3. ESTRATEGIA Y PROCESO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

El objetivo del apartado es señalar los fundamentos del esquema de participación ciudadana en el marco del proceso de formulación de la política pública de turismo. El apartado 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 y la metodología. En el sexto apartado se caracteriza la metodología de los eventos de participación.

3.1 Antecedentes

El proceso de formulación de la política pública de turismo 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.

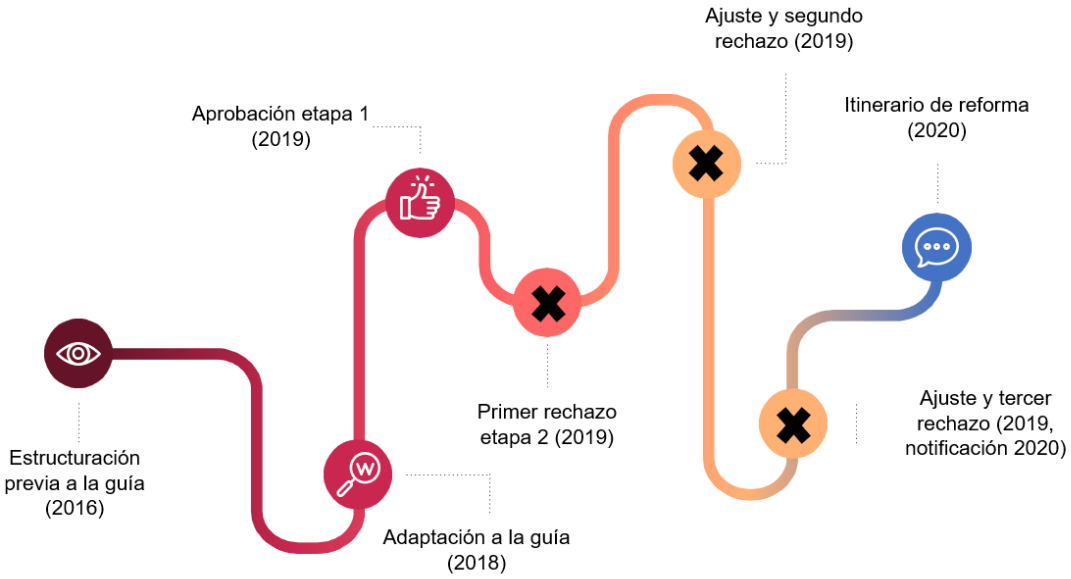


Figura 1 Proceso de construcción de política pública de turismo. Fuente SDP (2017)

Tal como se muestra en la figura anterior, durante los 5 años que lleva el proceso de formulación, el documento de diagnóstico e identificación de factores estratégicos, ha sido rechazado en tres ocasiones. Uno de los aspectos reiterados en los tres conceptos, tiene que ver con la baja claridad frente al alcance de la participación de la ciudadanía, es decir no se establece de qué manera se incorporan los aportes de los actores en el proceso de formulación e implementación. De otro lado, la información recopilada no fue tenida en cuenta para la definición de los puntos críticos y la complementación de análisis de los enfoques, entre otros aspectos.

A continuación, se señalan algunos aspectos centrales del esquema de participación:

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

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

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

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

La metodología del esquema se desarrolló en 4 fases. En la fase 1 “descubrir” se realizó la definición detallada de la metodología e instrumentos para utilizar en el proyecto. En la fase 2 “interpretar” se implementó el análisis del entorno productivo del territorio, sus necesidades y perspectivas futuras, desde el turismo y las personas. En la fase 3 “delimitar” se identificaron los conocimientos, intereses y pasiones presentes en el territorio en términos de turismo. En la fase 4 “proponer” se estableció un diseño de una propuesta de intervención que aproveche las habilidades

y el conocimiento acumulado los actores relacionados al turismo en Bogotá, las condiciones productivas del entorno y la vocación del territorio.

Para el desarrollo de la metodología se realizaron 20 talleres en las localidades, en los cuales fueron invitados comunidad, empresarios, asociaciones, estudiantes, hombres, mujeres, líderes comunitarios, líderes locales, personas adulto mayor, entre otros. Igualmente, se realizaron talleres con entidades del orden distrital y nacional, así como los representantes de la RAPE-Región central. Se realizaron talleres sectoriales (cultura, gastronomía, educación) y reuniones especializadas sobre temas como ruralidad, cultura, entre otros. En el ámbito académico se realizaron foros con Universidades e Investigadores de turismo, al igual que algunos talleres con grupos de estudiantes de pregrado. En cuanto a encuestas, se realizaron 255 aplicaciones de cuestionarios a turistas. Finalmente, se realizó un evento de presentación de los lineamientos de la política pública de turismo con directivos distritales, representantes de gremios, entre otros actores invitados.

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

3.2 Estructura del proceso

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

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

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

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

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

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

Figura 2 Estructura de la estrategia de participación fase de agenda pública. Fuente: elaboración propia.

En la fase de formulación, el esquema de participación tiene un alcance más orientado a la concertación, fijándose como objetivo concertar acciones diferenciales para indígenas, comunidades NARP, personas con discapacidad, habitantes de la ruralidad y de la comunidad de Sumapaz, para fortalecer sus procesos comunitarios de turismo y contribuir a alcanzar los principios de la sostenibilidad y al desarrollo socio territorial.

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

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

Diagnóstico	Formulación	Implementación
• Problematización del sistema distrital de turismo • Cocreación de escenarios de acción.	• Concertación de acciones con pueblos indigenas, comunidades NARP, personas con discapacidad, ruralidad y Sumapaz.	• Divulgación de la política pública. • Incorporación de la participación en el desarrollo de los productos de la política.

Figura 3 Fases del proceso de participación ciudadana para la formulación de la política pública de turismo. Fuente: elaboración propia

3.4 Identificación de actores

Para el proceso de identificación de actores que fueron convocados a la primera fase del esquema de participación, se realizó la búsqueda de los grupos de valor del Instituto Distrital de Turismo, asociaciones relacionadas con el sector turismo, actores identificados en fuentes académicas y de instituciones nacionales, entre otros documentos. Con base en esta fuente, se identificaron 108 actores los cuales se categorizaron en 6 grandes clústeres, tal como se muestra a continuación.

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

Tabla 1 Categorías en clústeres

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

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

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

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

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

Territoriales (21)

- Localidad de Usaquén
- Localidad de Chapinero
- Localidad de Santa Fe
- Localidad de San Cristóbal
- Localidad de Usme
- Localidad de Tunjuelito
- Localidad de Bosa
- Localidad de Kennedy
- Localidad de Fontibón
- Localidad de Engativá
- Localidad de Suba
- Localidad de Barrios Unidos
- Localidad de Teusaquillo
- Localidad de Los Mártires
- Localidad de Antonio Nariño
- Localidad de Puente Aranda
- Localidad de La Candelaria
- Localidad de Rafael Uribe Uribe
- Localidad de Ciudad Bolívar

- Localidad de Sumapaz
- Actores regionales

Sectoriales (7):

- Servidores IDT
- Gremios
- Instituciones
- Concejo de Bogotá
- Prestadores de servicios turísticos.
- Académicos
- Guías de turismo.

Poblacionales (8)

- Mujeres
- LGBTI
- Jóvenes y niños
- Indígenas
- NARP (negros, afrocolombianos, raizales y palenqueros)
- Víctimas, excombatientes y constructores de paz
- Personas mayores
- Personas con discapacidad.

En el apartado 11 se detalla la información sobre actores.

3.5 Cronograma, difusión y convocatoria

Para el desarrollo de los momentos de la estrategia de participación se definieron las siguientes actividades para la etapa de agenda pública (las referentes a formulación, implementación y seguimiento están en construcción):

MOMENTO	COMPONENTE	ACTIVIDAD	PRODUCTO	FECHA DE REALIZACIÓN (2021)
Alistamiento	Formación del equipo territorial	Desarrollar sesión de formación: teoría de la política pública	Memorias del taller y presentación	Marzo
		Desarrollar sesión de formación II: metodologías y esquema CONPES	Memorias del taller y presentación	Marzo
		Desarrollar sesión de formación III: técnicas de investigación social	Memorias del taller y presentación	Marzo
		Desarrollar sesión de formación IV: diseño y planificación de foros	Memorias del taller y presentación	Marzo
		Desarrollar sesión de formación V: taller	Memorias del taller y presentación	Marzo

MOMENTO	COMPONENTE	ACTIVIDAD	PRODUCTO	FECHA DE REALIZACIÓN (2021)
	Diseño de los foros, instrumentos, cronograma y demás insumos del esquema de participación ciudadana.	Diseñar la metodología y el cronograma del esquema de participación distrital	Documento con metodología y cronograma del esquema de participación	Marzo
		Diseñarlos instrumentos para levantamiento de información en las localidades	Instrumentos de levantamiento de información en localidades	Marzo
		Diseñar los instrumentos para levantamiento de información en los foros de la política	Instrumentos de levantamiento de información en foros de política	Marzo
	Socialización del esquema con la Secretaría de Planeación.	Presentar a la Secretaría de Planeación el esquema de participación	Acta de la reunión y presentación del esquema	Marzo
		Ajuste al esquema de participación	Documento final de esquema de participación	Marzo
Interpretación y cocreación	Levantamiento información	Aplicar los instrumentos en foros y ámbitos de política distrital parte 1	Instrumentos diligenciados	Marzo-septiembre
		Aplicar los instrumentos en foros y ámbitos	Instrumentos diligenciados	Marzo-septiembre

MOMENTO	COMPONENTE	ACTIVIDAD	PRODUCTO	FECHA DE REALIZACIÓN (2021)
		de política distrital parte 2		
		Aplicar los instrumentos en foros y ámbitos de política locales	Instrumentos diligenciados	Marzo-septiembre
		Aplicar los instrumentos a los operadores turísticos	Instrumentos diligenciados	Marzo-septiembre
		Desarrollar informe de aplicación de instrumentos, desde la perspectiva personal identificando entre otros aspectos, las lecciones aprendidas y algunas recomendaciones al proceso	Informe de aplicación de instrumentos	Marzo-septiembre
Sistematización	Procesamiento y análisis de la información	Consolidar resultados	Informe general de resultados	Octubre
		Analizar los resultados	Documento de análisis de resultados	Octubre

Tabla 2 Cronograma esquema de participación fase de agenda pública.

Frente a las fases dos (implementación) y tres (implementación), se tiene planteado el siguiente cronograma:

FASE	ACTIVIDAD	FECHA
Formulación	Desarrollo del proceso de concertación con indígenas y afrodescendientes	Febrero 2022
	Desarrollo del proceso de concertación ruralidad	Febrero 2022
	Desarrollo del proceso de concertación con Sumapaz	Marzo 2022
	Desarrollo del proceso de concertación con personas con discapacidad	Marzo 2022
Implementación	Talleres de apropiación de la política pública con servidores del sector de desarrollo económico	Agosto 2022
	Sesiones de socialización con sectores, territorios y poblaciones	Agosto-diciembre 2022

Tabla 3 Cronograma esquema de participación fases de formulación e implementación.

En lo referente a los espacios de participación, se ha definido el desarrollo de eventos en las modalidades presencial y virtual. Para la definición del tipo de evento, se realiza un proceso previo de análisis del espacio, sus posibles participantes, los medios para alcanzar una mejor definición y en algunos casos, se realizan consultas para conocer la mejor modalidad.

En cuanto a los medios de difusión se han identificado los siguientes

- Plataforma Bogotá Abierta: creación de reto de ciudad sobre la política pública de turismo (planteado para la fase de formulación)

- Página web del Instituto Distrital de Turismo y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico: se difundirán en micrositios, las piezas comunicativas y demás información sobre el proceso.

