI, SEGGITUR, s.f.).

Subsistema Social del Sistema Distrital de Turismo

Se define este subsistema como el relacionamiento entre comunidades receptoras y turistas. Este igualmente abarca los valores socialmente aceptados.

Subsistema de Gobernanza del Sistema Distrital de Turismo

Son todas aquellas normas formales e informales que regulan la actividad turística y que abarcan las relaciones público-privadas.

Subsistema Cultural del Sistema Distrital de Turismo

Comprende los elementos cognitivos (motivaciones, imaginarios, preferencias) y las tipologías culturales.

Subsistema Ambiental del Sistema Distrital de Turismo

Este está compuesto por el entorno natural (recursos de la estructura ecológica) y las acciones de sostenibilidad ambiental.

Subsistema de Industria del Sistema Distrital de Turismo

Son todas las relaciones de actores de la operación comercial de la industria turística en el mercado.

Subsistema de Recursos e Infraestructura del Sistema Distrital de Turismo

Este subsistema está relacionado con la existencia de dotaciones e infraestructura pública y privada necesaria para el desarrollo de las actividades turísticas.

Subsistema de Inteligencia del Sistema Distrital de Turismo

Es la integración de las TIC, Big Data, entre otras herramientas orientadas a desarrollar la competitividad del sector Turismo.

Turista

Según la Organización Mundial del Turismo (2008), la característica principal para definir a un turista es que este pernocte. Un turista puede ser interno o externo, receptor o emisor, pero para que sea clasificado como tal, debe pernoctar en el destino.

Turismo Cultural

El Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS por sus siglas en inglés) (ICOMOS, 1999) concibe el Turismo cultural en sus efectos positivos sobre los bienes culturales, como fuente de ingresos para su mantenimiento y protección, aunque advirtiendo sobre posibles efectos negativos por un uso masivo e incontrolado. Al respecto identifica como principios, la oportunidad de conocer lo que encierran la cultura y el patrimonio; la ejecución de una gestión sostenible del patrimonio cultural que facilite su permanencia futura; el ejercicio de una planificación para conservar el patrimonio en la cual el visitante sea satisfecho en sus motivaciones; la participación de la población local en los procesos y el impulso al uso de una veraz información en la promoción de los lugares patrimoniales.

Turismo Creativo

Se puede decir que es aquel que promueve la participación en actividades artísticas y creativas para descubrir y aprender del destino que se visita. Es una oportunidad de desarrollar el potencial creativo en el entorno de la cultura del lugar de destino. (OCDE, 2017).

Es una tendencia que parte del Turismo cultural. Se trata de una nueva generación del Turismo, que busca ir más allá de conocer las expresiones materiales o inmateriales de la cultura e involucrarse en el hacer, de manera experiencial, sumergiéndose en las dinámicas de la vida cultural de la ciudad.

Turismo de Naturaleza

En el Turismo de naturaleza la principal motivación de los turistas es la observación y apreciación de ésta y de su relación con las culturas tradicionales prevalecientes en las áreas visitadas. Con frecuencia tiende a ser organizado por operadores especializados y empresarios pequeños locales, lo que facilita sensibilizar a lugareños y turistas hacia la conservación de los activos naturales y culturales; así se logra minimizar los impactos negativos en el entorno natural y socio-cultural, y garantizar la preservación de las áreas naturales y el beneficio de las comunidades locales a las que brinda oportunidades de empleo e ingresos. (UNWTO, 2002).

Turismo de Negocios, Reuniones (MICE) y agenda cultural

“Reunión es un término general que se refiere al encuentro de un número de personas en un lugar con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta. Las reuniones comprenden las convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, incentivos, reuniones empresariales y de negocios y otras reuniones que cumplen los criterios mencionados” (Organización Mundial del Turismo, 2014, p.10).

