INTRODUCCIÓN

El turismo 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), aportó el 1,9% del PIB de la ciudad (DANE,2021), dinamizando igualmente otros sectores asociados a la cadena de valor, tales como el transporte, la alimentación y bebidas, entre otros. Igualmente, durante 2020 contribuyó a la generación de más de 199.857 empleos, una cifra menor a los 240.070 registrados en 2019 (a causa de la pandemia). Igualmente, cabe señalar que, el turismo es un factor de desarrollo social y territorial, que permite la participación y construcción conjunta de tejido social, a través de actividades de la cadena del valor del turismo, que logran mejorar la calidad de vida de las personas y construir comunidad.

Teniendo en cuenta la importancia de este sector para el desarrollo económico y social de la ciudad, desde 1978 (con la creación del Instituto Distrital de Cultura y Turismo –IDCT) existen instituciones distritales orientadas a la promoción de actividades turísticas y desde 2006 se cuenta con el Instituto Distrital de Turismo, como autoridad distrital en materia de turismo, en el marco de un sector administrativo orientado al desarrollo económico. Desde su creación el Sector de Desarrollo Económico, Industria y Turismo fue creando un marco normativo y de acción pública a nivel distrital orientado a formular políticas sectoriales en materia de desarrollo económico, y de forma específica del turismo (Acuerdo Distrital 305 de 2007, derogado por el Acuerdo Distrital 720 de 2018), el cual fue acompañado de un esfuerzo previo de Política Distrital de Turismo adoptada mediante Decreto Distrital 327 de 2008, que fue derogado por Acuerdo 720 de 2018.

El Acuerdo Distrital 720 de 2018, estableció en su artículo 3º los siguientes lineamientos estratégicos para la formulación de la política pública de turismo:

- Gobernanza participativa. Lograr un reconocimiento institucional de Bogotá como destino turístico cultural, como uno de los factores de desarrollo de la capital.
- Turismo Inteligente. Hacer de Bogotá un centro de pensamiento y desarrollo del turismo.
- Destino auténtico, innovador y sostenible. Promover a Bogotá como un destino de productos auténticos e innovadores y servicios de excelencia para los turistas
- Posicionamiento del destino. Posicionar a Bogotá como destino turístico reconocido nacional e internacionalmente por sus ofertas cualificadas en función de los mercados de interés.
- Red de información turística. Propiciar el fortalecimiento de la información turística de la ciudad, que permita visibilizar a Bogotá como un destino cautivador.

Reconociendo la importancia de materializar estos lineamientos mediante un ejercicio de formulación ceñido a las disposiciones distritales en la materia, el Plan de Desarrollo Distrital 2020-2024: Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI expresa en su Art. 15 – Programa 26 el propósito

de adelantar "*la formulación de la Política Pública Distrital de Turismo que revitalice el sector, oriente el modelo de desarrollo turístico sostenible; propone la construcción e intervención de infraestructura turística, la implementación de un plan de promoción y mercadeo para el posicionamiento de la ciudad y la ejecución de acciones estratégicas que hacen de Bogotá un destino atractivo a nivel nacional e internacional, que impacta positivamente el desarrollo económico de la ciudad*".

En este marco, el proceso de formulación de la política pública de turismo, el cual inició en 2016, mediante la suscripción de un contrato entre el Instituto Distrital de Turismo y la Universidad de los Andes, orientado a la construcción de los lineamientos para la formulación de la política. Posteriormente, se realizaron ajustes mediante otros procesos contractuales, con el fin de adaptarlos a los lineamientos de la guía de formulación de políticas públicas en el distrito.

Debido a los inconvenientes para la efectiva culminación de la fase de agenda pública en 2019, se evidenció la necesidad de adaptar el proceso, ante el impacto de la pandemia en el sector turismo en el 2020 y 2021, y el cambio en los elementos de contexto del orden político, económico y social, que han reconfigurado 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 comporte un esquema complementario de participación, la renovación del análisis problemático, la reestructuración de los programáticos, entre otros aspectos.

Como parte de esta nueva etapa del proceso se ha definido 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 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. Igualmente, ha limitado la capacidad de acción frente a patologías sociales contrarias al turismo responsable, tales como la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes, la segregación social, discriminación, entre otros aspectos.

Entender el turismo como un sistema, compuesto por múltiples determinantes de carácter sectorial, territorial y poblacional, 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 este entendido, 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 adecuada gobernanza del sistema turístico, en cabeza de la Alcaldía Mayor, es un propósito de ciudad, que supera las lógicas de gobierno y que se constituye como uno de los principales retos para generar turismo sostenible, desarrollo económico, social y ambiental. Igualmente, una adecuada gobernanza contribuye al propósito de constituir un modelo territorial entorno a la Bogotá región, mediante la gestión integrada de productos regionales, permitiendo impactos positivos para Bogotá metropolitana. De esta manera, la política pública de turismo proyecta un horizonte de acción a 10 años.

El distrito capital nunca ha contado con una política pública en materia de turismo, que contenga una estructura programática y un plan de acción que articule diferentes proyectos, acciones e inversiones de entidades distritales. Pese a que el Acuerdo 720 de 2018 del Concejo de Bogotá, dictamina los lineamientos

estratégicos para la formulación de la política pública de turismo, a la fecha no se ha culminado el procedimiento establecido por el CONPES distrital.

De otro lado, al analizar el inventario de políticas públicas distritales, se identificaron 10 políticas relacionadas con el sector turismo. Sin embargo, luego de estudiar su estructura programática, se determina 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 el Decreto 664 de 2011, reglamenta el Plan Maestro del Turismo, el cual determina aspectos relacionados con norma urbana y rural en materia turística, no se puede catalogar como una política pública, toda vez que no articula acciones interinstitucionales y su ámbito de aplicación ha perdido vigencia en función de la nueva normatividad y será obsoleto cuando se expida en nuevo Plan de Ordenamiento Territorial.

Para el fortalecimiento del sistema turístico distrital, se ha identificado como prioritario que distintos sectores distritales concerten y 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, 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 turísticos, 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 e 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 y operadores 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.

Bajo este contexto, el presente documento tiene como objetivo desarrollar el diagnóstico e identificación de factores estratégicos como principal base para la formulación de la política pública distrital de turismo, atendiendo a los lineamientos de la Guía de Formulación de Políticas Públicas de Bogotá[1].

Para tal fin, el documento se divide en trece grandes capítulos. En el primero denominado “Marco conceptual o teórico” busca caracterizar los distintos conceptos y teorías que guían el diagnóstico de la situación problemática de la política y que permiten entender las categorías que son desarrolladas a lo largo del documento. El capítulo se divide en tres grandes partes: la primera aborda los conceptos de turismo, tomando como principal base las definiciones oficiales de la Organización Mundial del Turismo. La segunda detalla las características y dimensiones del Destino Turístico Inteligente, concepto que hace parte de la

[1] La última versión puede consultarse en la página: https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/planeacion/guia_para_la_formulacion_de_politicas_publicas_del_distrito_capital.pdf

teoría del cambio de la política. En el tercer apartado se describe el Sistema Distrital de Turismo. Finalmente, se caracteriza la sostenibilidad turística, que también es parte de la teoría del cambio de la política.

En el segundo capítulo "Información cuantitativa y cualitativa referente a las variables, fenómenos y eventos que configuran la situación particular de la problemática en estudio" se detalla la información cualitativa y cuantitativa relacionada con el turismo en Bogotá, buscando dimensionar las situaciones que dan origen al problema socialmente relevante que interviene la política. Para ello, se analizan cada uno de los subsistemas del sistema distrital de turismo: recursos e infraestructura, social, ambiental, industria, cultural, inteligencia, gobernanza.

En el tercer capítulo "estrategia de participación ciudadana" se señalan las bases del esquema de participación ciudadana en el marco del proceso de formulación de la política pública de turismo. El capítulo se estructura en seis grandes apartados. En primer lugar, se establecen algunos antecedentes del proceso, seguidamente se expone la estructura. En tercer lugar, se presentan los resultados preliminares de la identificación de actores. En cuarto lugar, el Cronograma, mecanismos de difusión y convocatoria. En quinto lugar, se establecen algunas líneas generales de los mecanismos. En el sexto apartado se caracteriza la metodología de los eventos de participación.

En el cuarto capítulo "Resultados de la información obtenida del proceso de participación" se presenta el detalle de los resultados del esquema de participación, relacionando ls aspectos diagnósticos del sistema distrital de turismo y los aportes a las acciones que debe contener la política.

En el quinto capítulo "Identificación y descripción de puntos críticos" tiene como fin la descripción de los aspectos que inciden de manera determinante en la configuración del problema y que requieren intervención a través de la política, para lo cual se toma como base parte de la metodología de Planeación Estratégica Situacional, desarrollada por Carlos Matus (1985). Este capítulo se divide en cinco grandes apartados: innovación, sostenibilidad, tecnología, accesibilidad, gobernanza y desarrollo socio territorial.

En el sexto capítulo "Tendencias y/o buenas prácticas" se desarrolla un estudio comparado de buenas prácticas en las políticas públicas y la promoción del turismo de los casos de estudio. Las ciudades que se han tomado como muestra son: Buenos Aires, Ciudad de México, Lima, Ciudad de Panamá, Quito, Santiago y Barcelona. El capítulo se divide en tres partes, en la primera se caracteriza el método comparado, seguidamente se exponen los casos de las ciudades anteriormente señaladas y finalmente, se señalan los elementos comunes entre los casos estudiados, que se consideran buenas prácticas en materia de políticas públicas de turismo.

En el séptimo capítulo "Análisis del marco jurídico" se realiza una síntesis de la principal normatividad del sector, segmentada en tres apartados: lo internacional, lo nacional y lo distrital.