- Redes sociales del IDT: se expondrá la parrilla de medios sobre el proceso.

- Contacto personal con los actores invitados a las sesiones de trabajo y entrevistas de profundidad.

- Plataforma Gobierno Abierto de Bogotá: se explora la posibilidad de que está plataforma este integrada con el proceso de participación (planteado para la fase de formulación)

Figura 4 Ejemplo de pieza de invitación a evento

3.6. Mecanismos

Durante la fase de agenda pública, el abordaje de los momentos del esquema de participación estará definido en función de lo poblacional, lo territorial, lo sectorial y lo institucional. A continuación, se aborda cada uno de estos elementos, se muestra la clasificación de algunos actores en función de estas tipologías:

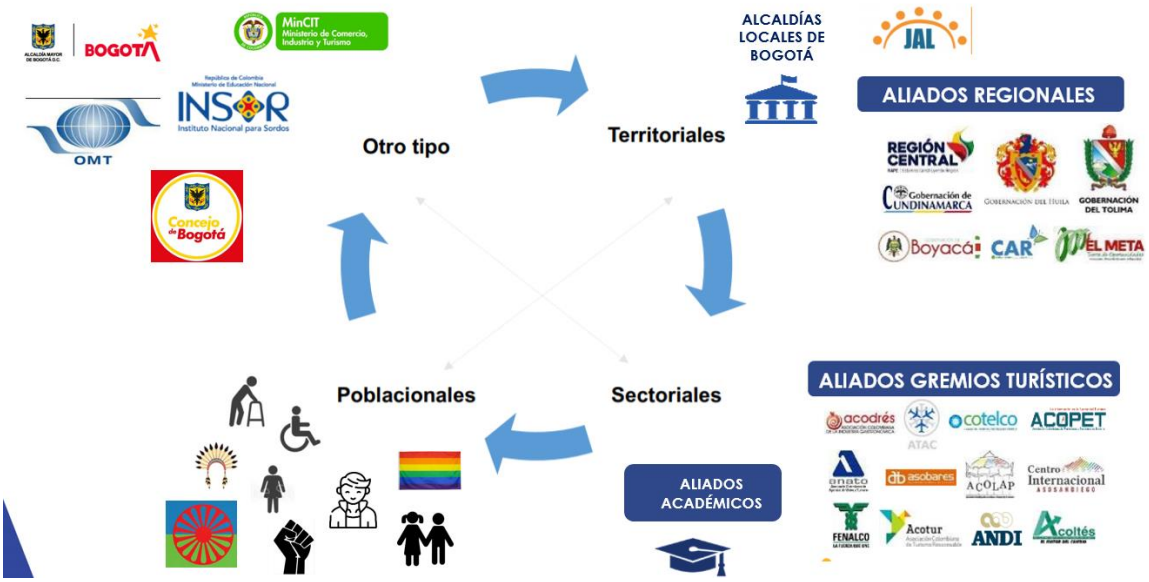


Figura 5 Clasificación de actores

Poblacional

- Sectores LGTBI: profundización sobre el documento de lineamientos. Apoyo institucional al modelo LGBTI; Sensibilización a comerciantes frente a la diversidad; Información, comunicación y divulgación de la oferta LGBTI; y Sustentabilidad a largo plazo de la oferta y demanda turística LGBTI.

- Personas Mayores: su papel en la recuperación y puesta en valor de historias, memoria y tradiciones para enriquecer la oferta turística; Su rol como personas mayores en generar conciencia en las generaciones de jóvenes del valor del patrimonio cultural para el turismo; Inserción en la cadena de valor del turismo.

- Comunidades indígenas: su papel en las relaciones, interacciones y acciones relacionadas con el turismo y con las comunidades indígenas, partiendo de los mensajes, objetos, personas, productos, servicios y el entorno donde se desenvuelven. Se realizará una sesión de trabajo especifica con los cabildos asociados a la Asociación de Cabildos Indígenas de Bogotá (ASCAI), igualmente estarán invitados a las mesas de trabajo en las localidades.

- Comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras: su papel en las relaciones, interacciones y acciones relacionadas con el turismo y con las comunidades afro, raizales y palenqueras, partiendo de los mensajes, objetos, personas, productos, servicios y el entorno donde se desenvuelven. Se realizará una sesión de trabajo con la Consultiva Distrital de Comunidades Afro, Consejo Consultivo Distrital de Turismo.

- Personas con discapacidad: su rol en la transferencia de experiencias y conocimientos en la posibilidad tanto de adecuar la oferta turística para propender por un turismo incluyente y accesible, y su posible rol como beneficiarios de la actividad turística.

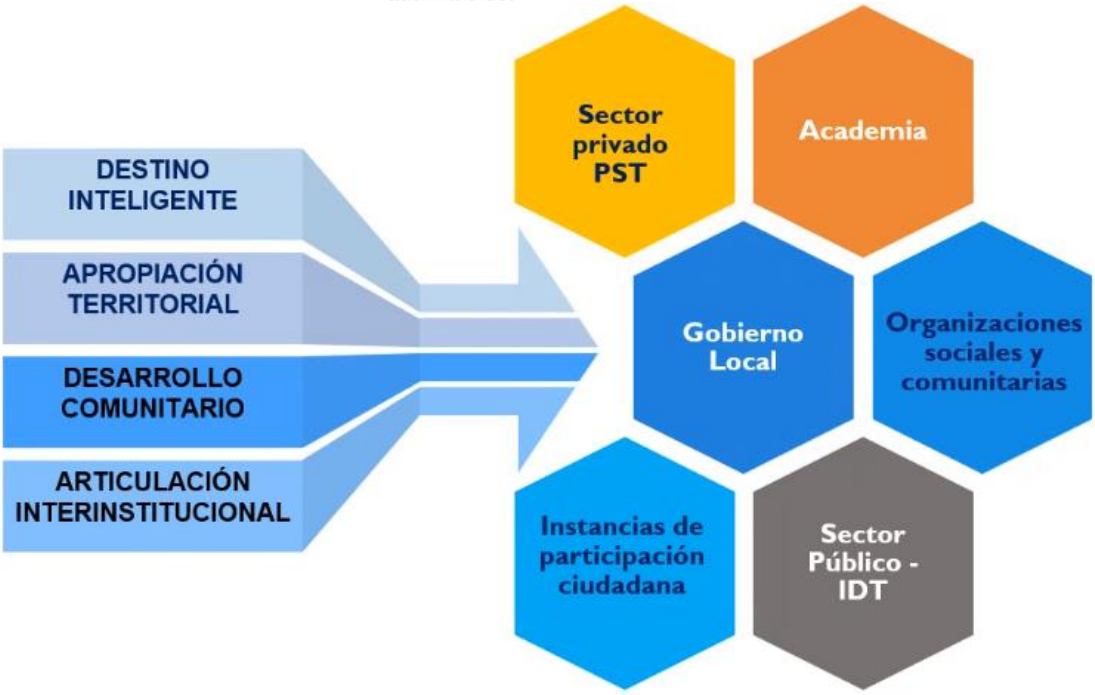
- Jóvenes: su visión sobre el desarrollo de actividades turísticas y la prospectiva frente a escenarios de desarrollo social y económico a partir del turismo. Igualmente, la participación en experiencias de educación para el turismo como los Colegios Amigos del Turismo, así como el impulso de procesos de participación en el sector.

- Mujeres: el reconocimiento del rol de la mujer en el marco de la industria turística, es fundamental para identificar las diferencias en clave de género que allí se gestan. Esto permitirá el desarrollo de acciones diferenciales que busquen intervenir situaciones históricas de exclusión y marginación de la mujer en el turismo.

Territorial

El proceso va de la mano con la construcción de diagnósticos locales de turismo y la formulación de los planes locales de turismo. En este marco, se espera caracterizar la mayor cantidad de operadores turísticos de las localidades.

Las sesiones de trabajo partieron del marco de gobernanza del desarrollo territorial del IDT en las localidades, que se muestra a continuación:



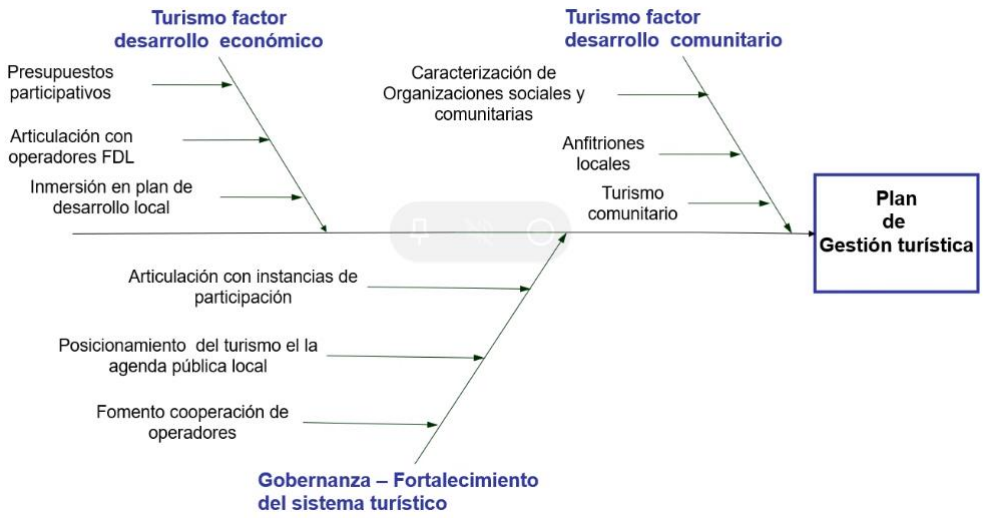
Gráfica 1 Gobernanza del desarrollo territorial del Instituto en las localidades

Para el abordaje territorial se contempló el desarrollo de sesiones de participación en las 20 localidades de la ciudad, buscando establecer las particularidades de cada una a través de la voz de los actores de la cadena de valor del turismo.

Igualmente, se desarrolló una sesión de participación con actores institucionales de la Bogotá-Región, tales como la Región Administrativa de Planificación Especial Central y las gobernaciones de Boyacá, Meta, Cundinamarca, Tolima, Huila, buscando establecer las necesidades y lineamientos de una política orientada a la integración de la ciudad Región como destino turístico.

El proceso de participación con perspectiva territorial, está alineado a las líneas estratégicas de la gestión territorial en el 2021, tal como se muestra a continuación:

Gestión territorial IDT 2021



Gráfica 2 Gestión Territorial IDT 2021.

Bajo la perspectiva territorial se busca concertar acciones para la ruralidad de la ciudad, a través de ejercicios de participación durante la fase de formulación, donde se espera tener un alcance de concertación, especialmente con las comunidades rurales de Ciudad Bolívar, Usme, Sumapaz, Chapinero y Santa Fe.

Sectorial

- Servidores IDT: se busca identificar cuáles son los problemas que perciben las personas que ejercen funciones administrativas del sector turismo.

- Expertos en turismo: su visión sobre el sector es fundamental en el propósito de conocer las diferentes aristas del problema a intervenir.

- Gremios: su capacidad de representación permite establecer cuáles son las necesidades y expectativas de múltiples sectores del turismo.

- Instituciones públicas: con un alcance inicial de carácter informativo, se busca integrar a representantes de entidades públicas distritales y nacionales al proceso de formulación de la política.

- Académicos: las más de 27 instituciones de educación superior que tienen programas de formación relacionadas con turismo, son fundamentales para establecer cuáles son los retos del sector y cómo esto se compagina con los procesos de educación para el turismo.