El Turismo de negocios o de eventos, por sus siglas en inglés MICE (Meetings, Incentives, Congresses and Events) consiste en la realización de actividades en las que el participante hace relaciones públicas que favorecen su labor empresarial o profesional. (ACS AEC, 2017).

Turismo Urbano

Para la Organización Mundial del Turismo, el Turismo urbano hace referencia a "un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte". (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Turismo Rural

El Turismo rural es definido por la Organización Mundial del Turismo como "un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés" (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Turismo de Salud

"El Turismo de salud abarca aquellos tipos de Turismo cuya motivación principal es la de contribuir a la salud física, mental o espiritual mediante actividades médicas y de bienestar" (Organización Mundial del Turismo, 2018). Es el proceso en el que una persona viaja con el objetivo de recibir atención en salud a otro lugar diferente a su lugar de residencia.

Viajero

Se considera viajero a la persona que desempeña la actividad de viajar, es decir, viajero es quien se desplaza entre dos lugares geográficamente diferentes. "Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración" (Organización Mundial del Turismo, 2008).

Visitante

La definición dada por la OMT para visitante es la siguiente: "Un visitante es una persona que viaja a un destino distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado." (Organización Mundial del Turismo, 2008).

Zonas de Interés Turístico

Áreas de ciudad que concentran usos del suelo normativamente establecidos y relacionados directamente con las actividades soporte para el desarrollo de la actividad turística, tales como la planta turística principal y complementaria, la existencia de espacios públicos de permanencia (parques, plazas y plazoletas), así como de la localización de atractivos turísticos de jerarquía nacional e internacional, e infraestructuras, que permiten desarrollar la puesta en valor de las mismas, y la consolidación del Turismo en la ciudad.

Anexos

Anexo 1: Plan de Acción de la Política.

Anexo 2: Aprobación de la política en el Comité Sectorial de Desarrollo Administrativo del Sector de Desarrollo Económico.

Anexo 3: Acta de discusión de la política en el Consejo Consultivo de Turismo.

Bibliografía

ACS AEC (junio 2017). Turismo de reuniones: Conceptualización y visión regional. http://www.acs-aec.org/sites/default/files/turismo_de_reuniones_june_2017.pdf

Alberca, F. (2019). El turismo creativo. Conceptualización y características. Revista Cultura. https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_33_turismo-creativo.pdf

Ayuso, S. (2003). Gestión sostenible en la industria turística. Retórica y practica en el sector hotelero español. [Tesis doctoral, Universitat Autónoma de Barcelona]. Repositorio institucional de la Universitat Autónoma de Barcelona. http://hdl.handle.net/10803/4954

Acuerdo Distrital 275. Acuerdo por el cual se crea el Instituto Distrital de Turismo. (27 de febrero de 2007). https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=23023&dt=S

Acuerdo Distrital 720. Acuerdo por el cual se adoptan los lineamientos para la Política Pública Distrital de Turismo. (26 de septiembre de 2018). https://concejodebogota.gov.co/concejo/site/artic/20181009/asocfile/20181009095827/acuerdo_no__720_de_2018.pdf

Acuerdo Distrital 803. Acuerdo por el cual se institucionaliza el Observatorio de Turismo de Bogotá. (16 de febrero de 2021). https://www.idt.gov.co/sites/default/files/ACUERDO-No.803-OBSERVATORIO-DE-TURISMO.pdf

Baggio, R. (2008). Symptoms of Complexity in a Tourism System. Tourism Analytics. https://www.researchgate.net/publication/43496732_Symptoms_of_Complexity_in_a_Tourism_System

Blanco, F. (2015). Libro blanco de los destinos turísticos inteligentes. Estrategias y soluciones para fomentar la innovación en el turismo digital. Editorial Almuzara.

Boullón, R. (1997). Cap. 2. El sistema turístico, Planificación del espacio turístico (pp. 34-36). Editorial Trillas.