En el octavo capítulo "Abordaje de enfoques de derechos humanos, género, diferencial, territorial y ambiental" se analizan las perspectivas poblacionales, territoriales y de derechos, que configuran la mirada diferencial al sector turismo. El capítulo se divide en tres grandes apartados. En el primero, se aborda el enfoque de derechos humanos, haciendo énfasis en el turismo como derecho humano asociado al ocio y de otro lado, la prevención de la Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes. En el segundo, se aborda el enfoque territorial, en clave de la perspectiva ciudad-región global, perspectiva rural y la perspectiva

local. En el tercero, se aborda el enfoque poblacional-diferencial, haciendo énfasis en personas con discapacidad, pueblos indígenas, comunidades NARP (negros, afrocolombianos, raizales y palenqueros), sectores LGBTI y mujeres.

En el noveno capítulo "Análisis de instrumentos de política pública vigentes" se busca caracterizar y analizar diversos tipos de instrumentos de planeación relacionados con turismo. Se parten de los lineamientos internacionales, derivados especialmente de las recomendaciones de la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, posteriormente se abordan las políticas nacionales recogidas en documentos CONPES, luego se analizar el proyecto de Plan de Ordenamiento Territorial, posteriormente las políticas públicas distritales, seguidamente el Plan de Desarrollo Distrital "Un nuevo Contrato Social y Ambiental para-Bogotá" y finalmente los planes maestros.

En el décimo capítulo se presentan los factores estratégicos identificados, haciendo hincapié en las dinámicas de la ciudad que pueden potenciar su consolidación como destino

En el apartado décimo primero se analizan los distintos actores del sector turismo en el distrito, abordando las características de los actores más relevantes y señalando algunos temas de controversia.

En el décimo segundo capítulo se presenta la estructura preliminar de la política, donde se desarrolla el objetivo general y especifico preliminarmente definido para la política.

1. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO

1.1 Conceptos de turismo.

Para abordar el turismo y de los temas a tratar es importante aproximarse al concepto y sus diferentes características que permitan identificar y analizar mejor su funcionamiento y las diversas problemáticas que inciden en el mismo. A continuación, se señalan distintos tipos de turismo, cuyos conceptos complementarios son desarrollados a lo largo del texto y en particular, en el capítulo 1.

<u>Sujetos del turismo</u>

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.

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).

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)

Fenómenos del turismo en el territorio

Masificación turística

La masificación es el tránsito masivo de turistas en un delimitado territorio. Este fenómeno tiene impactos negativos si no se genera un uso adecuado y racional de los recursos del territorio. Dentro de los impactos más relevantes se encuentran: afectación al equilibrio ambiental, saturación de los recursos disponibles, ampliación de ofertas receptivas a niveles injustificados, generación de anomia y disfunciones sociales, degradación de valores y ejes históricos, entre otros.

> "Es una realidad, que la masificación del turismo contribuye a crear intensas concentraciones de turismo en espacios limitados. Produciendo inseguridad social, ante la situación de desconfianza que causa la llegada de numerosos visitantes, atraídos por motivaciones extrañas. Causa el aumento hasta lo indeseable del ruido y el tumulto, generando problemas contra el descanso y el sueño. Multiplica las dificultades del tráfico, lo que conlleva contaminación, imposibilidad de aparcamiento y consumo excesivo de combustible. Eleva de modo exagerado los costes de la vida de las poblaciones receptoras, que se ven forzadas a vivir en condiciones injustas. Impulsa estándares de densificación inadecuados para el logro de una convivencia normal. Deteriora la imagen de la ciudad, del perfil simbólico de los recursos turísticos y sobre todo de la apariencia cultural y social, proyectando una mala calidad de vida. Aumenta

la presión sobre los recursos, complicando su conservación y simbolismo" (Figuerola, 2018, p23)

Concentración del turismo

El despliegue territorial del turismo en áreas urbanas indica que existe una "selectividad espacial" en la cual se generan espacios de fuerte concentración de actividades turísticas y otras que debido a su cáracter (zonas especialmente residenciales) no cuentan con ellas. En estas zonas turísticas existen las condiciones (existencias de planta turística, oferta de servicios complementarios, atractivos turísticos) para atraer y concentrar turistas. Esto se traduce, con una adecuada gestión, en amplios beneficios económicos y sociales para el destino.

En las zonas donde existe una alta concentración de turismo, ocurre recurrentemente un proceso de *transformación del espacio urbano que supone el vuelco del entramado socioeconómico, simbólico y funcional local hacia el turismo.* Este proceso se conoce como "turistificación", en el cual las comunidades receptoras generan dinámicas de acción colectiva en oposición al turismo. (De la Calle, Ferreiro, Mendoza, 2018), Igualmente, una inadecuada gestión de las zonas de concentración turística, facilita fenómenos negativos como la saturación o hiperfrecuentación de espacios públicos.

Tipos de turismo

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.

El turismo cultural no sólo se ha visto favorecido por las tendencias del consumo cultural, a las que Colombia como país y Bogotá como ciudad, no escapan, estas se relacionan con la creciente oferta de atracciones y acontecimientos culturales en la "moderna economía de la experiencia, que ha sido especialmente rica en zonas urbanas". (Richards, 2001, p.9).

En el contexto nacional, la política de turismo cultural pretende elevar los beneficios de la actividad turística y desarrollarla desde la apropiación del patrimonio, el fortalecimiento de su competitividad y su productividad. Para esto, centra la atención en la identidad y competitividad del patrimonio, mediante la formalización, fortalecimiento y conservación de elementos socioculturales, que incluyen representaciones artísticas, gastronómicas, artesanales, arquitectónicas e históricas. En el caso de Colombia esto le permitiría convertirse en un destino de turismo cultural, dada la diversidad y riqueza de sus expresiones en este campo, generadoras de dinámicas de desarrollo local, por su asociación con cadenas productivas sostenibles que dan realce al patrimonio e identidad a las regiones.

Por lo demás, la investigación internacional de mercados para la región de América (Fontur, 2012, pp. 167-170) encuentra en el turismo cultural una oportunidad de desarrollo por su amplia segmentación y la posibilidad de estructurar productos asociados a las expectativas y motivaciones de la demanda internacional, en especial de los segmentos joven y adulto joven. Tales motivaciones se focalizan en la riqueza cultural, la diversión y el disfrute de experiencias.

En el plan de desarrollo "Bogotá Mejor para Todos", se consideró la necesidad de fortalecer la oferta de patrimonio cultural, incluido el religioso; especializar y difundir la oferta gastronómica, el legado literario e idiomático; valorar la cultura muisca e integrar este patrimonio con actividades recreativas, deportivas y culturales (artes plásticas, teatro, danza, conciertos y festivales, etc.).

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).

Los productos turísticos basados en las industrias creativas son la nueva tendencia que se está desarrollando por parte de los promotores turísticos para explotar una nueva veta de destinos, señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2015).

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. Se busca impulsar interacciones de distinta índole: en materia educativa, emocional, social y participativa entre el turista y la cultura y la gente del lugar que visita, en forma tal que el turista llegue a sentirse como un local. Para esto, se requiere que los gestores turísticos se involucren y reconozcan la creatividad como un recurso que provee nuevas oportunidades para satisfacer los intereses de los turistas. De esta manera, el turismo creativo es un viaje hacia un aprendizaje participativo y experiencial en las artes, el patrimonio o las vivencias locales.

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).

La mayoría de los sitios naturales donde se presentan potencialidades para el desarrollo de un turismo de naturaleza, llámese senderismo, ecoturismo, aviturismo, entre otras formas, suelen ser áreas protegidas lo que implica mantener y observar el principio de conservación (ICOMOS, 2014).

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), en la política de turismo de naturaleza y en el respectivo plan de negocios, enfatiza la apreciación de la naturaleza (MinCIT, 2012) y registra como motivaciones principales la realización de actividades recreativas, deportivas y de esparcimiento, así como la observación, conocimiento e interpretación de los valores del entorno y la necesidad de preservarlos.

Para Bogotá, este tipo de turismo incluye el ecoturismo, el turismo rural, avistamiento de aves, senderismo y biSITURismo, en áreas del Sistema Distrital de Áreas Protegidas- cerros orientales, parques metropolitanos, humedales, río Bogotá, cerro de Monserrate y lugares de la región aledaña, con complementariedad y singergias importantes con el turismo cultural, el turismo científico y el turismo de bienestar.

Turismo de Negocios, Reuniones (MICE) y agenda cultural

Según el informe global sobre la industria de reuniones (Organización Mundial del Turismo, 2014), “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” (p.10). Al respecto afirma en este contexto el Secretario General de la Organización Mundial del Turismo que "Los viajes y el turismo ya no son sólo una cuestión de producto, sino que es una compilación de elementos que da lugar a experiencias turísticas para el viajero". Además, señaló dos aspectos: primero, quienes viajan por negocios, si no es por razones profesionales, quizás no visitarían determinados destinos; y segundo la realización de las reuniones, en algunos casos, puede contribuir a la ocupación en temporadas bajas y la recompra al destino por otras motivaciones.

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, aprende acerca de la temática, disfruta de actividades culturales, comparte experiencias y conocimientos. Buena parte de los turistas y viajeros de negocios viajan financiados por sus organizaciones públicas o privadas, lo cual les facilita efectuar un alto gasto turístico, participan de los viajes pre evento o post evento, por lo que se trata de un turismo rentable. Por lo general, los eventos profesionales se programan en temporadas bajas del lugar de destino, mientras que eventos como festivales se llevan a cabo en temporadas de vacaciones como actividades complementarias que enriquecen el destino.(ACS – AEC, 2017)

El análisis del turismo de eventos y negocios muestra que esta actividad tiende a generar niveles altos de vinculación de mano de obra y de agentes locales, como los organizadores profesionales de eventos y logística, las asociaciones especializadas, así como universidades y entidades públicas. Adicionalmente, intervienen burós de convenciones que agrupan diversos prestadores de servicios turísticos, artesanos, empresas de transporte, guianza especializada e información. Para 2019, el 51,9% de las reuniones del país (coporativas, congresos de asociaciones, ferias o exposiciones, programas de incentivos, seminarios y otras reuniones) se realizaron en Bogotá, lo que resaltar la importancia de este tipo de turismo para la ciudad. (Procolombia, 2019). Igualmente, cabe señalar que este tipo de turismo es beneficiado por las dinámicas del segmento de eventos SMERF (sociales/bodas, militares, educativos, fraternales).