- Prestadores de Servicios Turísticos: bares, restaurantes, servicios de transporte de turistas, entre otros actores de la cadena de valor, contribuyen a establecer las necesidades del mundo empresarial y cómo ven las problemáticas del destino turístico de la ciudad región.

- Concejales: como principal espacio de representación política, los cabildantes son fundamentales para identificar los puntos críticos que limitan la actividad turística, además de ser actores centrales en la definición de lineamientos de política pública.

- Guías de turismo: como profesionales del turismo, tienen un acercamiento integral a las dinámicas del sector, lo cual es fundamental para comprender las problemáticas que allí se gestan.

Con base en esta clasificación del esquema de participación, se buscan establecer las bases para el desarrollo de acciones afirmativas y la incorporación de enfoques diferenciales en clave territorial, sectorial y poblacional.

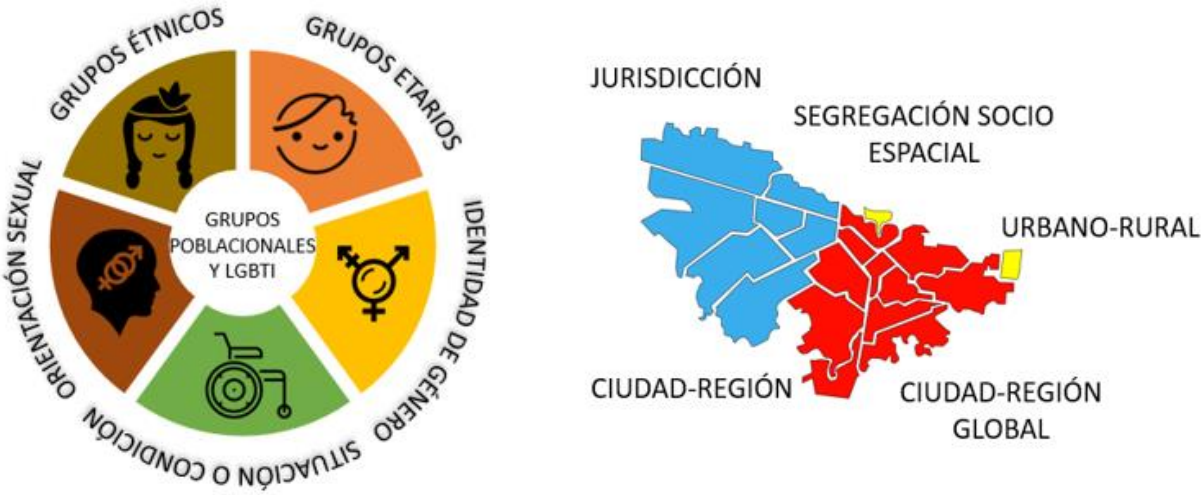


Figura 6 Enfoques de política. Fuente SDP (2017)

4. RESULTADOS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA DEL PROCESO DE PARTICIPACIÓN

La información recopilada en el marco de los escenarios de participación fue procesada y analizada a través de la herramienta de conteo de palabra. Posteriormente se realiza la descripción de los elementos más importantes que se discutieron, para efectos de contextualizar los hallazgos. La información es presentada bajo la lógica sectorial, territorial y poblacional. Cabe mencionar, que la información poblacional tiene un mayor grado es desagregada por cada grupo. Por su parte, el detalle de la información territorial se presenta en el capítulo de enfoques, subcapítulo de enfoque territorial, donde se discriminan los hallazgos para cada una de las localidades.[1]

[1] En el anexo 2 se encuentran las fichas de los espacios de participación implementados.

4.1 Perspectiva sectorial

- **Gobernanza**

Palabras más recurrentes	
Turismo	14
Sector	13
Articulación	11
Turístico	10
Actor	7
Privado	6
Público	6
Guía	5
Ley	5

Figura 7 Palabras gobernanza-perspectiva sectorial.

Una de las principales problemáticas identificadas es que los planes, proyectos e iniciativas que se ha adelantado tienen un corto periodo de duración. Cada cuatro años con el cambio de administración estas iniciativas quedan frenadas y en la mayoría de los casos se terminan de manera intempestiva sin que se haya cumplido con su aplicación total para tener los resultados esperados. No se construye sobre lo construido.

Como actualmente hay desarticulación entre el sector público, privado y la población civil, no se ha podido atender, con las ofertas institucionales, las verdaderas necesidades del territorio. Esto hace que el turismo no sea inclusivo.

Se fue insistente en que no hay una concordancia entre los POT y los Planes de Desarrollo.

Con todo lo anterior hay una desconfianza sobre la gobernabilidad y la gobernanza del sector público en la ciudad. El IDT tiene el compromiso de articular todos estos sectores para garantizar su correcto funcionamiento en pro del desarrollo turístico.

Finalmente, y como eje transversal en todos los ejercicios de participación ciudadana, la percepción de seguridad en la ciudad y sobre todo en los lugares turísticos es demasiado importante para que el turismo se pueda desarrollar de manera efectiva.

- **Cultura**

Palabras más recurrentes	
Cultural	**14**
Ciudad	**11**
Cultura	**8**
Oferta	**8**
Turismo	**8**
Apropiación	**7**
Turistico	**7**
Ciudadano	**4**
Territorio	**4**
Información	4

Figura 8 Palabras cultura-perspectiva sectorial.

La población de la ciudad tiene una baja apropiación ciudadana, en materia de cultura y de territorio. Como no hay sentido de pertenencia, la población no tiende a cuidar el patrimonio cultural y tradicional de sus localidades, esto también ayuda a que no se puedan reconocer como un destino turístico con un atractivo cultural, histórico e inmaterial.

Es necesario impulsar estrategias de tolerancia y respeto a la diversidad cultural para cerrar las brechas de discriminación cultural en la ciudad.

- **Ambiental**

Palabras más recurrentes	
Ambiental	19
Turistico	10
Turismo	9
Espacio	6
Natural	6
Ambiente	6
Ecologico	6
Capacidad	5

Figura 9 Palabras ambiental-perspectiva sectorial..

Hay una falta de cultura ambiental. Sin cultura no se pueden entender los procesos ambientales y turísticos.

No se actúa desde la base de la conservación (más allá de visitar el ecosistema es transmitir la conservación). Por eso no hay controles de ingreso en parques naturales ni se controla el ecoturismo; no se busca proteger la estructura ecológica principal.

Finalmente, las comunidades no se encuentran involucradas en la oferta turística ambiental y no reciben pedagogía en cultura turística y ambiental de la ciudad.

- **Industria**

SECRETARÍA DE PLANEACIÓN

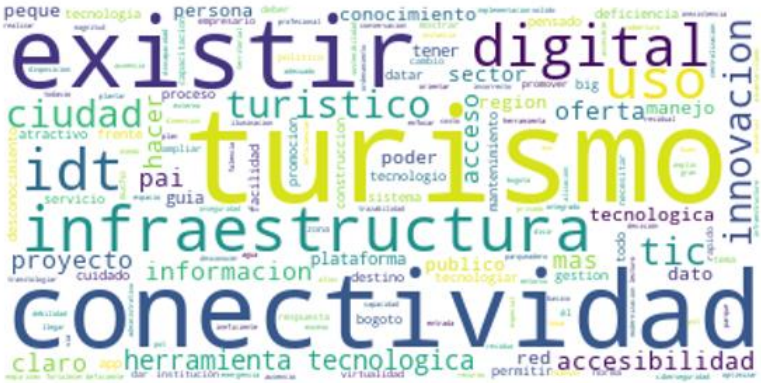
Palabras más recurrentes	
Turistico	17
Sector	9
Guia	8
Turismo	7
Poder	7
Ciudad	5
Mercado	5
Emprendimiento	5
Contar	5
Actor	5

Figura 10 Palabras industria-perspectiva sectorial.

Como no se ha reconocido al turismo como un elemento claro en el desarrollo económico y social de la ciudad, se desconoce la oferta turística y no se arman paquetes turísticos llamativos y tampoco hay incentivos y ayudas para los actores de la cadena de valor asociada al turismo.

El Distrito no es igualitario a la hora de difundir la oferta turística disponible, solo se tienen en cuenta los atractivos turísticos de siempre pero no se han preocupado por promover los atractivos turísticos de otras localidades. Los estudiantes de carreras asociadas al turismo no reciben ayudas o incentivos para abrirse paso en el mercado laboral del turismo. No es clara la manera en que el Instituto tiene en cuenta a estos estudiantes.

- **Inteligencia**



Palabras más recurrentes	
Turismo	10
Tecnologica	9
Conectividad	7
Herramienta	7
Existir	6
Infraestructura	6
Turistico	6
Digital	5
IDT	5
Uso	5

Figura 11 Palabras inteligencia-perspectiva sectorial.

La problemática inicial es que no hay acceso a la conectividad. Falta ampliar la cobertura de red y fortalecer el acceso a internet desde la ruralidad.

No existe infraestructura digital no herramientas tecnológicas que impulsen la oferta turística y no existen profesionales en el IDT y externos, para orientar uso TICS. Debilidad en el uso y conocimiento de las TICS y el big data que permitan optimizar los servicios turísticos de la ciudad.

Falta también que el las instituciones distritales creen unos laboratorios de innovación para los pequeños empresarios, emprendedores. También es necesario tener en cuenta a la academia en este

proceso. Para poder mostrar el turismo en las Universidades se necesitan muchas herramientas tecnológicas.

No hay una política pública que le apueste a un turismo inteligente.

- **Recursos e infraestructura**

Palabras más recurrentes	
Turístico	**14**
Infraestructura	**12**
Público	**7**
Ciudad	**7**
Mejorar	**7**
Realización	**6**
Hacer	**6**
Accesibilidad	**5**
Atractivo	**5**
Inventario	**5**

Figura 12 Palabras recursos-perspectiva sectorial.

La infraestructura turística de la ciudad no es accesible. No hay vías de acceso adecuadas ni para personas con discapacidad ni para el resto de la población.

Esto también se da porque la infraestructura de la ciudad no tiene un enfoque turístico, no se ve la necesidad de hacer más accesibles los atractivos turísticos.

- **Social**

Palabras más recurrentes	
Ciudad	**13**
Turismo	**13**
Comunidad	**11**
Turistico	**10**
Social	**7**
Turista	**7**
Destino	**5**
Actividad	**5**
Más	**5**
Localidad	**5**

Figura 13 Palabras social-perspectiva sectorial.

El principal problema del subsistema social en el turismo es que este no reconoce el valor de la sociedad en la industria. Como no se tiene en cuenta a la población para adelantar todos estos procesos de manera legítima, los mismos perciben el turismo como una actividad invasiva.

No hay procesos pensados en el mejoramiento de ingresos de la población ni en la generación de empleos para los mismos, todo esto desde la industria turística.

La industria turística ha seguido sin tener en cuenta a las comunidades y las ofertas turísticas que se tienen no obedecen a las lógicas de cada localidad. No se tiene en cuenta a las comunidades receptoras, ni por parte del Distrito y por parte de los visitantes que no respetan las prácticas propias de las comunidades receptoras.

La ciudad no es reconocida como una ciudad turística, ni como un destino a visitar por extranjeros ni por residentes. Ya que no se ha enfocado a Bogotá como un destino turístico, una problemática para las personas que tienen contacto con los turistas o que hacen parte de la oferta turística de la ciudad, es que estos no son competitivos idiomáticamente. No hay diversidad de idiomas hablados en quienes prestan servicios turísticos. Hay que diversificar esta área lingüística y no solo en quienes hacen parte de la cadena de valor del turismo, también en los estudiantes y egresados de carreras afines para hacerlos más competitivos en el mercado.