Boullón, R. (2004). Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas. http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturisticorobertoc.boullon.pdf

Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). Cierre de brechas de talento humano, una prioridad para la industria de turismo. Clúster Turismo Bogotá-Región. https://www.ccb.org.co/Clusteres/Cluster-de-Turismo/Noticias/2019/Noviembre-2019/Cierre-de-brechas-de-talento-humano-una-prioridad-para-la-industria-de-turismo

Cocossis, H. (1996). Tourism and Sustainability: Perspectives and Implications. Sustainable tourism? European experiences. https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19961807081

Decreto 327. Se adopta la Política Pública Distrital de Turismo para Bogotá D.C. y su zona de influencia Región Capital. (2 de octubre de 2008). https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33044

Decreto 664. Plan Maestro de Turismo para Bogotá D.C. (28 de diciembre de 2011). https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=45173

Decreto Distrital 268. Decreto que reglamenta el funcionamiento del Fondo de Desarrollo Turistico de Bogotá – FONDETUR. (10 de diciembre de 2020). https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=102747

Decreto 555. Expedición del Plan de Ordenamiento Territorial Bogotá Reverdece 2022-2035. (29 de diciembre de 2021). https://bogota.gov.co/bog/pot-2022-2035/Decreto_555_de_2021.pdf

Decreto Distrital 213. Decreto por el cual se crea el Consejo Consultivo Distrital de Turismo. (16 de junio de 2021). https://www.idt.gov.co/sites/default/files/Decreto-213-de-2021consejo-consultivo-de-turismo.pdf

Decreto 193. Política Pública de Lucha Contra la Trata de Personas en Bogotá Distrito Capital 2022-2031. (17 de mayo de 2022). https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=123538&dt=S#:~:text=Objetivo%20general.,de%20los%20tratantes%20de%20personas

Decreto 1074. Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo. (26 de mayo de 2015). https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=76608

Departamento Administrativo Nacional de Estadistica DANE. (2021). https://www.dane.gov.co/

FONTUR. (s.f). Glosario de terminologia de Turismo. Recuperado de, https://fontur.com.co/es/glosario?q=es/glosario

González, M. V. (2009). Gestión Turistica del Patrimonio Cultural: Enfoques para un Desa-

rrollo Sostenible del Turismo Cultural. Cuadernos de Turismo. https://www.uco.es/~gt1tomam/master/gestion/velasco.pdf

Gunn, C. A. (2002). Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases. Routledge.

ICOMOS. (1999). Carta Internacional Sobre Turismo Cultural. Talactor. http://materiales.untrefvirtual.edu.ar/documentos_extras/1311_Turismo_y_patrimonio/unidad5/ICOMOS_Carta_Internacional_sobre_turismo_cultural.pdf

ICRTC. (2021). ICTRC departamentos 2021. https://cptur.org/publicaciones/F2PwTTCzH-Vl830Z

Index. (2018). City Index Results. https://www.digitalcityindex.com/m/city-index-results-Americas-m

Instituto Distrital de Turismo. (s.f). Consejo Consultivo Distrital de Turismo. https://www.idt.gov.co/es/consejo-consultivo-distrital-de-turismo#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20Consejo%20Consultivo,iniciativas%20locales%20del%20sector%20tur%-C3%ADstico

Instituto Distrital de Turismo. (s.f). Infraestructura. https://www.idt.gov.co/es/infraestructura-turistica

Instituto Distrital de Turismo. (2021). Estudio Percepción del Turista en Bogotá 2021. https://www.idt.gov.co/es/estudio-percepcion-del-turista-en-bogota-2021

Instituto Distrital de Turismo. (2022). Documento de Diagnostico e Identificación de Factores Estrategicos. https://www.idt.gov.co/sites/default/files/2.3.1.a.Politica-Publica-Distrital-de-Turismo.pdf

Jiménez, L. F. (2013). Cátedra teoría turistica. Maestría en Planificación y Gestión del Turismo. Universidad Externado de Colombia. Bogotá D.C, Colombia.