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. Los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios" (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 spiritual 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.

Este sector está compuesto por cuatro categorías: medicina curativa, preventiva, estética y bienestar. Técnicamente, el término "turismo de salud" es el apropiado ya que el "turismo médico" incluye otros procedimientos como los estéticos, odontológicos o similares También pueden tener un objetivo terapéutico ofrecidos en los balnearios o atención sanitaria privada a domicilio. Estos desplazamientos por la diferencia de renta per cápita, seguridad, transporte público o la calidad de la sanidad pública en los destinos buscados.

El turismo de salud se define de dos maneras, puede ser doméstico, dentro de su país de origen, o internacional si sale de éste. Asimismo, cuenta con tres subclasificaciones, las cuales son:

i. Turismo médico. Se refiere a todo tipo de cirugías y tratamientos médicos a los que son sometidos los viajeros.
ii. Turismo de Bienestar o Wellness. Se refiere a todo lo relacionado para el bienestar, relajamiento personal y mantenimiento de la salud, por ejemplo, un spa.
iii. Turismo de medicina complementaria. Cada vez va tiene más impacto a nivel mundial, tanto que las cifras de personas interesadas en hacer investigación científica para respaldar esta medicina van en aumento. (UIC, 2020)

1.2 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]

Una clase especial de sistemas complejos tienen una estructura y componentes que influyen y se ven influenciados por su entorno y sus interacciones entre componentes y entorno son de manera dinámica. 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 entorno y este mismo influye en las conductas o en cómo estos mismos actores se relacionan. (Baggio, SF)

[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 las concepciones teóricas sobre sistema turistico. (véase anexo 1)

Una característica de la mayoría de sistemas complejos es que los elementos que la componen interactúan entre sí en forma de redes. En muchos casos, estas interacciones conducen a comportamientos globales que no son observables a nivel individual. Las propiedades colectivas de estos sistemas compuestos por un gran número de partes interconectadas en redes están influenciadas por la topología de la red de conexión. Algunos de los aspectos que definen que un destino es un sistema complejo son:

1. **Auto-organización y auto-similitud:** Se caracteriza por la organización de diferentes estructuras que funcionan para hacerle frente a diferentes estímulos que presente el entorno. La auto similitud tiene que ver con que el comportamiento futuro depende del pasado. Los sistemas complejos tienen una historia.

2. **Robustez y resiliencia:** Es la capacidad de absorción del sistema turístico a factores externos que podrían colapsarlo o derrumbarlo, y que sin embargo no logran afectarlo gravemente. Es decir, puede hacerles frente a los impulsos externos sin verse altamente afectada y seguir evolucionando en el camino. (Baggio, SF)

Figura 1 Sistema distrital de turismo

A continuación, se caracterizan cada uno de los subsistemas.

1.2.1 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.

La relación oferta-demanda está asociada a:

-La demanda: es el número de personas que viajan o desean viajar para 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 la misma demanda, mediante el uso de técnicas cualitativas y cuantitativas. (Gunn, 2002)

-La oferta: es el conjunto de bienes y servicios puestos en el mercado. La oferta se clasifica en primordial (recursos turísticos) y complementaria (empresas que componen el equipamiento turístico). (Varisco, 2013)

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

El desarrollo del lado de la oferta del turismo está influenciado por variables externas como:

- **Recursos naturales:** hace alusión a cinco características naturales básicas; agua, topografía, vegetación, fauna y clima, y se resalta su conservación por parte de patrocinadores.

- **Recursos culturales:** prehistóricos, sitios históricos, lugares de etnicidad, saber, educación, industrias, centros comerciales, centros profesionales, lugares para artes

escénicas, museos, galerías; y sitios para el entretenimiento, la salud, los deportes y la religión.

- **Emprendimiento:** Los emprendedores son un elemento que influencia el funcionamiento del sistema turístico ya que estos son los encargados de visualizar oportunidades para nuevos desarrollos.
- **Finanzas:** el respaldo financiero público y privado es un factor importante para el desarrollo del sector.
- **Trabajo:** La disponibilidad y grado de cualificación de trabajadores en un área tiene una influencia considerable en el desarrollo del turismo.
- **Competencia:** Que tan competente es un lugar para tener una oferta turística, esto debe ser tenido en cuenta antes de pensar tener dicha oferta.
- **Comunidad:** La actitud de la comunidad hacia el turismo es un factor que influye en el desarrollo turístico.
- **Políticas gubernamentales:** Los requisitos legales desde el nivel local hasta el estatal pueden fomentar u obstaculizar el desarrollo del turismo.
- Liderazgo de la organización: son elementos esenciales para la implementación y la materialización de los planes en cada zona turística.(Gunn, 2002)

De otro lado, las empresas y organizaciones que hacen parte de la oferta turística pueden agruparse así:

- Viaje: incluyendo agentes de viaje, operadores turísticos, aerolíneas, compañías de cruceros, compañías de autobuses, ferrocarriles, taxis, guías turísticos, mensajeros, personal de reservas y ventas.
- Alojamiento, catering y servicios relacionados a turistas: Hoteles con todo su personal, desde recepcionistas hasta camareras, chefs, cocineros, personal del bar, porteros, personal de caravanas y campamentos, empresas de autoservicio, restaurantes y cafés.
- Instalaciones de ocio y entretenimiento: Estos abarcan teatros, museos, galerías de arte, parques de diversiones y temáticos, zoológicos, parques de vida silvestre, centros deportivos, jardines, casas históricas, parques rurales, cines.

- Organizaciones turísticas: cuyo objetivo es comercializar, monitorear la calidad, desarrollo de la región turística. Estos abarcan desde organizaciones turísticas nacionales, regionales hasta personal de los centros locales de información turística. (Lavery, 1987)

1.2.2 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.

En el sector público se encuentran las organizaciones gubernamentales directamente relacionadas con el sector turismo, desde el nivel nacional, departamental y municipal (distrital en el caso de Bogotá). Igualmente, las entidades públicas que están inmersas en ámbitos de intervención estatal relacionados con el turismo, tales como cultura, ambiente, entre otros.

En el sector privado están los prestadores de servicios turísticos, tales como: parques de diversiones, hoteles, hostales, agencias de viaje, empresas de transportes, guías de turismo, cajas de compensación, empresas de tiempo compartido, establecimientos de gastronomía, oficinas de representación turística, operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, entre otros, Igualmente, los gremios y otras formas asociativas entre prestadores de servicios, hacen parte integral del sector privado.

En el tercer sector, se encuentran aquellas organizaciones no gubernamentales y sin fines de lucro, que fomentan el desarrollo de la sociedad y que promueven agendas en temas como el medio ambiente, la cultura, el fortalecimiento del tejido social, entre otros.

De esta forma, 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)

Finalmente, cabe señalar que las instancias y mecanismos de participación son el escenario de encuentro y coordinación entre estas tres instituciones, 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.

En el segundo elemento de la gobernanza, se encuentra el compendio de normas formales e informales que 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. De otro lado, existen normas informales, relacionadas especialmente con temas culturales, que normalizan comportamientos individuales y colectivos.

Sobre el tercer elemento de la gobernanza, relacionado con las políticas es importante mencionar 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, p56). Este elemento se constituye como una de las entradas del sistema, pues lineamiento de otros sector u ámbitos de intervención estatal configuran determinados aspectos del sector turismo y se constituyen como un punto de análisis obligatorio para determinar la dinámica del sistema de turismo.

1.2.3 Recursos e infraestructura

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

Infraestructura

La infraestructura turística está constitutida por los elementos que permiten a los turistas llegar, permanecer y desarrollar actividades de turismo en un determinado destino. Para Bullon (2004), existen 4 categorias de infraestructura, que a su vez se discriminan en tipos y subtipos, tal como se evidencia a continuación:

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Transporte	Terrestre	Red de carreteras
		Servicios para el automotor(Talleres mecánicos, gasolineras)
		Servicios para el turista (Sanitarios, cafeterías, restaurantes)
		Señalización
		Servicio de transporte
		Terminales autobuses
		Red ferroviaria
		Terminales ferroviales
		Red de calles
	Aéreo	Servicios aéreos
		Terminales
	Acuáticos	Marítimo
		Servicio de transporte
		Terminales
		Fluvial y lacustre
		Servicio de transporte
		Terminales
Comunicaciones	Postales	
	Telegráficas	
	Télex	
	Telefónicas	
Sanidad	Red de agua	
	Red de desagües	Aguas negras
		Pluvial
	Recolección de basura	
	Salud	Primeros Auxilios
		Hospitalización
Energía	Red eléctrica	Alumbrado publico
		Servicios domiciliarios
	Combustible	Gasolina

TABLA 1 COMPOSICIÓN PLANTA TURÍSTICA. FUENTE: ADAPTADO DE MERO (2015)3

Los equipamientos son el conjunto de empresas e instalaciones que, en un destino, que posibilitan la oferta de servicios turisticos en sectores como el alojamiento, la alimentación, la diversión, entre otros. A continuación, se exponen las categorias y tipos[4]:

CATEGORÍA	TIPO
Alojamiento	Hoteles
	Moteles
	Hosterías y posadas
	Pensiones
	Aparthoteles
	Condominios(unidades o conjunto)
	Casas (unidades o barrio)
	Cabañas
	Albergues
	Trailerparks
	Campings
	Camas de casa de familia
Alimentación	Restaurantes
	Cafeterías
	Kioscos
	Comedores típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, etc.)
Esparcimiento	Nights Clubs
	Discotecas
	Bares
	Casinos
	Cines y teatros
	Otros espectáculos púbicos (toros, riñas da gallo, rodeo, etc.)
	Clubes deportivos
	Parques temáticos
otros servicios	Agencia de viajes
	Información
	Guías
	Comercio
	Cambios de moneda
	Centro de convenciones
	Transportes turísticos
	Primeros auxilios
	Guarderías
	Estacionamiento

TABLA 2COMPOSICIÓN EQUIPAMIENTOS. FUENTE: ADAPTADO DE MERO (2015)[5]

[3] En los últimos años la infraestructura digital, redes y cableado, se han visibilizado como parte de la infraestructura de comunicaciones.
[4] Cabe anotar que para estas clasificaciones en Colombia y en Bogotá, aplicará la ley 300 de 1996 y sus leyes modificatorias en las que se reglamente los prestadores de servicios turísticos y sus derivados.
[5] Para el caso de la alimentación, para Bogotá aplica el decreto de Alimentos y Bebidas (Decreto 343 de 2021).