Soluciones / alternativas

- **¿Qué desarrollar?**

- Primero se debe generar apropiación de ciudad por parte de las comunidades.

- Una política pública de turismo con el acompañamiento institucional pertinente. Una política de turismo con un enfoque de inclusión que promueva las prácticas artesanales y que apunte a una valorización de los saberes ancestrales sobre los territorios, principalmente en lo referente a la conservación de los ecosistemas.

- Identificación y generación de productos turísticos, pero estos deben ir acompañados de la capacitación de todos los actores de la cadena de valor del turismo.

- Mejorar la seguridad y sobre todo la seguridad de las mujeres para que puedan acceder a los atractivos turísticos.

- **¿Para qué desarrollarlo?**

- Para generar sentido de pertenencia sobre el territorio, la cultura y la historia. Esto se puede enlazar con el rescate de saberes y tradiciones que les den valor a los territorios y que estos sean aprovechables como oferta y atractivos turísticos. Potencializar las fortalezas de cada localidad.

- Mejorar la calidad de vida de las comunidades desarrollándolas económica y socialmente por medio del turismo. Generar riqueza, desarrollo, progreso, productividad y competitividad.

- Volver a Bogotá como un destino turístico nacional e internacionalmente. Ser una opción prioritaria como destino turístico para visitantes turísticos.

- **¿Qué camino seguir?**

- Creación de mesas de trabajo entre los actores de la cadena de valor.

- Es necesario garantizar acceso a las TIC'S en toda la ciudad, en todo el territorio sin discriminación social o económica.

- Alianza real y comprometida con la academia.

- El desarrollo del bilingüismo es importante porque permite que los prestadores de servicios turísticos sean competitivos y la oferta turística de la ciudad como destino turístico va a ser más atractivo.

- Se deben priorizar los sectores turísticos más afectados por la pandemia.

- **¿Con qué instrumentos?**

- Con la política pública de turismo.

- Con una capacitación constante para el mejoramiento de competitividad de los empresarios.

- Promover el uso de plataformas y herramientas tecnológicas para el uso óptimo de la información.

- Alianzas público privadas para la consecución de los recursos necesarios que estimulen al sector turístico.

- **¿Con quién?**

- Empresas públicas y privadas.

- Comunidad de los territorios receptores y entidades públicas.

- Toda la cadena de valor.

- Comunidad con enfoque diferencial.
- Academia.
- Gremios.
- Gobierno local.
- Medios de comunicación.
- Con el Distrito.

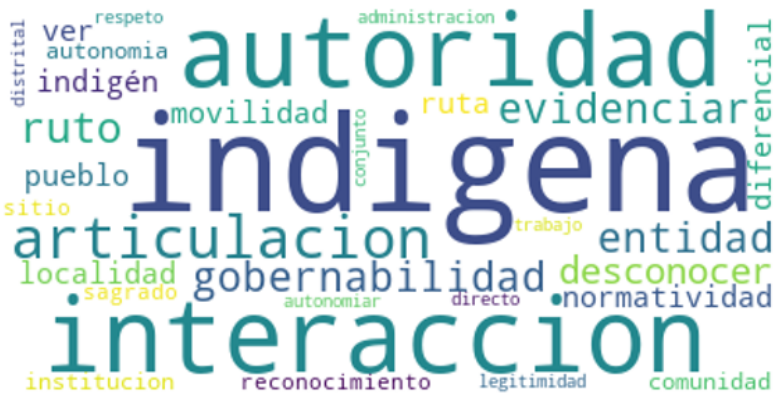
- **¿Para quién?**

- Ciudadanos y visitantes.
- Generaciones futuras.
- Prestadores de servicios turísticos y atractivos.
- Actores locales.
- Comunidades receptoras.

4.2 Perspectiva poblacional

4.2.1 Pueblos Indígenas

- **Gobernanza**



Palabras más recurrentes	
Indigena	4
Interacción	2
Autoridad	2
Articulación	2
Ruta	1
Gobernabilidad	1
Evidenciar	1
Entidad	1
Desconocer	1
Normatividad	1

Figura 14 Palabras gobernanza-perspectiva indígena.

En el ejercicio de participación ciudadana con las comunidades indígenas asentadas en Bogotá, más específicamente en el subsistema de gobernanza, pudimos evidenciar que estas comunidades perciben una falta de articulación entre ellas y el gobierno distrital. Esta falta de articulación se traduce en la falta de reconocimiento, por parte del distrito, de las autoridades indígenas y la inexistencia de interacción entre el distrito y las comunidades indígenas.

Gracias a la no interacción con las autoridades indígenas no se legitiman las funciones y la gobernanza del Distrito, y de igual manera, se percibe que este no legitima las funciones y la gobernabilidad de las autoridades indígenas. A esto se le debe sumar que el desconocimiento de las autoridades y comunidades indígenas hace que no se reconozcan ni respeten sus lugares sagrados, autonomía y capacidad de trabajar conjuntamente con la administración distrital.

Finalmente, se puede concluir que esta falta de articulación ha generado los problemas anteriormente descritos en el subsistema de gobernanza.

- **Cultural**

Palabras más recurrentes	
Cultural	6
Parte	3
Sagrado	3
Desconocimiento	2
Respeto	2
Sitio	2
Comunidad	2
Indigena	2
Pueblo	2
Perdido	2

Figura 15 Palabras cultura-perspectiva indígena..

Se tiene la percepción de que el Instituto no reconoce los valores culturales de la población indígena y esto genera la no incidencia en la participación de estas comunidades. Se expresó también que no hay un reconocimiento de los saberes ancestrales y propios de las comunidades indígenas, la falta de respeto a los lugares sagrados de estas comunidades y a la diversidad cultural de las mismas. Al no reconocer la cultura, la cosmovisión y la importancia en diversidad cultural de estas comunidades se percibe irrespeto con la población indígena.

- **Ambiental**

Palabras más recurrentes	
Sagrado	3
Cuidado	3
Sitio	2
Tener	2
Territorio	2
Interpretación	2
Espacio	2
Agua	2
Descuido	1
Contar	1

Figura 16 Palabras ambiental-perspectiva indígena..

Para las comunidades indígenas que hicieron parte del ejercicio de participación, la principal problemática es que no se tiene claro el grado de importancia que tiene el medio ambiente, por la falta de conciencia en esto, se puede evidenciar que no hay respeto ni cuidado por los espejos de agua y humedales, una falta de respeto general hacia el medio ambiente y a los lugares sagrados para la población indígena. Como no hay conciencia de la importancia del medio ambiente tampoco se ha fomentado el cuidado del mismo y de los recursos ambientales con los que cuenta la ciudad.

Industria turística

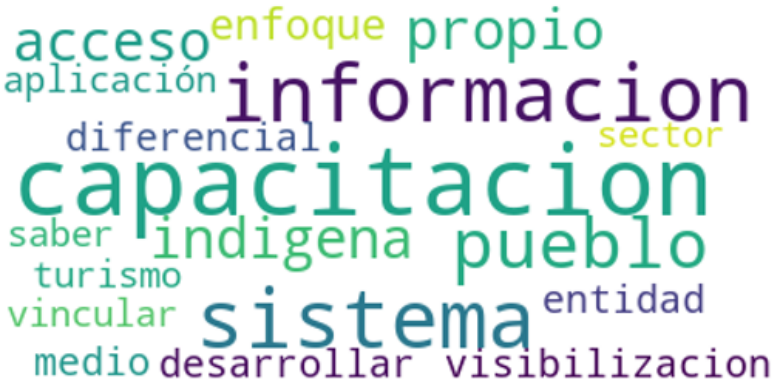
Palabras más comunes	
Propio	4
Industria	4
Reconocimiento	3
Espacio	3
Desconocimiento	2
Medicina	2
Articulación	2
Ancestral	2
Cultural	2
Arte	2

Figura 17 Palabras industria turística-perspectiva indígena..

Las comunidades indígenas sienten que no tienen incidencia en la industria turística porque se ha desconocido los saberes propios, medicinales y prácticas ancestrales que tienen las poblaciones indígenas. También sienten que no han podido hacer parte de la industria turística de la ciudad porque no existe una articulación entre el Distrito y las comunidades para incluirlas dentro de la cadena de valor del turismo respetando su diversidad y posibilidad de aportar desde sus saberes, cultura y arte ancestrales. Por la falta de articulación no hay apoyo financiero para que las comunidades puedan hacer parte de la industria turística.

Consideran que también es necesario que haya guías turísticos pertenecientes a las mismas comunidades ya que no creen correcto que sea un externo quien guie turísticamente a las personas dentro del territorio que ancestralmente ha pertenecido a estas comunidades indígenas.

- **Inteligencia**

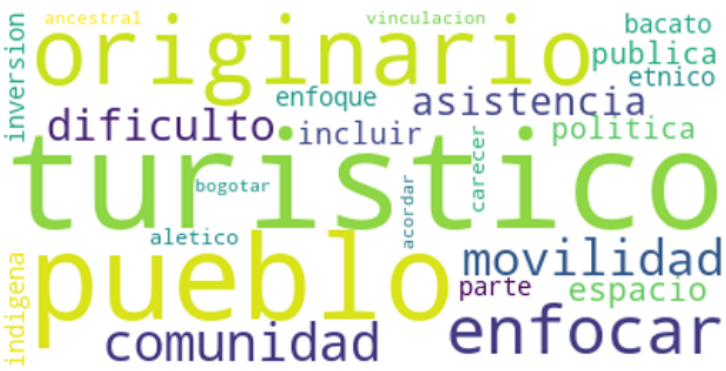


Palabras más comunes	
Capacitación	3
Sistema	2
Información	2
Pueblo	2
Indigena	2
Acceso	2
Propio	2
Enfoque	1
Diferencial	1
Medio	1

Figura 18 Palabras inteligencia-perspectiva indígena.

En los sistemas de información asociadas al turismo no hay información sobre o relacionada con las poblaciones indígenas. Tampoco hay capacitaciones con enfoque diferencial para acceder a los sistemas de información turística. Se evidenció de igual manera, la falta del desarrollo de aplicaciones que vinculen los saberes propios de las comunidades indígenas desde el sector turístico.

- **Recursos e infraestructura**

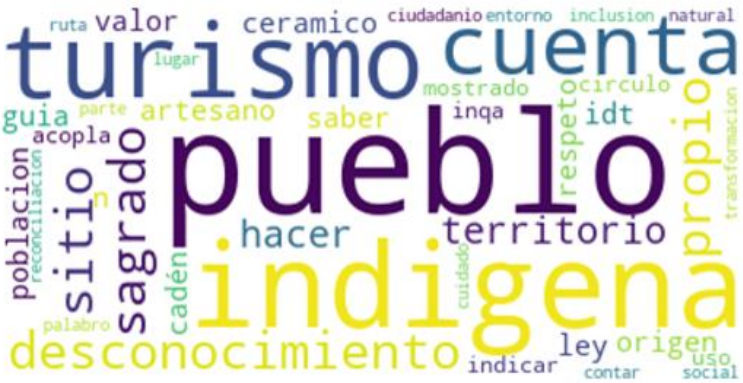


Palabras más comunes	
Turistico	2
Pueblo	2
Originario	2
Enfocar	1
Comunidad	1
Movilidad	1
Dificultad	1
Asistencia	1
Espacio	1
Politica	1

Figura 19 Palabras recursos e infraestructura-perspectiva indígena.

Las políticas públicas no incluyen el enfoque étnico indígena en el turismo, esto hace que la infraestructura turística, como la señalética, carezca de vinculación ancestral acorde al pueblo originario de la ciudad. No hay enfoque de infraestructura hacia las comunidades indígenas. Esto finalmente ha hecho que los pueblos indígenas no se sientan parte del turismo de la ciudad.