Ley 300. Ley general de Turismo (1996). https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634

Ley 1558. Ley por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo y la Ley 1101 de 2006. (10 de julio de 2012). https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48321

Ley 2068. Ley por la cual se modifica la Ley General de Turismo. (31 de diciembre de 2020). https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558

Ley 2199. Régimen Especial de la Región Metropolitana Bogotá-Cundinamarca. (8 de febrero de 2022). https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=179486

Ley 1801. Código Nacional de Policía y Convivencia. (29 de julio de 2016). https://www.policia.gov.co/sites/default/files/ley-1801-codigo-nacional-policia-convivencia.pdf

Ley 679. Estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores. (3 de agosto de 2001). https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=18309

Matus, C. (1987). Política, Planificación y Gobierno. Fundación Altadir. http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL001185.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú - MINCETUR. (2009). Ley General de Turismo. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/marco_general/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú – MINCETUR. (julio de 2016). PENTUR. Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f). ¿Qué es el Registro Nacional de Turismo? https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/registro-nacional-de-turismo/%C2%BFque-es-el-registro-nacional-de-turismo

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). Política de Turismo Sostenible: Unidos por la Naturaleza. https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/resumen-ejecutivo-politica-de-turismo-sostenible.aspx

Observatorio de Turismo. (2019). Estudio de percepción de turistas en Bogotá 2018. https://www.idt.gov.co/sites/default/files/pdfs%20observatorio/Estudio-de-Percepci%C3%B3n-de-Turistas-en-Bogot%C3%A1-2018.pdf

Observatorio de Turismo. (2020). Comparación de Prestadores de Servicios Turísticos 2019 vs 2020. https://www.idt.gov.co/sites/default/files/Informe%20Comparaci%C3%B3n%20Prestadores%20de%20Servicios%20Tur%C3%ADsticos%202019-2020%20DVO%20V1.pdf

Observatorio de Turismo. (2020). Viajeros 2019. https://www.idt.gov.co/sites/default/files/Investigaci%C3%B3n%20Viajeros%20en%20Bogot%C3%A1%202019%20DV%20V1.pdf

Observatorio de Turismo. (2020). Herramientas de Evaluación. https://www.idt.gov.co/sites/default/files/6.2.1.c.Herramientas-de-Evaluacion.pdf

Observatorio de Turismo. (2021). Informe de seguimiento al comportamiento. Registro Nacional de Turismo. Bogotá junio 2021. https://www.idt.gov.co/sites/default/files/Informe-Seguimiento-al-Comportamiento-Registro-Nacional-de-Turismo-Bogota-junio-2021_DVOV1.pdf

Observatorio de Turismo. (2021). Resultados Investigación Viajeros de Bogotá 2021. https://www.idt.gov.co/sites/default/files/Investigacion-Viajeros-en-Bogota-2021-MOV1.pdf

Organización Mundial del Turismo. (s.f). Desarrollo Sostenible. https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible

Organización Mundial del Turismo. (s.f). Desarrollo de Productos. https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos

Organización Mundial del Turismo. (1994). Demanda Turística. https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

Organización Mundial del Turismo. Destino Turístico. https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

Organización Mundial del Turismo. Excursionista. https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

Organización Mundial del Turismo. Turismo. https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%2C%20profesionales%200%20de%20negocios

Organización Mundial del Turismo. (2020). Turismo Urbano. https://www.unwto.org/es/turismo-urbano#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20OMT%2C%20el%20turismo,por%20constituir%20nodos%20de%20transporte

Organización Mundial del Turismo. (2014). Informe Global Sobre la Industria de Reuniones. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416103

Organización Mundial del Turismo. (2018). Exploring Health Tourism. https://etc-corpo-

rate.org/uploads/reports/2018-ETC-UNWTO-Exploring-Health-Tourism-Executive-Summary.pdf

Organización Mundial del Turismo. (2014). Informe Global sobre la Industria de Reuniones. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416103

Organización Mundial del Turismo. (2022). Industria Turística. https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

Plan de Desarrollo Distrital (11 de junio de 2020). https://bogota.gov.co/yo-participo/plan-desarrollo-claudia-lopez-2020-2024/

PNUD. (s.f). ¿Qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible? https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals

PROCOLOMBIA. (s.f). Datos a tener en cuenta para hacer turismo sostenible en Colombia. https://colombia.travel/es/blog/datos-tener-en-cuenta-para-hacer-turismo-sostenible-en-colombia#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20UNESCO%2C%20el%20turismo,con%20alto%20flujo%20de%20turistas.