Las instalaciones son las construcciones que facilitan el desarrollo de las actividades turisticas. Estas son clasificadas de la siguiente forma:

CATEGORÍA	TIPO
De agua y Playa	Marinas
	Espigones
	Muelles
	Palapas, Quincho o ramadas
	Carpas o tiendas
	Sombrilla
	Reposeras
	Observación Submarina
De Montaña	Miradores
	Circuitos de Sendero
	Refugios
	Funiculares
	Teleféricos
	Sky Lift
	Poma lift
Generales	Piscinas
	Vestuarios
	Juegos infantiles
	Golf
	Tenis
	Otros deportes
	Pasarelas, puentes

TABLA 3 COMPOSICIÓN INSTALACIONES. FUENTE: ADAPTADO DE MERO (2015)

Los atractivos turisticos son definidos por la Organización Mundial del Turismo como:

> "Todos aquellos bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las actividades de la demanda, y plantea que, un recurso turístico constituye la existencia de un conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda " (Organización Mundial del Turismo, SF, P197).

Por su parte, la definición de recursos está asociada a "todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda" (Sancho,1998)

Para el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2010) los recursos y atractivos turisticos se clasifican en dos grandes grupos: patrimonio cultural y sitios naturales. El patrimonio cultural a su vez contempla los patrimonios materiales, inmaterial y grupos de especial interes. A continuación, se señala su definición:

- Patrimonio Cultural: Se define como el conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales, que se encuentra en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades. Dichos bienes y manifestaciones se constituyen en valores que conforman sentidos y lazos de permanencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano.
- Patrimonio Material: se caracteriza por tener un cuerpo físico que puede ser dimensionado y percibido sensorialmente. Está constituido por el territorio geográfico con sus recursos ambientales y naturales como hábitat humano; los hechos construidos, las manifestaciones físicas de la estructura productora y de los procesos de poblamiento; los sistemas de transporte y las obras de infraestructura como vías, caminos y puentes, entre otros; y todo el universo de herramientas, utensilios, máquinas y demás objetos que apoyan la vida productiva y cotidiana de los seres humanos. se agrupa en dos grandes áreas, la inmueble y la mueble.
- Patrimonio Inmaterial: Comprende las tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales y actos festivos, el conocimiento y prácticas sobre la naturaleza y el universo; y expresiones artísticas, entre otras, que continuamente se están recreando en la sociedad y reproduciendo generacionalmente. Estas manifestaciones pueden agruparse bajo la denominación de folklore (entendido como la sabiduría del pueblo) y deben ajustarse a ciertas características, como lo son: la colectividad, tradición, anonimato, espontaneidad y popularidad.

- Festividades y eventos: Son atractivos que se generan en la realización de eventos con contenido actual o tradicional, en los cuales la población es actora o espectadora.
- Grupos de Especial Interés: Constituidos por comunidades indígenas, comunidades negras y comunidades raizales, en las cuales se valora el respeto por sus costumbres como una forma de conservación auténtica de su legado cultural. En la Constitución Política de Colombia, se reconoce y se protege la diversidad étnica y cultural de los ciudadanos; por tal motivo se considera de vital importancia el reconocimiento de los grupos de especial interés en el sentido estricto del respeto por sus valores y costumbres y no como objetos pasivos para ser mostrados al visitante. La decisión de participar en actividades turísticas o abstenerse de hacerlo está en cabeza de la propia comunidad.
- Sitios Naturales: Contemplan las áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes) y los recursos naturales (que por sus características no permiten estar agrupados) de importancia e interés para el turismo. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2010)

1.2.4 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 los individuos, bajo la perspectiva del "buen vivir", que implica a su vez un escenario de comunidad donde el turista y la comunidad receptora se integran con reciprocidad (Jiménez, 2013)

En el abordaje de la relación entre visitantes y comunidades receptoras, existen unos factores claves:

1. Recursos finitos: tanto el tiempo como el dinero determinan la oportunidad y generalmente son no ilimitados.
2. Acción: existe la posibilidad de ser cautelosos en el uso del tiempo y el dinero y, sin embargo, las obligaciones actúan como limitantes.
3. Facilitación: ayuda en el gasto cauteloso del dinero, pero dentro de las posibilidades ofrecidas por viajes / componentes de viaje y servicios de apoyo.
4. Resultados: se desean tanto el placer como la utilidad en todas las situaciones del mundo de la vida incluido el turismo.

5. Beneficiarios: tanto turistas como pobladores locales, ya que el proceso de turismo demanda la participación de ambos grupos para su éxito incluso en las zonas más controladas.

En el encuentro entre turistas, visitantes y comunidades receptoras, se configuran posibilidades de comunicación entre personas con rasgos sociales y culturales diversos. Las formas de pensamiento y actuación se encuentran en función del tipo de actividad que se realizada. De un lado, los turistas y visitantes están en un ámbito geográfico distinto a su hábitat, con el fin de hacer actividades de ocio y de otro lado, los residentes actúan en función de trabajo.

La armonía de esta relación es fundamental para dar un rasgo distintivo al destino, en términos de la aceptabilidad de las actividades turísticas, las actitudes de la comunidad receptora y de esta forma configurar aspectos llamativos que se constituyen como un atractivo social (Osorio, 2007).

La segunda dimensión social del turismo, está enfocada en evidenciar las posibilidades que conlleva en términos de desarrollo social. Este desarrollo social se entiende en el marco del turismo regenerativo, el cual:

> "Es un entendimiento emergente, evolutivo, dinámico, que incluye la sostenibilidad dentro del marco de sistemas vivos y enfatiza la relación del hombre consigo mismo, con el otro y con la tierra; en donde se invita al otro a visitar el lugar ralentizando el ritmo del visitante y creando una experiencia que activa conexiones profundas y positivas entre el visitante, la comunidad local, el lugar y los sistemas que sostienen la vida allí, alineando al local y al visitante a los ritmos propios de la naturaleza"(Teruel y Briceño, 2018, p64)

Es decir, 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)

1.2.5 Ambiente

El subsistema de ambiente, está determinado por dos dimensiones. En primer lugar, los impactos de la actividad turistica 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 turistica en el ambiente, Varisco (2013) señala que a partir de la decadá de 1970 se visibilizó la necesida de estudiar los impactos de la actividad turistica en el ambiente, lo que estuvo asociado a entender que las repercuciones de las actividaes humanas sobre el entorno natural lo afectaban indiscriminadamente. La falta de planificación turistica y la supeditación de la lógica economica sobre el medio ambiente saludable, son algunos de los factores que interfieren en los impactos negativos el turismo sobre el ambiente.

Ante fenomenos relacionados con el impacto del hombre sobre la naturaleza, como el cambio climático, al interior del sector turismo se tienen consensos en torno a la agenda para adaptarse y mitigar el cambio. Algunos de las recomendaciones más importantes son:

- Impulso a la reconversión tecnológica de sectores asociados como el de transporte, buscando la reducción de la emisión de CO2.
- Medición de la huella de carbono de los distintos componentes de la cadena de valor del turismo, buscando intervenir aquellos puntos más contaminantes.
- Desarrollar infraestructuras turisticas cuyo diseño posibilite la eficiencia energética.
- Desarrollar sistmas de medición eficientes que permitan tomar mejores decisiones orientadas a la mitigación de los impactos ambientales del sector.
- Aumentar los procesos de conservación de la biodiversidad, los ecosistemas naturales y los paisajes, que se hacen parte constitutiva de la oferta de destinos. (Organización Mundial del Turismo, 2008).
- Reconocer a la naturaleza como un actor de la cadena de valor del turismo, lo que implica dimensionar sus derechos como parte constitutiva del sector.
- Reconocer que la actividad turística debe entender y respetar los limites planetarios

Estas recomenaciones se constituyen como elementos que dinamizan el subsistema ambiental y que le idican la relación con otros subsistemas como el de la industria, gobernanza, recursos, entre otros.