- **Social**



Palabras mas comunes	
Pueblo	5
Indigena	4
Turismo	3
Cuenta	2
Desconocimiento	2
Sitio	2
Sagrado	2
Propio	2
Territorio	2
Hacer	2

Figura 20 Palabras social-perspectiva indígena.

El principal problema que han evidenciado las comunidades indígenas respecto al subsistema social es que hay un desconocimiento general sobre las mismas comunidades, sus sitios sagrados, lugares y rutas propias; como en los otros subsistemas, el desconocimiento hace que no se tenga en cuenta a la población dentro de la industria turística y que se irrespete a la ley del territorio.

En este ejercicio de participación con comunidades indígenas nos ha quedado clara una problemática y de la cual se desprenden las otras problemáticas que se han mencionado, y es que las comunidades sienten de alguna manera que han sido invisibilizadas por las administraciones distritales y que esto les imposibilita poder participar de manera incidente en la gobernanza local. Siendo el desconocimiento y la falta de reconocimiento de estas comunidades y de toda su cultura y saberes ancestrales, la mayor problemática reconocida por ellos, se incurre en un irrespeto a toda su cosmovisión y diversidad étnica.

Soluciones / alternativas

¿Qué desarrollar?

- Se debe desarrollar un capítulo indígena de turismo donde se tenga una interlocución efectiva con las autoridades indígenas legitimas del territorio, donde se respete sus propios gobiernos ya que estos se rigen de acuerdo a la ley de origen.

- Este capítulo debe tener programas con énfasis diferencial que vaya dirigido a los integrantes de la comunidad. Donde se cree una agencia de turismo y se capacite a los guías turísticos de la comunidad indígena. Con esto se busca resignificar y respetar los saberes propios y ancestrales de la población indígena.

¿Para qué desarrollarlo?

- Lo principal es cerrar las brechas de desigualdad histórica que han sufrido las comunidades indígenas, y hacerlo por medio del ejercicio turístico.

- También es importante fortalecer la identidad propia y crear una autonomía desde el pensamiento ancestral y estimular la pervivencia de las comunidades indígenas.

- Para que las comunidades indígenas puedan participar activamente en el sector turístico, es necesario entender que los operadores turísticos indígenas también son importantes y que la política pública de turismo se puede generar de la mano con los cabildos indígenas y la comunidad que ha habitado el territorio.

¿Qué camino seguir?

- Todo esto es necesario materializarlo en la política pública de turismo y desde el Instituto se debe adelantar la creación de mesas de concertación con las autoridades indígenas y asesorar este proceso jurídicamente.

- También debe liderar una ruta para el intercambio de saberes en los pueblos indígenas de manera nacional e internacional.

- La institucionalidad debe crear espacios de participación donde se reconozca la gobernabilidad de los pueblos indígenas.

¿Con qué instrumentos?

- Principalmente, con la política pública de turismo pero que se implementen los mandatos propios de las comunidades indígenas para salvaguardar los territorios y las propias comunidades originarias del territorio.

- El IDT debe dar una asistencia técnica en planes, programas y proyectos propios de la población indígena.

¿Con quién?

- Con el Instituto Distrital de Turismo, el Ministerio del Interior, las Autoridades Indígenas, la población general de Bogotá, los prestadores de servicios turísticos, actores conexos a la cadena de valor del turismo, el sector privado turístico y el sector público relacionado con el sector turismo.

¿Para quién?

- Para incluir a la población indígena en la industria turística, darles visibilización y posicionarlas. Es necesario que se pueda respetar la ley original del territorio.

- Para la ciudadanía siempre y cuando se respete la ley de origen de los pueblos indígenas.

4.2.2 Comunidades NARP

- **Gobernanza**

Palabras más comunes	
Turismo	6
Ciudad	4
Hacer	4
Sector	3
Local	2
Enfoque	2
Afro	2
Solo	2
Ver	2
Poder	2

Figura 21 Palabras gobernanza-perspectiva NARP.

Uno de los principales problemas que se encontraron en el ejercicio de participación ciudadana con comunidades NARP, más específicamente enfocado en el subsistema de gobernanza es el de una desconfianza generalizada hacia el Instituto Distrital de Turismo ya que en las anteriores administraciones se incumplieron algunos acuerdos que se había llegado con la población.

Consideran también que uno de los problemas de gobernanza para el turismo es que falta que cada localidad se sienta incluida dentro del turismo en toda la ciudad, consideran que para esto es necesario que cada localidad cuente con una oficina de turismo local que sea manejada desde el mismo territorio y teniendo en cuenta las realidades y particularidades de cada localidad.

También ven como un gran problema que el turismo en la ciudad ha estado enfocado en un tipo de turismo europeo que es más “frío” con los visitantes y se tiene la percepción que esto hace que las personas no quieran regresar o ver a la ciudad como un destino turístico acogedor y “cálido”; hace que las personas no se sientan bienvenidas.

Uno de los grandes problemas para asegurar que las iniciativas distritales que se llevan a cabo continúen y no tengan un retroceso cada cuatro años, es que las mismas dependen de cada nueva administración. Se ha recalcado la importancia de que la política pública de turismo, así como cada programa e iniciativa enfocada en el sector turismo, sea de vigencia larga y que perdure así se cambie de administración.

Finalmente consideran que el turismo no debería ser visto solamente como un problema de consumo, más bien que se debe tener en cuenta que el turismo es una herramienta para impulsar y fortalecer el turismo cultural sobre todo con un enfoque más afrodescendiente.

- **Cultural**

Palabras más comunes	
Territorio	3
Poder	3
Mostrar	3
Saber	3
Comunidad	3
Hacer	3
Espacio	2
Reconocimiento	2
Todo	2
Etnico	2

Figura 22 Palabras cultural-perspectiva NARP.

Las comunidades NARP sienten que se ha invisibilizado el aporte cultural y étnico que han hecho a la ciudad. Sienten que hacen falta espacios que exhiban la diversidad étnica que tiene Bogotá.

Piden que haya reconocimiento de las historias y relatos que se relacionan con las regiones que finalmente se ven representadas por las personas que llegan a la ciudad.

Sienten de igual manera que las comunidades NARP han aportado activamente a la cultura del territorio y que no hay espacios o recorridos con un enfoque diferencial étnico.

- **Ambiental**

Palabras más comunes	
Poder	3
Territorio	2
Conocer	2
Comunidad	2
Huerta	2
Comunitario	2
Humedal	2
Relación	2
Entorno	2
Espacio	1

Figura 23 Palabras ambiente-perspectiva NARP.

El cuidado de los humedales es uno de los principales problemas que se encuentran en el subsistema ambiental, adicional sienten que los humedales podrían ser un potencial atractivo turístico pero que se debe seguir insistiendo en su cuidado. No se ha fortalecido el desarrollo de huertas comunitarias y de la inclusión de la medicina ancestral.

Como no hay un reconocimiento de la ancestralidad y el reconocimiento del entorno, Bogotá no ha podido posicionarse como un destino turístico de naturaleza.

- **Industria turística**

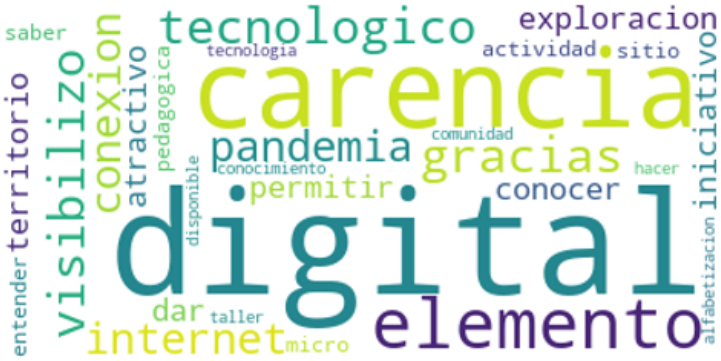
Palabras más comunes	
Mercado	2
Reconocimiento	2
Grupo	2
Etnico	2
Agresivo	1
Necesitar	1
Herramienta	1
Juridica	1
Ser	1
Competitivo	1

Figura 24 Palabras industria turistica-perspectiva NARP.

Como en los subsistemas anteriores, el gran problema identificado es la falta de reconocimiento de estos grupos étnicos, como no hay un reconocimiento de la población NARP no sienten que desde la empleabilidad y la construcción de empresa se les pueda incluir, además que estos programas no se han diseñado con enfoque étnico.

La industria no cuenta con guías turísticos étnicos y no hay atractivos turísticos que cuenten con este tipo de enfoque diverso.

- **Inteligencia**



Palabras más comunes	
Digital	2
Carencia	1
Elemento	1
Tecnologico	1
Vizibilizó	1
Gracias	1
Pandemia	1
Conexión	1
Internet	1
Permitir	1

Figura 25 Palabras inteligencia-perspectiva NARP.

Una de las cosas que visibilizó la pandemia fue la carencia de elementos tecnológicos que ayuden a la industria turística. La conexión a internet también es una barrera para acceder a la información relacionada con el turismo en la ciudad.

Adicionalmente, la comunidad siente que tiene un grado de “analfabetización digital” y que para romper esto es necesario capacitar a la comunidad sobre conocimiento digital, pero sin dejar de lado el enfoque étnico para las capacitaciones.

- **Recursos e infraestructura**

Palabras más comunes	
Cultura	2
Lugar	2
Mostrar	2
Ciudad	2
Persona	2
Nuevo	2
Infraestructura	1
Permitir	1
Visualizar	1
Etnico	1

Figura 26 Palabras recursos-perspectiva NARP.

La infraestructura turística de la ciudad no tiene un enfoque étnico que muestre la diversidad cultural que aporta a la ciudad cada una de las comunidades NARP. Los lugares, vistos desde atractivos turísticos no son adecuados ni representan las culturas étnicas que habitan Bogotá.

Y finalmente, sienten que la infraestructura turística de la ciudad no es amigable ni intuitiva con las personas que llegan nuevas a la ciudad.

- **Social**

Palabras más comunes	
Turismo	3
Reconocimiento	2
Sociedad	2
Local	2
Hacer	2
Comunidad	2
NARP	2
Inclusión	1
Social	1
Etnico	1

Figura 27 Palabras social-perspectiva NARP.

Las comunidades NARP sienten que no hay inclusión social dentro del turismo, no se ha hecho un reconocimiento a los aportes étnicos que han hecho los distintos grupos étnicos y a esto también se le suma que hay estigmatización hacia las comunidades NARP, tampoco desde el gobierno distrital se han adelantado campañas para combatir esta estigmatización.

También consideran necesario trabajar desde la educación enfocado en los niños, niñas y adolescentes afrodescendientes, que estos se sientan orgullosos de pertenecer a este grupo poblacional.

<u>Propuestas y alternativas</u>

¿Qué desarrollar?

- Las alcaldías locales deben contar con presupuesto propio para turismo y cada localidad debe tener una oficina turística propia.

- También se debe abrir más el enfoque del turismo y entender que la comunidad afro hace parte del organigrama del país y que aporta cultura, diversidad e historia a la ciudad. Las instituciones deben aceptar y acoger a las comunidades NARP.

- Nuevas rutas turísticas y nutrir más las que ya existen. Dentro de estas rutas turísticas debe haber una enfocada a comunidades étnicas.

- Se debe crear un centro de encuentro donde se lleven a cabo todos los procesos operativos del sector turismo, pero que las personas puedan acceder a cooperar en este centro.