SEGITTUR. (s.f). Red DTI. https://www.destinosinteligentes.es/que-es/

SEGITTUR. (s.f). Destinos Turísticos Inteligentes. https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/proyectos-destinos/destinos-turisticos-inteligentes/#:~:text=La%20transformaci%C3%B3n%20en%20un%20Destino,identificaci%C3%B3n%20y%20creaci%C3%B3n%20de%20otros

Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (2019). Encuesta Bienal de culturas 2019. https://www.culturaciudadana.gov.co/observatorio/publicaciones/ebc/encuesta-bienal-de-culturas-2019

Secretaría Distrital de Ambiente. (s.f). Estructura Ecológica Principal. https://www.ambientebogota.gov.co/estructura-ecologica-principal#:~:text=La%20Estructura%20Ecol%C3%B3gica%20Principal%20comprende,los%20ecosistemas%20que%20hacen%20parte

Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia. (2021). Seguridad y Mujer en Bogotá. Aproximación a la situación de seguridad de las mujeres en Bogotá a partir del análisis de las cifras de delitos y violencias. https://scj.gov.co/sites/default/files/documentos_oaiee/bolet%C3%ADn%20mujer.pdf

Socatelli, M. (2020). Fundamentos del Desarrollo Regenerativo y el Turismo Regenerativo. https://uci.ac.cr/articulos/fundamentos-desarrollo-regenerativo-turismo-regenerativo/

UNWTO. (2002). Ecoturismo y áreas protegidas. https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas

Varisco, C. (2013). Sistema Turístico. Subsistemas, Dimensiones y Conceptos Transdisciplinarios. Universidad Nacional de Mar del Plata. http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2208/1/varisco.2013.pdf

Villar, A. (2011). Políticas Públicas en Turismo. Desarrollo y gestión de destinos turísticos. Políticas y estrategias. (pp. 51-73). Universidad Nacional de Quilmes.