De otro lado, cabe señalar que el turismo tiene también impactos positivos en el medio ambiente:

> "Con frecuencia se considera el turismo como un instrumento de gran importancia para la protección del medio ambiente. Los ingresos provenientes del turismo pueden ayudar a financiar la preservación de parques naturales y proteger regiones ecológicamente

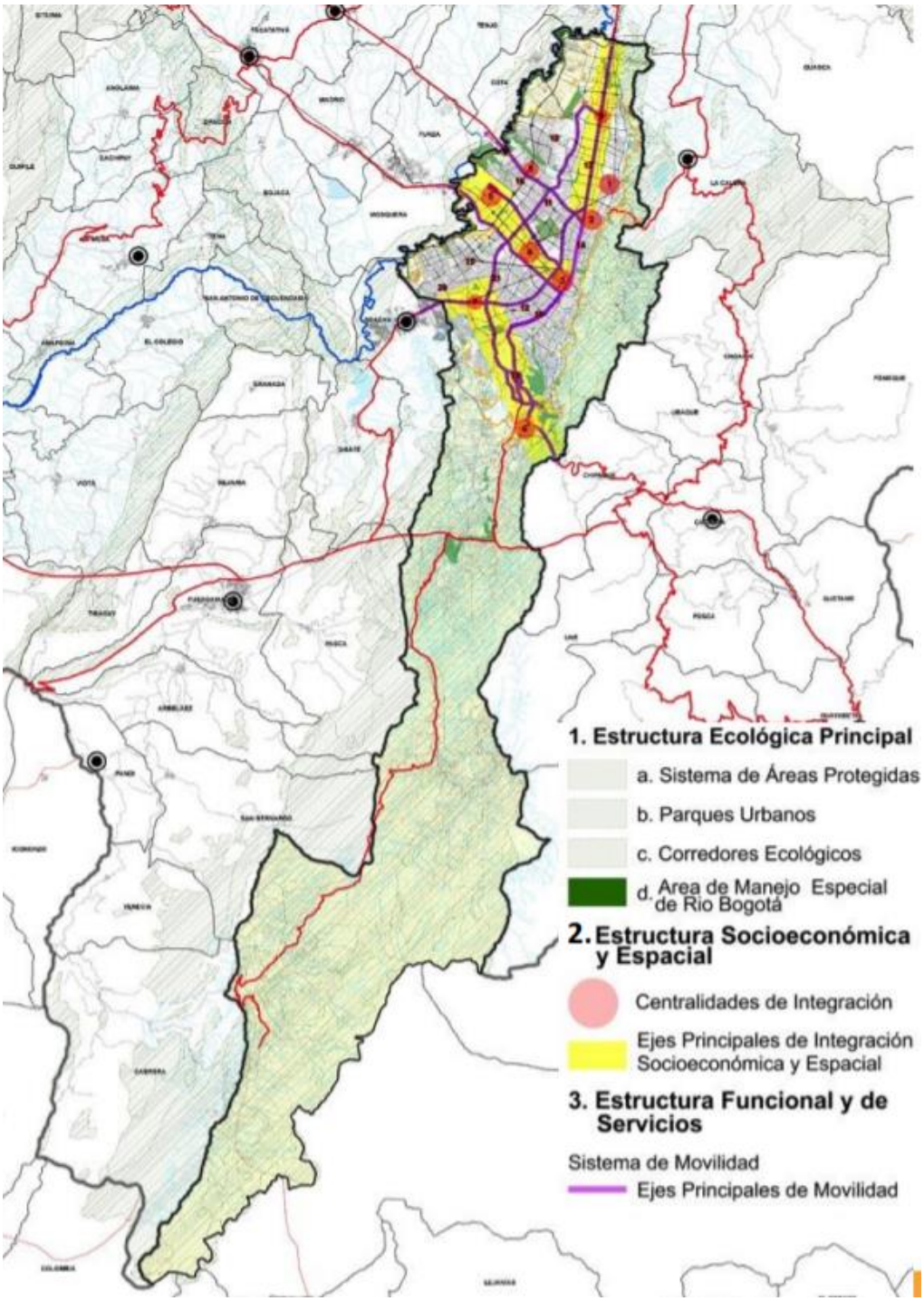
sensibles, de la implantación de usos alternativos perjudiciales. El turismo orientado hacia la ecología puede aportar a la educación ambiental de turistas y población local" (Schulte, 2003, p26).

Bajo este panorama, 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 afin a la protección del medio ambiente y los recursos naturales.

Frente al componente ambiental de la ciudad, el Decreto 190 de 2004, mediante el cual fue expedido el vigente Plan de Ordenamiento Territorial, define 3 estructuras básicas de ordenamiento territorial:

- Estructura ecológica principal: red de espacios de biodiversidad, que integran áreas protegidas, parques urbanos, corredores ecológicos y el área de manejo especial del rio Bogotá.
- Estructura socioeconómica y espacial: red de centralidades que define el equilibrio entre lo urbano y lo rural y posibilita el desarrollo de la ciudad región.
- Estructura funcional de servicios: servicios públicos, movilidad y equipamientos que soportan las actividades de la ciudad.

El subsistema ambiental tiene una relación directa con la estructura ecológica principal, 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, sean fundamentales las acciones orientadas a la conservación y protección de los ecosistemas que hacen parte de la estructura ecológica.



MAPA 1 ESTRUCTURA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE BOGOTÁ. FUENTE: SDP (2020)

1.2.6 Cultural

Este subsistema parte del reconocimiento de 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 turísticas y creativas.

Según la política sectorial del turismo de Colombia:

> "Cultura turística comprende una serie de comportamientos, actitudes y conocimientos de una comunidad, que son impartidos a individuos que entran en contacto con su territorio como acción turística. Para su desarrollo se deben tener en cuenta elementos tales como la preexistencia de altos niveles de apropiación social del patrimionio natural y cultural, educación y desarrollo de competencias y habilidades en materia de turismo. Es necesario generar planes y programas orientados hacia la preservación de la identidad cultural, el desarrollo de una cultura de la prestación con calidad, que conserve y mantenga elementos de autenticidad, cuando sea el caso, y su interacción y adaptación para aquellos relacionados con estándares internacionales. Igualmente es necesario reforzar las campañas de promoción turística en el ámbito doméstico, para que haya más colombianos viajando por Colombia". (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021)

La apropiación de ciudad, en el marco de la cultura turística descrita anteriormente 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.

En los últimos años, el desarrollo del turismo ha avanzando no solo su quehacer en el desarrollo de una oferta de productos reconocidos mundialmente, que solo compiten a través de los costos, sino también con la aparición de tecnologías como la informática, que permiten al ser humano soñar con querer llegar a lugares, en formas hasta ahora nunca imaginados, lo que ha llevado a ir rompiendo poco a poco con un modelo de producción rígido y estandarizado, hacia experiencias cada vez más variadas y novedosas.

Aparecen entonces herramientas como le adecuación y la apropiación del territorio, entendiendo este antropológicamente como la "relación del hombre en su cultura y dentro de una identidad colectiva" y la educación, como espacios que favorecen el desarrollo de la innovación a travésd de procesos investigativos, de apropiación y motivación que animen a las comunidades beneficiarias de la instrucción a una participación activa en la apropiación de ciudad.

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.

A su vez, está relación exige una serie de consideraciones que permiten una gestión sostenible del turismo sobre patrimonio. En primer lugar, se destaca la idea de que el sector privado (de donde proviene la mayor parte del desarrollo turístico) debe entender más allá de las lógicas de mercado, la necesidad de compensar económicamente el patrimonio con miras a su conservación y a su vez, velar por el respeto a los imaginarios sociales y culturales inmersos en el patrimonio.

1.2.7 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.

En la interrelación de esta serie de factores se configuran destinos inteligentes:

1. Tecnología: factor que posibilita el cambio en el mercado turístico, con la incorporación de elementos de Tics.

2. Demanda: las lógicas de demanda están modificadas por factores vinculados a las Tics, al consumo de procesos y servicios y las posibilidades de la utilización del big data y el open data.
3. Competitividad: el uso de las TICs es fundamental para identificar a un destino como competitivo y articulado a las lógicas del mundo globalizado.
4. Sostenibilidad: orientado a la gestión racional de recursos y la reducción del impacto para el medio ambiente del uso de medios tecnológicos. (Comunidad de Valencia, 2019)

El sistema distrital de turismo incentiva la consolidación del destino turístico inteligente (Smart Destination) como espacio turístico innovador, accesibles para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes. De esta definición nos gustaría destacar el compromiso del destino con los factores medioambientales, culturales y socioeconómicos de su hábitat.

Entre los desarrollos recomendables para lograrlos, se destacan los siguientes:

1. Proyectos piloto de generación de electricidad a través de energías renovables, como pueden ser la hidráulica, la eólica, la biomasa y la solar.
2. Ahorro energético en el alumbrado público mediante el uso de tecnología LED.
3. Sensores y regulación del alumbrado en función de las condiciones de luminosidad.
4. Tensiómetros de medida de la humedad de la tierra en parques y jardines para efectuar un riego ecointeligente en función de las condiciones del suelo.
5. Gestión ecoeficiente de la recogida y el tratamiento de residuos.
6. Medición de parámetros ambientales: calidad de aguas, polución del aire, contaminación acústica …
7. Generación de energía cinética en carreteras y aceras para semáforos, alumbrado público y señalización.
8. Como se ve, las oportunidades que emergen alrededor del concepto de Destino Turístico Inteligente (DTI) no solo surgen en España, pionera en la implementación de este tipo de destinos y living lab de su desarrollo, sino también fuera de sus fronteras.

1.3 Sostenibilidad

El turismo es uno de los sectores con mayor crecimiento y envergadura del mundo, representando antes de la pandemia, aproximadamente el 10% del PIB mundial y el responsable de uno de cada diez empleos, lo que se traduce en importantes beneficios para las comunidades locales en la medida que representa un amplio potencial para la generación de empleo y promoción del emprendimiento, ayudando a empoderar a grupos menos favorecidos.