- Micro sitios o páginas donde se muestre lo que se construye en materia de turismo y las agendas de actividades turísticas y culturales donde se tenga en cuenta las conmemoraciones y fechas importantes de los grupos étnicos; también los proyectos que se vienen adelantando en el sector.

¿Para qué desarrollarlo?

- Cambiar el imaginario de que las personas se deben desplazar hasta el territorio para conocer la cultura, historia y diversidad de la comunidad NARP y de las demás comunidades étnicas, cuando dentro de la ciudad existe esta posibilidad. Las rutas turísticas que se están planteando servirían mucho para mostrar a los turistas y visitantes el liderazgo de las comunidades NARP y mostrar lo que las comunidades étnicas tienen para ofrecer.

- Para Incentivar el turismo local de las comunidades en el territorio. Es importante que se llegue al territorio, que se conozca la realidad de la comunidad y que se fortalezcan los escenarios económicos como el turístico.

¿Qué camino seguir?

- Es necesario hacer una identificación etnográfica para que se tengan en cuenta a todas las comunidades étnicas que habitan Bogotá. También es necesario consultar la voluntad de estas comunidades para hacer parte del cuerpo de agentes turísticos.

- Se pueden aprovechar los escenarios educativos y construir tradición oral de la mano de universidades con el enfoque de las comunidades NARP.

- De acuerdo con la oficina local de turismo y distrital, se debe hacer un diagnóstico de lo que hay en materia de turismo en las localidades. Crear un proyecto local de turismo que se desarrolle por medio de las oficinas locales de turismo.

- Para no empezar de cero y legitimando el ejercicio institucional, se debe tener en cuenta a las organizaciones base que hay dentro de las localidades y trabajar de la mano con ellas.

¿Con qué instrumentos?

- Se puede aprovechar el cuerpo de buses de SITP que ya tiene la ciudad y registrarlos para ser usados en las rutas turísticas.

- Lo anterior hay que ligarlo con la creación de un sistema de transporte integrado con enfoque turístico.

- Se deben usar recursos propios de acciones colectivas, CONPES, planes de desarrollo distrital, POT, plan ambiental y ODS.

- También se deben aprovechar las herramientas tecnológicas con que se cuenta y así evitar el analfabetismo tecnológico. Sin embargo, no se debe dejar de lado todos los medios de comunicación tradicionales ya que estos también pueden ayudar a estimular el ejercicio turístico en la ciudad.

- Esto para que las personas se enteren y conozcan todas las iniciativas y beneficios que surgirán de las distintas oficinas locales de turismo.

¿Con quién?

- Con los habitantes de las localidades, profesores, pedagogos y con las universidades y los grupos base de organización que se encuentran establecidos en cada una de las localidades. Usando los esquemas públicos que ya existen como bibliored.

¿Para quién?

- Para los visitantes y residentes de las localidades. Para estudiantes, colegios y para que la comunidad conozca el turismo local y lo disfrute. Que toda Bogotá sea turística y no solo pocas localidades que tradicionalmente han sido turísticas.

4.2.3 Niños, niñas y adolescentes

- **Gobernanza**

Palabras más comunes	
Hacer	4
Turismo	2
Ser	2
Así	2
Mejoramiento	2
Ciudad	2
Atención	2
Más	2
Apoyo	2
CAT	2

Figura 28 Palabras gobernanza-perspectiva Niños, niñas y adolescentes..

Se considera que uno de los principales problemas es que el sistema turístico debería estar regulado por una Secretaría y no por un Instituto, esto dada la importancia de la industria turística en la educación y el desarrollo económico y social que conlleva este ejercicio; con la creación de una Secretaría de Turismo se podría ordenar y regular esta industria de manera más eficiente.

También, gracias a que no hay una forma de regular el ejercicio turístico, este carece de vigilancia y control eficientes para los prestadores de servicios turísticos.

Se ha considerado a la seguridad en la ciudad como un eje transversal a todos los subsistemas y de vital importancia para que el ejercicio turístico sea ejecutado de manera satisfactoria.

De acuerdo a los expresado por los CAT, las alcaldías locales no hay ejercido un apoyo suficiente en términos de turismo para los Colegios Amigos del Turismo, esto también se ha traducido en la falta de articulación entre las entidades distritales y nacionales frente a la industria turística; y que igualmente las entidades distritales hagan promoción turística y cultural de la ciudad.

Para los CAT también es importante poder participar de manera activa en la industria turística por medio de políticas distritales y gubernamentales eficientes.

Finalmente han visto con preocupación que desde hace cuatro años no haya presupuestos participativos enfocados en el sector turismo.

- **Cultural**

Palabras más comunes	
Apropiación	3
Hacer	2
Valor	2
Patrimonio	2
Turistico	2
Cultural	2
Ver	2
Inclusión	1
Estudiante	1
Docente	1

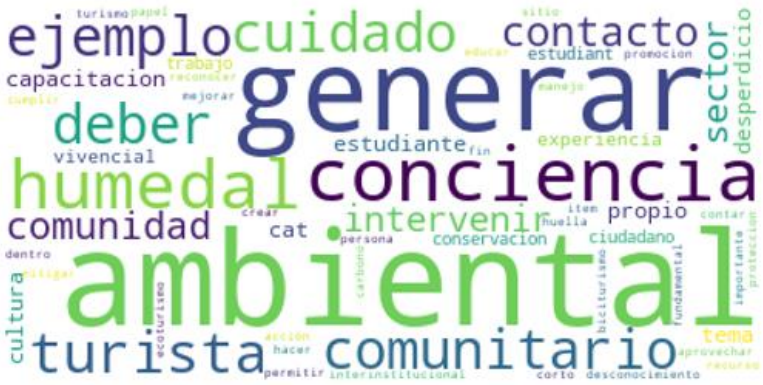
Figura 29 Palabras cultura-perspectiva Niños, niñas y adolescentes..

Uno de las principales problemáticas encontradas en el subsistema cultural es la falta de apropiación y sentido de pertenencia que se tiene desde el turismo hacia el patrimonio inmaterial, cultural y arquitectónico, entre otros, que tiene la ciudad. Es necesario que desde los Colegios Amigos del Turismo se estimule el sentido de pertenencia y respeto a la diversidad cultural y patrimonial, por medio de recorridos de apropiación.

No hay generación de presupuesto para las distintas instituciones que hacen parte de los CAT para la realización de salidas pedagógicas de reconocimiento turístico y cultural.

Finalmente es necesario atacar de frente las manifestaciones del ESCNNA ya que es uno de los efectos negativos del turismo.

- **Ambiental**



Palabras más comunes	
Ambiental	7
Generar	3
Conciencia	3
Humedal	3
Ejemplo	2
Cuidado	2
Deber	2
Comunitario	2
Turistas	1
Contacto	1

Figura 30 Palabras ambiental-perspectiva Niños, niñas y adolescentes.

El principal problema encontrado respecto al medio ambiente es la falta de conciencia sobre la importancia y el cuidado del medio ambiente. Es necesario generar conciencia en turistas y comunidad receptora sobre lo anterior.

Hay que aprovechar los potenciales atractivos turísticos ambientales para genera conciencia y conocimiento alrededor de estos. Respecto a esto, se ha desperdiciado el ejemplo de cultura del cuidado que han tenido los Colegios Amigos del Turismo en experiencias vivenciales de los mismos estudiantes.

No hay contacto con las comunidades que habitan los potenciales atractivos turísticos y los ya establecidos, ni inclusión de los mismos en la industria turística.

- **Industria turística**

Palabras más comunes	
Industria	3
Sensibilización	1
Tipo	1
Deber	1
Trabajar	1
Mano	1
Todo	1
Hacer	1
Innovación	1
Turismo	1

Figura 31 Palabras industria-perspectiva Niños, niñas y adolescentes..

El principal problema descrito en este subsistema es la falta de articulación entre industrias que pueden ayudar a nutrir la cadena de valor del turismo en la ciudad. Es necesario generar un producto turístico que converja las diferentes industrias que pueden lucrarse de esto, como por ejemplo Distrito Grafiti. Para poder nutrir lo anterior es necesario que se capacite de manera eficiente a las personas que integran estas industrias para que vean en el turismo una fuente de ingresos y de desarrollo económico y social.

Esto, finalmente puede significar un apoyo a las industrias locales sobre las extranjeras.

- **Inteligencia**

Palabras más comunes	
Turistico	2
Promoción	2
Hacer	2
Mejorar	1
Cultura	1
Seguridad	1
Biciusuario	1
Recorrido	1
Más	1
Seguro	1

Figura 32 Palabras inteligencia-perspectiva Niños, niñas y adolescentes..

La promoción turística es ineficiente dado que no se ha hecho un mapeo y segmentación de los atractivos turísticos con los que cuenta la ciudad y esto hace que siempre se promocionen los mismos atractivos turísticos de siempre. También es necesario que se haga una segmentación de potenciales turistas para que la información sea dirigida de manera eficiente y eficaz, pero, sobre todo, llamativa.

Para lo anterior, no se ha usado de manera eficiente el alcance de las redes sociales, es necesario que se haga una movida publicitaria promocional de todos los atractivos turísticos con los que cuenta Bogotá.

- **Recursos e infraestructura**

Infraestructura	3
Problema	2
Turistico	2
Ciudad	2
Presentar	2
Importante	2
Ejemplo	2
Accesibilidad	1
Persona	1
Discapacidad	1

Figura 33 Palabras recursos e infraestructura-perspectiva Niños, niñas y adolescentes..

El deterioro de la infraestructura turística y de sus alrededores, en temas de señalización y de estructuras, es uno de los principales inconvenientes que se encontraron en este subsistema.

La infraestructura turística da a conocer los bienes de interés cultural que finalmente le proporcionan un gran valor al turismo en la ciudad. Tampoco esta es accesible para las personas con discapacidad.

Finalmente, la planta de infraestructura turística se encuentra desactualizada y en estado de desmejora.

- **Social**

Palabras mas comunes	
Ciudad	3
Conocimiento	1
Ciudadania	1
Turismo	1
Impedir	1
Socializar	1
Hablar	1
Atractivo	1
Oferta	1
Apropiación	1

Figura 34 Palabras social-perspectiva Niños, niñas y adolescentes..

De nuevo pudimos encontrar que el desconocimiento y la falta de apropiación del territorio por parte de la ciudadanía impide la socialización de los atractivos turísticos y de la oferta en materia turística que puede ofrecer la ciudad.

Como no hay regulación del ejercicio turístico tampoco hay normas de convivencia que regulen el comportamiento en sitios turísticos de la ciudad.

El microtráfico, los habitantes de calle y el enorme desplazamiento forzado hacia la ciudad, hacen que el ejercicio turístico se vea afectado.

<u>Propuestas y alternativas</u>

¿Qué desarrollar?

- Es importante que el programa Colegios Amigos del Turismo incluya más colegios y que se pueda vincular a la educación superior en estos procesos.

- Aprovechando el escenario educativo, se puede hacer pedagogía permanente en los colegios y universidades sobre el cuidado del entorno de nuestra ciudad.

- Es importante que se puedan estimular las salidas pedagógicas ya que estas ayudan a hablar sobre turismo y a generar impacto en los estudiantes.

- También es necesario, para el resto de la población, crear rutas turísticas que puedan ayudar a generar apropiación de ciudad.

- Los productos turísticos deben ser desarrollados en todas las localidades y no solamente en las que han sido históricamente turísticas.

- En todo este proceso es importante vincular a la población de adultos mayores.

¿Para qué desarrollarlo?

- Para tener más apropiación del territorio y que se muestren los potenciales y atractivos turísticos de todas las localidades y estos finalmente sean reconocidos.