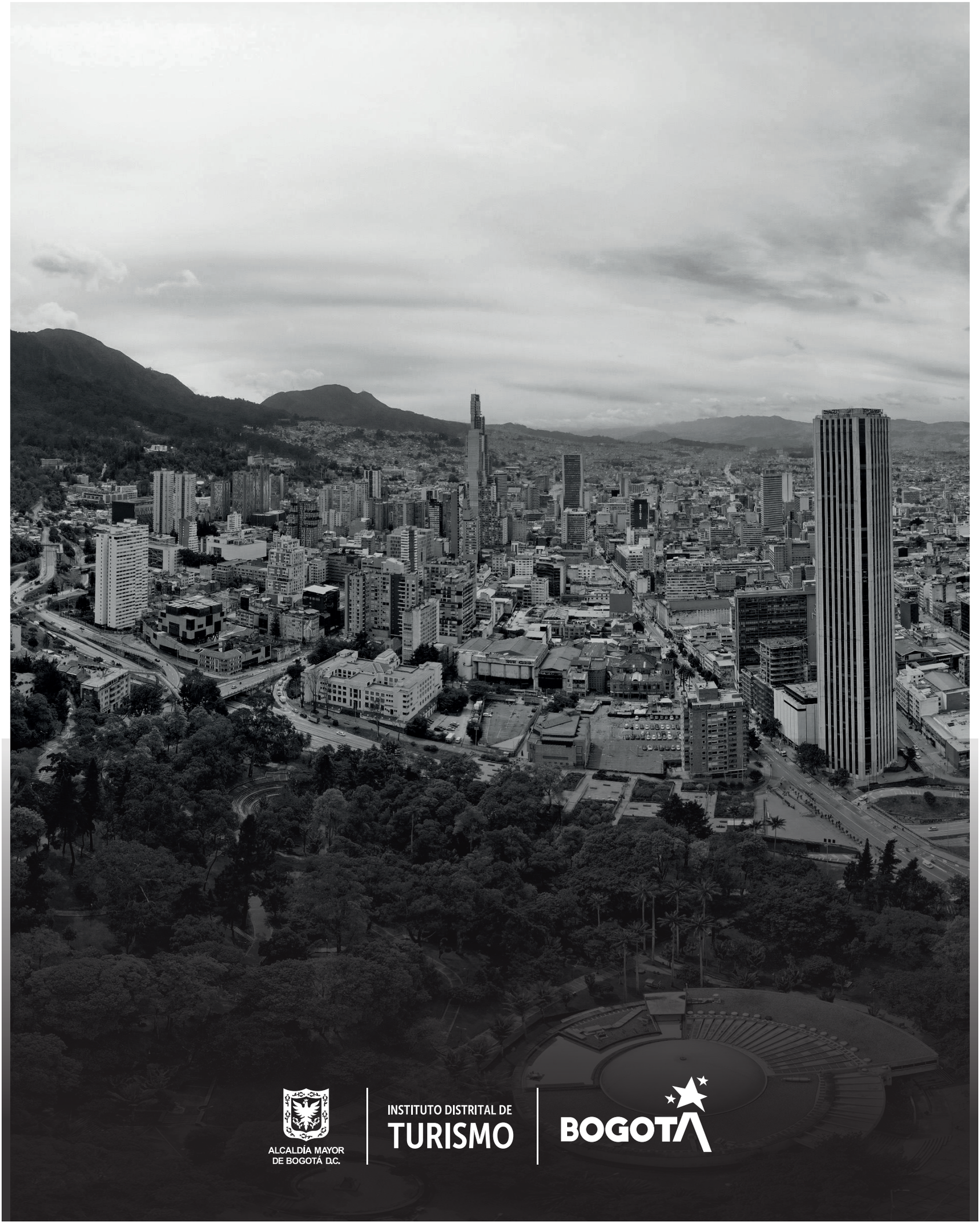
Zhao, Cao y Liu. (2009). The Reconfiguration of Tourism Value Chain Based on E-Commerce. International Conference on Management of e-Commerce and e-Government, IEE Computer Society.

Agradecimientos

La Política Pública Distrital de Turismo de Bogotá D.C, responde a la necesidad de identificar y solucionar problemas asociados al Sistema Distrital de Turismo, los cuales impiden que el Turismo se desarrolle de manera sostenible, responsable e incluyente en Bogotá-región.

Todos estos años de trabajo no habrían podido culminar, de esta exitosa manera, sin el acompañamiento y apoyo de las comunidades indígenas de Bogotá D.C, las comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras, las Personas Mayores, los sectores LGBTI, las Personas con Discapacidad, las Mujeres, la Comunidad Académica de Turismo, los Guías de Turismo, las Víctimas, Excombatientes y Constructores de Paz y comunidad residente de las 20 localidades de Bogotá.

Agradecemos especialmente a Karol Fajardo Mariño, exdirectora general del IDT, con quien este proyecto dio inicio, a toda la comunidad de Servidores Públicos del Instituto Distrital de Turismo y a, Guillermo Barrera, Germán García y a Paula Echeverri Montes, quienes hicieron parte del equipo investigador y desde sus distintas miradas interinstitucionales, ayudaron a dar bases y forma a la Política Pública Distrital de Turismo: Bogotá Destino Sostenible, Inteligente, Responsable e Incluyente.


ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO
BOGOTÁ