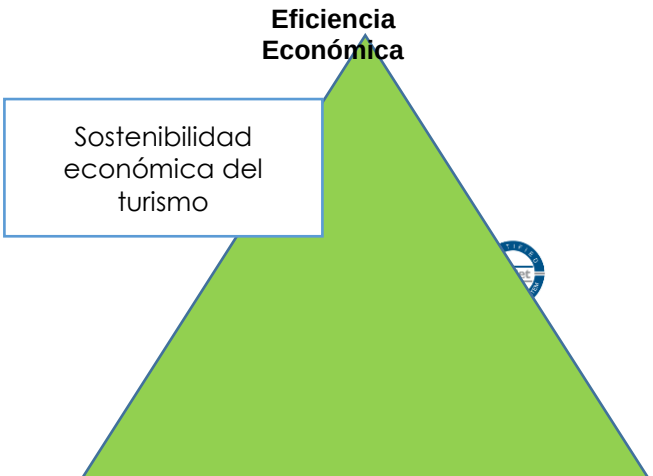
El turismo promueve el intercambio entre personas de diferentes partes del planeta potenciando el entendimiento entre culturas, constituyéndose en uno de los sectores más dinámicos que pueden contribuir de manera decisiva al logro de los ODS. Es así, como además del impacto económico del turismo, si se gestiona de forma sostenible, puede ser un factor de preservación ambiental, promoción y valorización cultural y entendimiento entre los pueblos (Organización Mundial del Turismo y Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, 2016)

El desarrollo sostenible involucra una gestión integral de la biodiversidad, el medio ambiente y los recursos naturales, entendiéndolos como activos estratégicos de las naciones, buscando su protección a largo plazo; y, propende por el mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Dada su naturaleza dinámica y su papel como fenómeno social, el turismo tiene el potencial de movilizar iniciativas para dar cumplimiento a los ODS, trabajar en el manejo integral de las afectaciones ambientales, producto de las actividades del sector y generar una transformación de los territorios, de las comunidades visitadas y de las prácticas de quienes las visitan (MINCIT, 2020)

Turismo Sostenible

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.



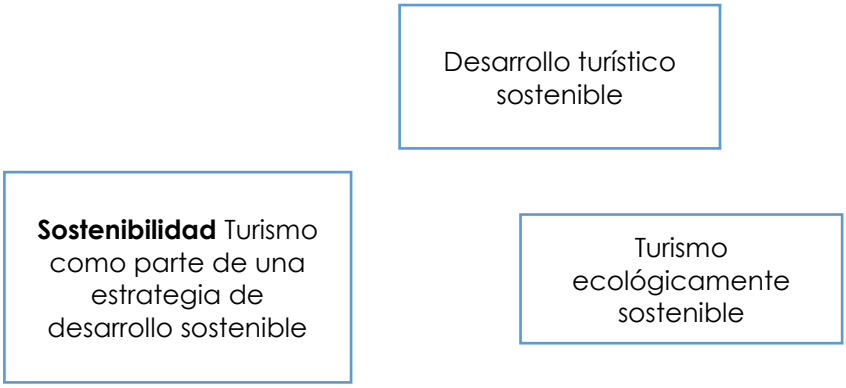


Figura 2 interpretaciones del turismo sostenible. Fuente: AYUSO (2003). Elaboración IDT-Observatorio de Turismo

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, 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 3 Principios De SostenibilidadFuente: 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).

En 2005, la Organización Mundial del Turismoy el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente establecieron 12 objetivos que constituyen un modelo:

1. Económico: asegurar la viabilidad económica para que haya prosperidad y beneficios a largo plazo.

2. Prosperidad local: orientar y maximizar la contribución del turismo a la prosperidad económica del destino anfitrión.

3. Calidad del empleo: consiste en fortalecer la calidad de los puestos de trabajo asegurando las condiciones para que no exista ningún tipo de discriminación por raza, género, discapacidad u otras formas.

4. Equidad social: consiste en que haya una justa distribución de la riqueza generada por el turismo en toda la comunidad receptora.

5. Satisfacción del visitante: proporcionar una experiencia segura y satisfactoria de todos los visitantes sin ningún tipo de discriminación social.

6. Control local: involucrar a la población local en la toma de decisiones que conciernen a la gestión y el desarrollo futuro del turismo en su área.

7. Bienestar de la comunidad: mantener y mejorar la calidad de vida del lugar anfitrión mediante la dotación a las comunidades de los recursos necesarios tanto a nivel logístico, infraestructura y servicios.

8. Riqueza cultural: respetar y mejorar el patrimonio histórico, la cultura local y su carácter distintivo.

9. Integridad del ecosistema: mantener y mejorar los paisajes, los núcleos urbanos o rurales.

10. Diversidad biológica: apoyar la conservación de áreas naturales y minimizar su daño.

11. Eficiencia de los recursos: minimizar al máximo el uso de recursos escasos y no renovables.

12. Pureza ambiental: reducir la contaminación al máximo tanto en aire, agua y tierra, así como en la generación de residuos (BBVA, 2020).

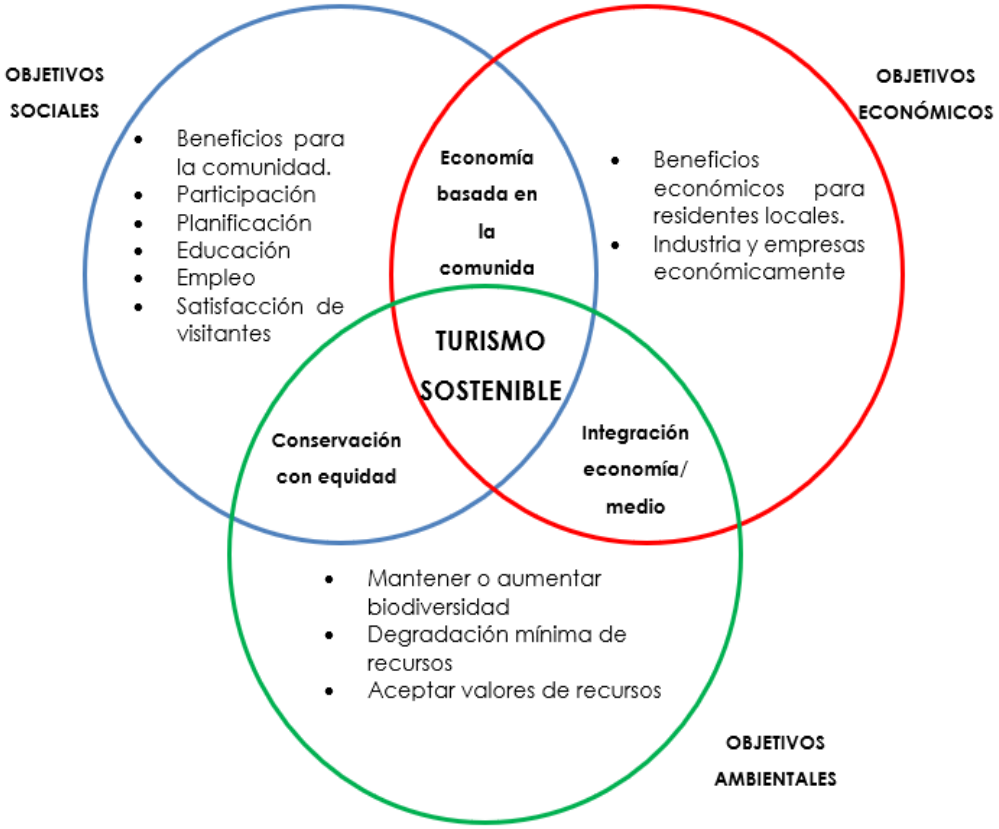


Figura 4 Valores Y Principios Del Turismo Sostenible. Fuente: Ayuso (2003). Elaboración IDT-Observatorio de Turismo

En síntesis, de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, el turismo sostenible debe:

- 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.

- 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.

- 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.

- La clave principal para garantizar la sostenibilidad a largo plazo, es que el aprovechamiento de un recurso sea por debajo del límite de renovación del mismo a través del fomento de un turismo respetuoso con el ecosistema, con mínimo impacto sobre el medioambiente y la cultura local, buscando la generación de empleo e ingresos de la población autóctona (Organización Mundial del Turismo, s.f)

Impactos y externalidades del turismo

Una externalidad es una influencia no compensada de un agente sobre el bienestar del otro, generando un mayor nivel de bienestar (externalidad positiva) o provocar un perjuicio (externalidad negativa).La existencia de externalidades dispara señales incorrectas a los agentes económicos, que actuando sin considerarlas ofrecen o demandan cantidades ineficientes de los recursos y no se respetan las preferencias (Duguine, 2011).Las externalidades dan origen a distorsiones en el funcionamiento del mercado, presentando una falla en la asignación de los recursos impidiendo que se alcanza el óptimo social.

El turismo requiere de muchos recursos gratuitos o bienes públicos para satisfacer las necesidades y requerimientos de los turistas, incidiendo sobre terceros que no forman parte del mercado. La falta de planificación del turismo provoca afectaciones ambientales, económicos y sociales tales como: elevado consumo de agua, daños a los ecosistemas, a la biodiversidad terrestre y marina, consumo excesivo de energía, descargas de aguas residuales no tratadas, incremento del valor de la tierra a raíz de la cantidad de personas que visitan el lugar, inflación local, sobre dependencia económica, migración, debilitamiento de la identidad cultural entre otros.

El concepto de externalidad está muy asentado en las políticas públicas, por lo que la gobernanza, como eje fundamental de la sostenibilidad, desempeña un papel esencial para su control. Es precisamente, la existencia de externalidades, una de las razones por la cual se requiere presencia de organismos públicos para ejercer control de la actividad económica. Las externalidades positivas suelen ser premiadas con subvenciones o ayudas públicas, mientras que las negativas dan lugar a impuestos y sanciones, por lo que, desde el punto de vista económico, lo eficiente sería que las empresas internalizaran el total de las externalidades producidas (Universidad de Alicante, 2012).