- Para realizar una transición de los jóvenes del colegio a la universidad.

- Para la sostenibilidad, incluir al sector productivo, encontrar ese equilibrio entre lo social, ambiental y lo económico.

¿Qué camino seguir?

- Se debe tener más claridad sobre los presupuestos participativos y asignar más recursos a los CAT buscando su posicionamiento. Es necesario que se reconozca aún más el trabajo que se realiza desde los CAT.

- Involucrar al sector productivo. Y articular a todas las entidades e instituciones.

¿Con qué instrumentos?

- Con la asignación de los presupuestos participativos.

- Promover los recorridos por los sectores productivos de las localidades. Estos recorridos, y los demás recorridos, deben hacerse con guías especializados para los estudiantes. Se pueden articular los recorridos que ya están con el programa de CAT.

- También es importante que los estudiantes puedan tener acceso a unos recorridos técnicos con guías del IDT.

¿Con quién?

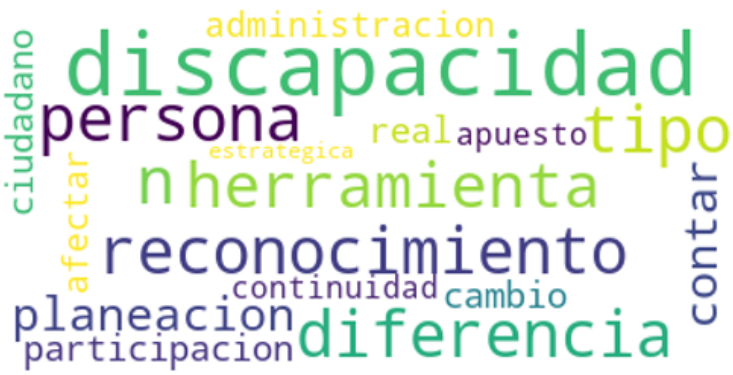
- Con el IDT, los distintos CAT y con Alianzas interinstitucionales.

¿Para quién?

- Pensando en los estudiantes de los CAT, para sus familias y futuras generaciones.
- Para los docentes, los habitantes de Bogotá y los turistas.
- Para recordar la comunidad circundante y ara reactivar el sector productivo en las localidades alrededor de los atractivos turísticos.

4.2.4 Personas con discapacidad

- **Gobernanza**



Palabras más comunes	
Discapacidad	2
Reconocimiento	1
Persona	1
Diferencia	1
Tipo	1
Herramienta	1
Planeación	1
Contar	1
Participación	1
Ciudadano	1

Figura 35 Palabras gobernanza-perspectiva personas con discapacidad.

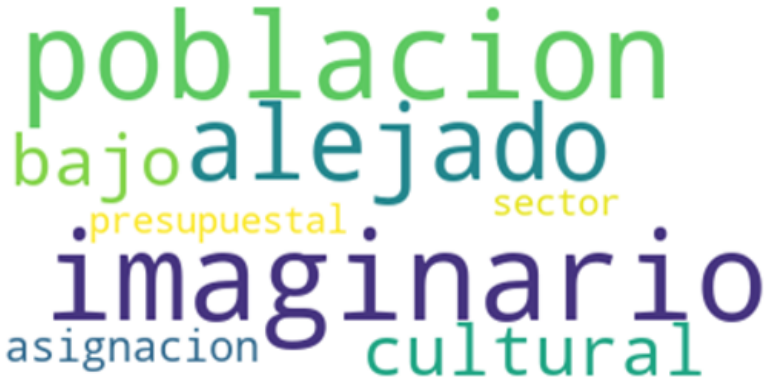
No se tiene en cuenta de manera integral a las personas con discapacidad y las diferencias existentes entre discapacidades, lo que hace que la comunidad de personas con discapacidad se sienta discriminada y no tenida en cuenta.

Se carece de herramientas de participación y las que ya están definidas no cuentan con la participación incidente de la población, entonces tienden a carecer de legitimidad y aprobación.

Finalmente, los cambios entre administraciones afectan de manera directa la continuidad de programas y trabajos adelantados con la ciudadanía, se necesita que todas estas iniciativas no

dependan de la administración entrante, sino que continúen vigentes para que el trabajo adelantado no se pierda y se deba iniciar de cero, esto permite seguir avanzando y no retrocediendo cada cuatro años.

- **Cultural**



Palabras más comunes	
Imaginario	1
Población	1
Alejado	1
Cultural	1
Bajo	1
Asignación	1
Presupuestal	1
Sector	1

Figura 36 Palabras cultura-perspectiva personas con discapacidad.

No hay productos turísticos asociados a la cultura y a su diversidad presentes en la ciudad. Uno de los grandes inconvenientes que se presentaron en este subsistema es que la asignación presupuestal del sector es muy baja y esto imposibilita adelantar procesos y proyectos culturales en el sector turístico.

Tampoco se cuenta de manera total e integral con la participación y aprobación de todos los sectores que componen la diversidad cultural de la ciudad para construir con ellos atractivos y productos turísticos culturales que nutran la industria del turismo en la ciudad.

- **Ambiental**

Palabras más comunes	
Bajo	1
Aprovechamiento	1
Parques	1
Elemento	1
Ambiental	1
Desarrollo	1
Turismo	1
Multisensorial	1

Figura 37 Palabras ambiente-perspectiva personas con discapacidad.

Hay un bajo aprovechamiento de parques y elementos ambientales para el desarrollo del turismo multisensorial.

Los atractivos turísticos ambientales no son accesibles para las personas con discapacidad, lo que hace que sean excluyentes.

No hay conciencia sobre el uso y mantenimiento de los atractivos turísticos ambientales y un correcto uso de la normativa sobre capacidad de carga de los mismos, todo esto para disminuir el impacto negativo del turismo en el medio ambiente.

- **Industria**

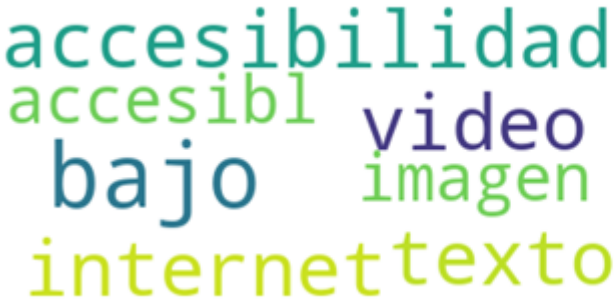
Palabras más comunes	
Discapacidad	5
Persona	4
Bajo	2
Visibilización	2
Capacitación	1
Prestador	1
Servicio	1
Economico	1
Solidaridad	1
Responsabilidad	1

Figura 38 Palabras industria-perspectiva personas con discapacidad.

El sector de industria turística no es inclusivo con las personas con discapacidad. Las tasas de desempleo en personas con discapacidad son altas, los emprendimientos de esta población cuentan con baja visibilización e iniciativas de apoyos económicos para ellos; y la capacitación que se brinda desde el sector a los prestadores de servicios turísticos no están dirigidas a personas con discapacidad.

Lastimosamente las empresas que tienen responsabilidad social y que le apuestan a la inclusión laboral de personas con discapacidad, no cuentan con suficientes apoyos y visibilización.

Inteligencia



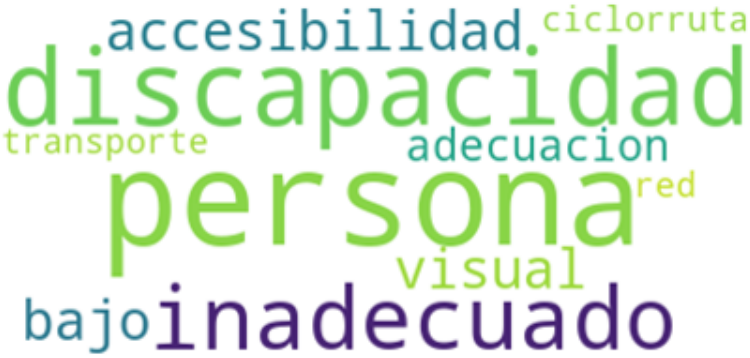
Palabras más comunes	
Bajo	1
Accesibilidad	1
Internet	1
Texto	1
Video	1
Imagen	1
Accesible	1

Figura 39 Palabras inteligencia-perspectiva personas con discapacidad.

Los sistemas de información sobre turismo no cuentan con información accesible, es decir, no tienen en cuenta las distintas discapacidades de la población y resulta ser difícil acceder a la información.

El acceso a conectividad no se ha podido asegurar para todas las personas y todas las localidades, así que hay una brecha para poder acceder a la información y para tener conectividad.

- **Recursos e infraestructura**

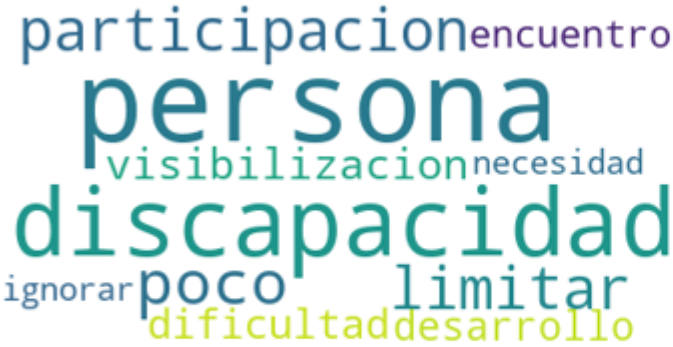


Palabras más comunes	
Persona	3
Discapacidad	3
Inadecuado	2
Accesibilidad	1
Visual	1
Bajo	1
Adecuación	1
Transporte	1
Red	1
Cicloruta	1

Figura 40 Palabras recursos e infraestructura-perspectiva personas con discapacidad.

La infraestructura turística que tiene la ciudad no es correcta para que la puedan acceder personas con discapacidad. Para la adecuación de la planta de infraestructura turística no se han tenido en cuenta los distintos tipos de discapacidades ni se ha adecuado a ellos. Así que, poder acceder a cualquier atractivo turístico o buscar información sobre señalización es imposible para las personas con discapacidad.

- **Social**



Palabras más comunes	
Persona	3
Discapacidad	3
Poco	1
Participación	1
Limitar	1
Visibilización	1
Dificultad	1
Desarrollo	1
Encuentro	1
Ignorar	1

Figura 41 Palabras social-perspectiva personas con discapacidad.

Así como en otros subsistemas, se ha invisibilizado a las personas con discapacidad, de esta manera se logran ignorar las necesidades de cada uno, esto limita la participación de la comunidad dentro de escenarios turísticos y los continúa invisibilizando y dejando sin participación incidente dentro del sector. No se puede pensar en el turismo como un motor de desarrollo económico y social si no se piensa integralmente en todas las poblaciones, más en las que han sido discriminadas y dejadas a un lado durante mucho tiempo.

Propuestas y alternativas

¿Qué desarrollar?

- Protocolos para las personas con algún tipo de discapacidad y teniendo en cuenta a todas las discapacidades, esto asegura que haya un reconocimiento de las personas con discapacidad. Una gobernanza con enfoque distintivo hacia la población con discapacidad. Este reconocimiento debe ir acompañado de oportunidades de acceso laboral.

- Los atractivos turísticos deben tener siempre intérpretes para las personas con discapacidades en el desarrollo de actividades turísticas. Turismo multisensorial.

- Estos intérpretes deben ser capacitados con regularidad.

- Desarrollar una política pública en clave de los derechos, esto debe ir más allá del papel reconociendo los enfoques sociales en todos los niveles.

- Debe haber una veeduría real de lo acordado en espacios de participación sociales.