Dentro de las externalidades positivas del turismo se encuentra la atracción de capital internacional, gracias a la llegada de turistas extranjeros, la creación de infraestructuras que terminan disfrutando el resto de ciudadanos y empresas de otros sectores. Es así, como infraestructuras de transporte o de comunicación potencian la competitividad de empresas locales que no son turísticas. Quizá una de las externalidades positivas más importantes de la actividad turística es su efecto arrastre sobre el resto de sectores, generando riqueza y trabajo (Universidad de Alicante, 2012).

Precisamente, la compleja estructura del turismo y su conexión con otras actividades como el comercio, transporte y construcción, hace que los diferentes destinos turísticos se enfrenten a una

presión cada vez mayor sobre sus entornos naturales, culturales, patrimoniales y económicos como consecuencia de la acelerada expansión de la actividad turística principalmente en las últimas décadas. Es así, como la industria turística, es generalmente observada como un sector con una clara generación de externalidades negativas asociadas a contaminación ambiental y acústica, sobre explotación de recursos, destrucción de hábitats, acumulación de residuos y basuras (Universidad de Alicante, 2012).

Por ello, es necesario analizar los impactos del turismo y las externalidades asociadas, teniendo en cuenta de manera particular, la sensibilidad de los entornos que están expuestos, los cuales a su vez dependen de una serie de factores interconectados como el estado de conservación, el tipo de turismo, la capacidad de la comunidad local de gestionar los recursos, entre otros (Universidad de Alicante, 2012).

No obstante, la afectación que se ha venido presentando es ocasionada en buena medida por el crecimiento incontrolado del turismo destinado a la obtención de beneficios económicos en el corto plazo en detrimento de las mismas bases sobre las que se desarrolla (Quintero, 2004). Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo tradicional o turismo de masas demanda una gran cantidad de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados, siendo la visita a playas, grandes destinos turísticos, ciudades coloniales o de gran atractivo cultural las más escogidas por los turistas.

Según la Organización Mundial del Turismo, existen tres tipos de impactos económicos, ambientales[6] y socioculturales.

Impactos económicos

Los impactos económicos son la medida de los beneficios y costos económicos generados en el desarrollo de la actividad, donde los beneficios potenciales se hacen evidentes en la cadena de impactos, la cual muestra como a partir del desarrollo del turismo potencial se puede generar una demanda de bienes y servicios, desarrollo de infraestructura, dinamización de la inversión y generación de empleo directo e indirecto (Quintero, 2004).

Los impactos económicos son los que cualquier negocio como los hoteles, restaurantes, atracciones entre otros busca, generando empleo directo, indirecto e inducidos por otros sectores, asociados a proveedores y servicios complementarios (efecto multiplicador), generación de renta y una mejora en su distribución.

El turismo permite el desarrollo de productos turísticos a partir de la inversión público – privada, el ingreso de divisas por parte de turistas extranjeros que contribuye a equilibrar la balanza de

[6] Los impactos ambientales se abordan en el apartado 8.3.

pagos de los países, la promoción del turismo interno lo que genera a su vez apropiación cultural, aporta a una mayor diversificación económica y se convierte en un sustituto de exportaciones tradicionales (CEUPE, s.f.).

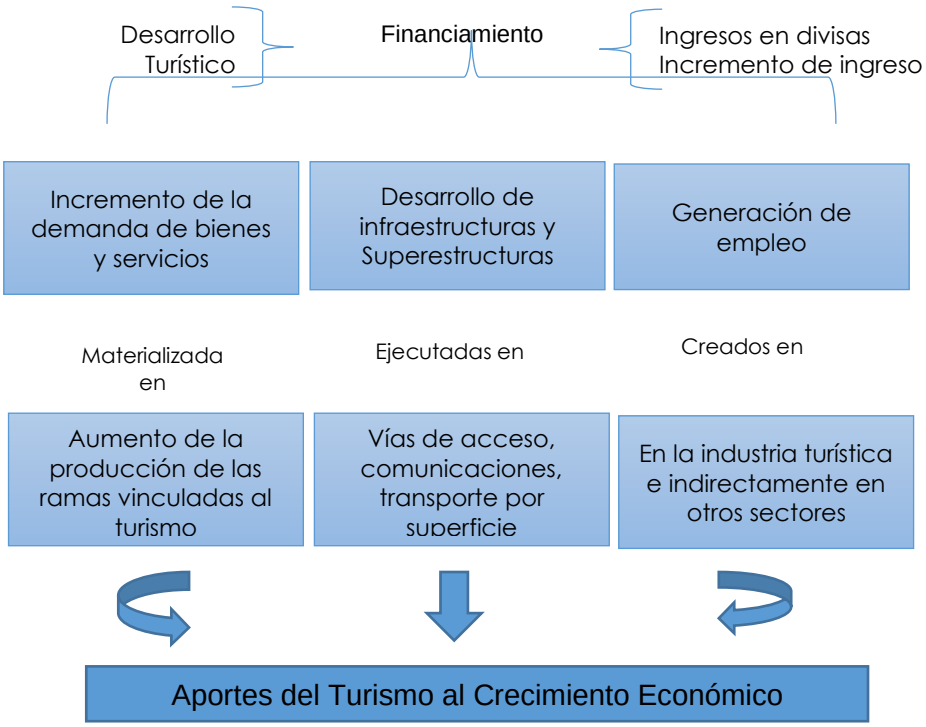


Figura 5 Cadena De Impactos Económicos Del Turismo. Fuente: Lázaro (2004). Elaboró IDT-Observatorio de Turismo

La magnitud del impacto depende de la interrelación entre los agentes económicos que participan en la actividad turística y de factores como la existencia de una política turística, el volumen y recirculación del gasto turístico, la naturaleza de la oferta y el grado de ajuste a la estacionalidad de la demanda (Quintero, 2004).

Los costos económicos se asocian principalmente a la sobre dependencia económica del turismo, principalmente en economías que dependen excesivamente de esta actividad lo que las hace

vulnerables a cambios en la demanda por coyunturas como inseguridad, crisis económicas y más recientemente con la pandemia del COVID 19.

Otros factores que se asocian a los costos económicos es la competencia intersectorial, la estacionalidad de la demanda asociada a algunos meses del año que incide directamente en el empleo, volatilidad de los ingresos y elevados costos fijos, el efecto inflacionario asociado al uso de la tierra, la fuga de inversiones y la importación de bienes y servicios.

POSITIVOS	NEGATIVOS
Generación de divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos.	Incremento en el valor de la tierra
Generación de empleo directo e indirecto e inducidos en otros sectores (efecto multiplicador)	Fuga de inversiones
Crecimiento económico asociado a un incremento en la renta	Inflación local y especulación
Sustituto de exportaciones tradicionales que registran mayores fluctuaciones	Fraccionamiento inadecuado y especulación con predios
Contribución al PIB	Importación intensiva de recursos e insumos
Promoción de la actividad empresarial	Freno al desarrollo regional
Inversión extranjera directa	Insuficiente inversión en infraestructura
Posibilidad de ingresos a grupos vulnerables	Modificación de la estructura económica
Aumento de proveedores de servicios	Distribución inequitativa de ingresos
Incremento en la demanda de bienes y servicios locales	Sobre dependencia económica

Impuestos gubernamentales	Competencia intersectorial
Aumento de infraestructura	Estacionalidad de la demanda
Diversificación económica	Pérdida de beneficios económicos potenciales cuando los inversores son extranjeros.

Tabla 4 impactos económicos del fuente: lázaro (2012) y Ayuso (2003)

El turismo suele traer un proceso de inflación como consecuencia del aumento de la demanda sobre la oferta establecida en el mercado del suelo e inmobiliario, alimentación y otros servicios, dando incluso origen a especulación de precios en especial en las temporadas de mayor afluencia de turistas, afectando negativamente a los residentes.

A su vez, el carácter estacional de la industria conlleva dificultades económicas a los destinos que son altamente dependientes del sector repercutiendo en informalidad laboral a través de contratación temporal exclusiva a las épocas de alta demanda.

Impactos Socioculturales

El turismo afecta de manera positiva a la sociedad en el sentido que mejora la calidad de vida de las comunidades locales a través de la disminución de la pobreza de los territorios, estimulando además el interés en las comunidades por la cultura propia, tradiciones, costumbres y patrimonio histórico lo que conlleva a su vez a la rehabilitación y conservación de monumentos y lugares históricos revitalizando el patrimonio arquitectónico de los destinos.

Socialmente, el turismo puede acelerar cambios asociados a mayor actividad social, modernización de costumbres y comprensión entre diferentes naciones y culturas Fuente especificada no válida..El turismo permite el empoderamiento de la mujer, mejora las condiciones sanitarias y la educación Fuente especificada no válida., así mismo favorece el rompimiento de sistemas jerárquicos tradicionales, impulsando un sistema de movilidad social más justo y equitativo Fuente especificada no válida..

POSITIVOS	NEGATIVOS
Refuerzo a las tradiciones locales (artesanías, festivales, folclore, gastronomía) y revitalización de formas de arte tradicional (música, literatura, teatro, danzas).	Conflictos sociales

POSITIVOS	NEGATIVOS
Creación de identidad étnica	Acelerado crecimiento urbano
Conservación de patrimonio cultural (preservación, y rehabilitación de edificios, monumentos y lugares históricos)	Migración
Creación de museos de interés cultural	Polarización
Estímulo a la continuidad histórica	Rompimiento familiar
Investigación y educación asociada al turismo	Agotamiento relación turista-anfitrión
Intercambio cultural entre turista y residente	Incompatibilidad de proyectos con tendencias regionales
Promotor de conocimiento, entendimiento y comprensión	Riesgos a la salud por acelerado crecimiento urbano
Incremento de la capacidad y gestión local	*Debilitamiento de la identidad cultural*
Especialización académica	Comercialización de tradiciones
Introducción de medidas de planificación y gestión y sensibilización	Marginación

Tabla 5 Impactos Socioculturales Del Fuente: Lázaro (2012) y Ayuso (2003)

Estos impactos surgen como consecuencia de las relaciones sociales que se establecen en el destino turístico, por lo que depende en buena medida de las diferencias socioculturales entre residentes y turistas, es decir, existe "una capacidad de carga social más allá de la cual los niveles de desarrollo turístico resultan inaceptables para la comunidad local" (Quintero, 2004). estableciendo un umbral de tolerancia de presencia de turistas por parte de los residentes.

El turismo puede ocasionar costos asociados a prostitución, drogas, inseguridad, criminalidad, separación física y social entre turistas y residentes debido a comodidades diferenciales entre ellos, tensiones sociales por presencia de trabajadores inmigrantes y desculturización del destino turístico por comercio excesivo de tradiciones locales destruyendo su carácter de autenticidad (Quintero, 2004).

1.4 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 del residente. (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: medio-ambiental, económica y socio-cultural.
- Una mejora de la calidad de la estancia de los visitantes y de la calidad de vida de los 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:

Figura 6 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 y 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 sus ciudadanos.

1.5 Turismo y riesgos globales

Una de las formas en la que se define las sociedades modernas, se da en función del equilibrio entre seguridad y la destrucción. Para Beck (1998), los riesgos políticos, sociales, económicos, ambientales, cada vez más desbordan las capacidades de las instituciones, para mitigarlos. Los impactos de las sociedades industriales en el entorno natural, y los dispositivos orientados al control de los riesgos, han aumentado la incertidumbre y la vulnerabilidad de la sociedad frente a escenarios catastróficos. Particularmente, la supeditación del modelo económico y el sostenimiento del sistema moderno, sobre las condiciones de seguridad y sostenibilidad ecológica, han desechado la posibilidad de actuar sobre elementos peligrosos para la misma existencia humana.

Como alternativa a la forma tradicional en la que los dispositivos entienden y controlan los riesgos, Beck aboga por la necesidad de tomar conciencia de que el riesgo es parte constitutiva de la sociedad y a partir de esta conciencia se pueden generar alternativas en términos del tipo de sociedad que se construye y la forma como se afrontan los riesgos que la detentan. Esto implica, para el sector turismo, el reconocimiento de sus impactos sobre el ambiente y a partir de allí comprender que, dada la naturaleza ecológica del mundo, la sociedad y el sector está expuestos a una gran cantidad de riesgos, ante los cuales se deben generar mecanismos de adaptación y mitigación.

Las afectaciones mundiales por la materialización de un riesgo biológico, con la aparición del COVID-19, visibilizó la vulnerabilidad del sector turismo para adaptarse ante nuevas realidades, que implican restricciones a la movilidad, aislamiento social y regulaciones para la operación de distintos negocios. La interconexión de una gran cantidad de riesgos, los cuales tienen como centro los asociados al cambio climático, muestran la necesidad de avanzar hacia agendas más ambiciosas en términos de sostenibilidad y de repensar las lógicas en las que la planificación turística entiende y planea sobre escenarios de riesgo.

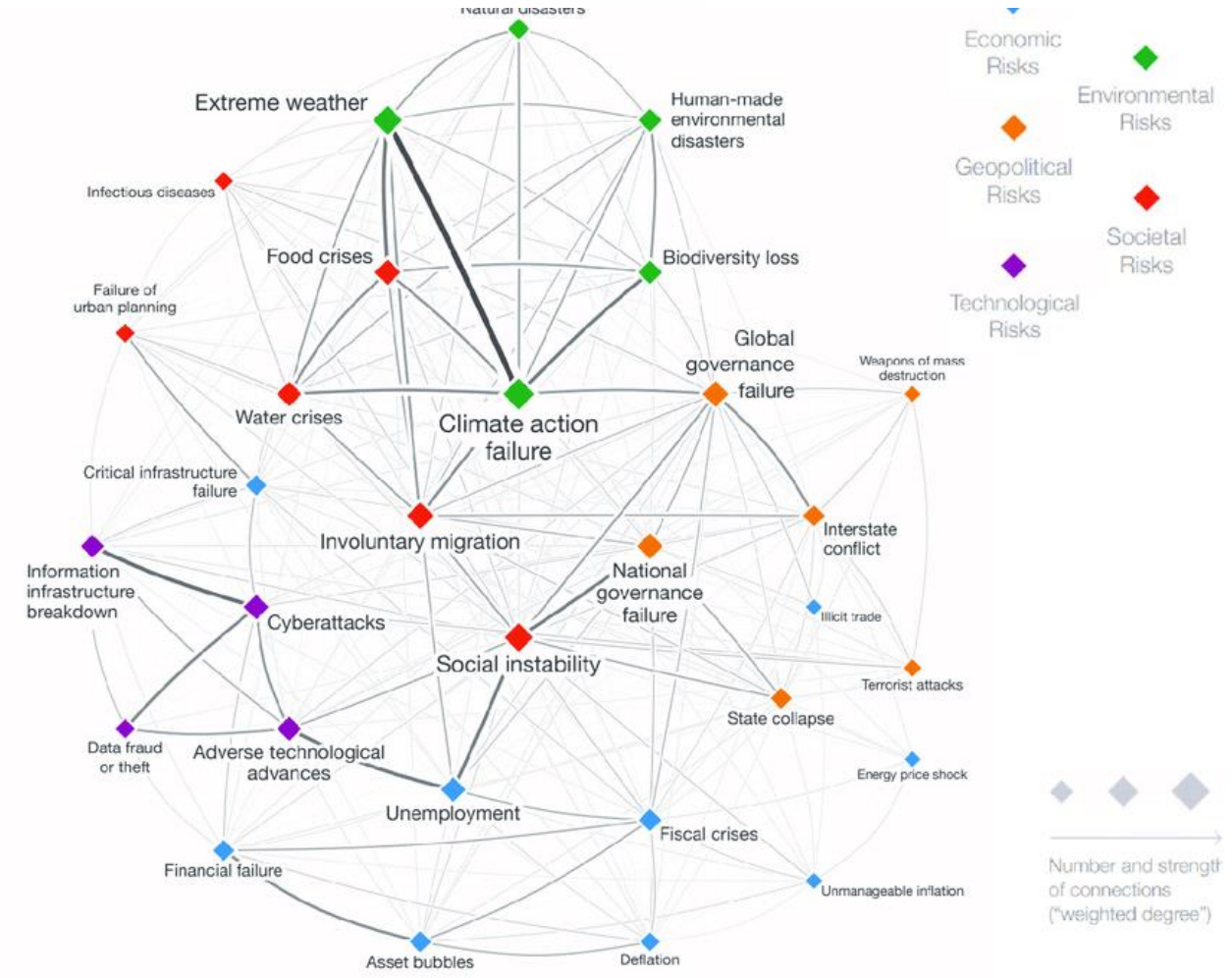


Figura 7 Red de riesgos. Fuente: WEF, 2020, p 4

Siguiendo las recomendaciones del Global Facility for Disaster Reduction and Recovery (GFDRR), la CEPAL recomienda el desarrollo de cinco pilares, orientados a la reducción del riesgo de desastres para el sector turismo:

- Identificación del riesgo: este proceso está encaminado a diagnósticar y visibilizar la existencia de un riesgo, para lo cual se hace necesario la evaluación de amenazas, identificación de sistemas y comunidades e infraestructuras expuestas, cuantificación de las vulnerabilidades. Estas actividades, se complementan con la necesidad de promover el análisis de las industrias y productos asociados al turismo, la incorporación de programas estadisticos que permitan una amplia desagregación de datos del sector, promoción de intercambio de experiencias, actualización de directorio de empresas de turismo para

mejorar estimaciones sobre el sector, promoción y coordinación de equipos técnicos para la producción estadística, promoción de la interoperabilidad de los sistemas de información, aprovechamiento de datos públicos para mejorar la focalización.

- Reducción del riesgo: los gobiernos en sus distintos niveles deben enfocarse a actualizar sus agendas de reducción de riesgos, tomando en cuenta las lecciones aprendidas en el marco de la pandemia. Esto implica el desarrollo de medidas estructurales y no estructurales, que comportan mayores inversiones (especialmente en sectores estratégicos), así como la articulación con el sector privado. Estas medidas se deben desarrollar especialmente en temas como el transporte áreo, marítimo, hoteles y alijamiento, bares y restaurantes, entre otros.

- Preparación: este pilar implica mejorar el conocimiento y capacidades de gobiernos, empresas y comunidades, para responder y recuperarse frente a un peligro o desastre. Esto implica el fortalecimiento de campañas de promoción, protocolos, entre otros elementos. Igualmente, algunos de las principales recomendaciones para gobiernos y autoridades, se centran en el seguimiento a los lineamientos de la Organización Mundial para la Salud, la solicitud de pruebas y vacunación a turistas, la certificación de bioseguridad de establecimientos de la cadena de valor del turismo, la emisión de protocolos para situaciones peligrosas, la adecuación de la red hospitalaria para una adecuada y oportuna respuesta.

- Protección financiera: el aseguramiento es el principal mecanismo de protección frente a los efectos financieros de la materialización de un riesgo. Es por esto que se deben promover la ampliación de este tipo de protección financiera, así como incentivar otras formas más tradicionales, como por ejemplo el ahorro.

- Recuperación resiliente: esta es la principal lección aprendida del sector ante los impactos de la pandemia. Ante esto, se debe promover masivamente la implementación de medidas que contribuyan a las sostenibilidad y transformación digital de los destinos. Sobre esto último, es importante señalar que la transformación permite el fortalecimiento de lo MiPymes en temas como el diseño de experiencias personalizadas de los visitantes, el mejoramiento de la gestión empresarial, mecanismos de financiamiento moderno, acceso a plataformas de educación permanente. (CEPAL, 2021)