- Fomento a los escenarios de paz: Bogotá como escenario de paz.

¿Para qué desarrollarlo?

- Para reconocer las potencialidades de las personas con discapacidad y combatir el imaginario de que las personas con discapacidad son solo usuarios del sector turístico y no pueden participar activamente de la industria turística como prestadores de servicios turísticos o asociados a la cadena de valor del turismo.

¿Qué camino seguir?

- Se deben crear mayores oportunidades laborales para las personas con discapacidad y visibilizar los aportes que estos hacen al turismo.
- Dentro de la política pública de turismo se debe incluir a la población con discapacidad en las fases de implementación y evaluación de esta política pública.
- Los espacios públicos y atractivos turísticos deben ser más flexibles en el acceso a ellos. Garantizar que la población con discapacidad pueda acceder.

¿Con qué instrumentos?

- Con las recomendaciones de la federación mundial de personas sordo ciegas. Que el sistema de transporte sea inclusivo con las personas con discapacidad.
- Teniendo en cuenta los objetivos de desarrollo sostenible.
- Dando apoyos a guías turísticos con discapacidad.
- Creando espacios construcción conjunta y co-creación que promuevan la investigación. Para esto es necesario articularse con la academia pueda acompañar estos procesos y haya progresividad, esto con la participación de la comunidad de personas con discapacidad.
- Dar incentivos para el fortalecimiento empresarial de las personas con discapacidad y que se puedan dar a conocer sus talentos y emprendimientos.

¿Con quién?

- Con el sector privado y público, las personas con discapacidad y las organizaciones culturales.

¿Para quién?

- Para las personas con discapacidad y para el sector de turismo.

4.2.5 Personas mayores

- **Gobernanza**

Palabras mas comunes	
Localidad	5
Programa	3
Gobierno	3
Comunidad	3
Gubernamental	2
Persona	2
Mayor	2
Cambio	2
Trabajar	2
Adelantar	1

Figura 42 Palabras gobernanza-perspectiva personas mayores.

Dentro de las localidades hay desconfianza en las entidades distritales. Esto se da porque no hay suficiente presencia del Instituto dentro de las localidades, gracias a esta desconfianza es que las personas no quieren participar de manera incidente en la implementación del turismo dentro del territorio.

Es necesario que la participación del IDT se de manera más activa y frecuente para que las personas se sientan más confiadas y se pueda trabajar de la mano entre las comunidades y el Instituto.

Una gran dificultad es la no continuidad de los proyectos que se adelantan en la comunidad. Estos deberían tener una perduración más larga y no ser terminados o cambiados cada cuatro años, esto también ha generado desconfianza al momento de trabajar directamente con el distrito.

Finalmente, la comunidad de adultos mayores no es tenida en cuenta de manera incidente para hacer parte de las decisiones o proyectos que se adelantan en el territorio. Consideran que no es justo que sean tomados en cuenta solamente cuando necesitan de sus saberes propios, pero al momento de tomar decisiones no se les escucha, adicionalmente la remuneración que se les da no es acorde con el conocimiento que tienen.

- **Cultural**

Palabras mas comunes	
Territorio	3
Identificar	2
Reconocer	2
Conocimiento	2
Ciudad	2
Poder	2
Reconocimiento	1
Ir	1
Más	1
Allá	1

Figura 43 Palabras cultural-perspectiva personas mayores.

El ejercicio turístico ha ido desplazando el conocimiento ancestral de las localidades y no se ha entendido que este conocimiento puede ser aprovechado como un producto turístico.

Desplazar estos saberes propios del territorio solo incentiva el desconocimiento del territorio por propios y visitantes y termina no reconociendo el valor de ciudad.

No hay proyectos de algo impacto en las localidades, se está desperdiciando la diversidad cultural y de saberes ancestrales que pueden aportar los adultos mayores y que finalmente puede aportar en estos proyectos de alto impacto.

- **Ambiental**

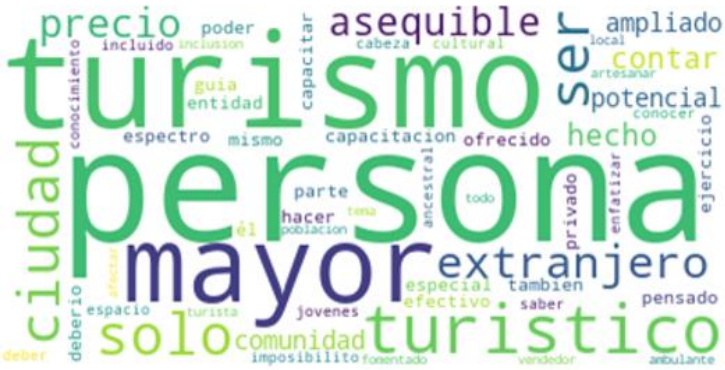
Palabras mas comunes	
Estar	2
Termal	2
Atractivo	2
Localidad	2
Desaprovechar	1
Serio	1
Interesante	1
Cerca	1
Bogotá	1
Disponible	1

Figura 44 Palabras ambiental-perspectiva personas mayores.

Las localidades han perdido territorio natural, es decir, no hay tantos espacios verdes como se esperaría y no se han reverdecido, esto es porque no se ha entendido que, destinando más espacios verdes dentro de las localidades, estas pueden volverse más atractivas para los turistas que quieran visitar el territorio.

Si desde el Instituto no se piensa en capacitar y trabajar en el fortalecimiento del medio ambiente para hacerle frente a los impactos negativos del turismo, no se puede pensar en la naturaleza como un producto o atractivo turístico.

- **Industria**



Palabras mas comunes	
Persona	6
Turismo	4
Mayor	4
Turistico	3
Ciudad	2
Ser	2
Solo	2
Extranjero	2
Precio	2
Asequible	2

Figura 45 Palabras industria-perspectiva personas mayores.

No se ha tenido en cuenta el potencial que tienen los adultos mayores para hacer parte de la cadena de valor del turismo. Las capacitaciones para guías turísticos dirigidos a adultos mayores son muy pocas lo que les quita participación en la industria turística y hace que esta sea excluyente.

El turismo en la ciudad se ha enfocado solamente en los extranjeros, pero no en las personas residentes, esto hace que los precios sean elevados y poco asequibles ya que estos están pensados para ser suplidos por turistas o visitantes extranjeros y hace que los visitantes que residen en la ciudad no puedan acceder a ellos por su capacidad adquisitiva más limitada que la de los extranjeros.

- **Inteligencia**

Articulación	1
MinTic	1
Fomentar	1
Turismo	1
Localidad	1

Figura 46 Palabras inteligencia-perspectiva personas mayores.

No hay una articulación adecuada y eficiente con Min Tic para fomentar el uso de tecnologías de la información relacionadas con el turismo en las localidades.

El acceso a las TICS y a las plataformas no es intuitiva con los adultos mayores.

- **Recursos e infraestructura**

Palabras mas comunes	
Via	4
Cultural	2
Deterioro	1
Espacio	1
Publico	1
Patrimonio	1
Conocer	1
Lugar	1
Localidad	1

Figura 47 Palabras recursos-perspectiva personas mayores.

La infraestructura peatonal es deficiente para permitir que las personas mayores puedan transitar con tranquilidad y seguridad. La infraestructura vial también es ineficiente ya que las vías principales en mal estado no pueden ayudar a descongestionar las vías secundarias de los barrios. El espacio público se encuentra deteriorado y no se ha estimulado su recuperación.

Sumándose a lo anterior, las ventas ambulantes congestionan también las vías peatonales lo que imposibilita que los transeúntes puedan circular bien por ellas.

- **Social**

Palabras mas comunes	
Localidad	4
Importante	3
Poder	3
Tema	2
Seguridad	2
Visitante	2
Persona	2
Inclusión	2
Turistico	2
Problema	2

Figura 48 Palabras social-perspectiva personas mayores.

No se han tenido en cuenta a todas las localidades de la ciudad, sobre todo las más necesitadas y donde habitan en su mayoría comunidades que han sido marginadas durante mucho tiempo, para que también puedan hacer parte del desarrollo socioeconómico que proporciona el sector turístico y así poder cerrar la brecha económica y social que tiene la ciudad.

Otra problemática encontrada es la inseguridad. La inseguridad desestimula la visita de turistas a los atractivos turísticos. Si no se estimula la visita a estos atractivos por medio de la seguridad, es poco probable contar con el correcto desarrollo del sector turístico.

Propuestas y alternativas

¿Qué desarrollar?

- Una política integral concertada para que existan garantías de tener en cuenta a la población de personas mayores. Esta política debe asegurar que las personas mayores puedan entrar y participar del turismo, proyectos de alto impacto en las localidades e incluir a la población de las localidades en la toma de decisiones sobre el territorio y sobre la industria turística.

- Hacer un encuentro cultural donde se puedan identificar las raíces de las localidades para tener una mayor apropiación cultural y territorial. Esto también puede impulsar mercados locales donde se den a conocer estos recursos culturales, históricos y de las localidades.

¿Qué camino seguir?

- Implementar corredores culturales dentro de cada localidad y que tome en cuenta los saberes ancestrales, donde las personas mayores puedan enseñar estos saberes ancestrales, culturales, artesanales y gastronómicos. También se puede potenciar el intercambio de saberes entre el turismo rural y el turismo urbano.

- Se debe fortalecer la Bogotá-región.

¿Con qué instrumentos?

- Mapeando desde las localidades y con sus líderes, todos los atractivos turísticos que se tienen para poder hacer paquetes turísticos e incluirlos en la oferta turística de la ciudad.

- Estimular el empleo basado en turismo, de las personas mayores. Una opción puede ser la adecuación de casas para poder hospedar a los visitantes. Estos lugares deben ser económicos y estimularía el intercambio cultural con las personas mayores de la ciudad.

- También es necesario que se den contratos permanentes a las personas mayores como prestadores de servicios turísticos.

- Se deben asegurar que los paquetes turísticos tengan precios asequibles.

¿Con quién?

- En articulación con las entidades territoriales, distritales, gubernamentales.

¿Para quién?

- Para la población de personas mayores.

4.2.6 Víctimas, excombatientes y constructores de paz

- **Gobernanza**

Palabras mas comunes	
Colombia	1
Problema	1
Grave	1
Mental	1
Dirección	1
Atrasado	1
Latifundista	1
Turismo	1
Pensado	1
Factor	1

Figura 49 Palabras gobernanza-perspectiva víctimas, excombatientes y constructores de paz.

El turismo no ha sido pensado como un factor de desarrollo industrial, económico y social y esto ha sido porque los gobiernos no han tenido voluntad de convertir al sector turismo como un motor de este desarrollo.

El no dimensionar esto hace que las poblaciones que más necesitan de este desarrollo socioeconómico no reciban los apoyos necesarios para lleva a cabo proyectos productivos que los ayuden a cerrar las brechas económicas y sociales que se han perpetuado durante años en la ciudad.

Los procesos que se están llevando a cabo durante la etapa de formulación de la política pública de turismo, no solo deben tener en cuenta a la comunidad de víctimas, reinsertados y reincorporados en la etapa de participación, sino también en la etapa de implementación.

- **Cultural**

Palabras mas comunes	
Más	4
Turistico	2
Cultural	2
Parte	2
Ir	2
Mucho	1
Actividad	1
Bogotá	1
Referente	1
Nivel	1

Figura 50 Palabras cultural-perspectiva víctimas, excombatientes y constructores de paz.

La falta de articulación de las instituciones con la población ha hecho que los atractivos turísticos sean siempre los mismos y que las localidades y potencial atractivos culturales sufran de estereotipos y finalmente terminan por no poder hacer parte de la industria turística. La falta de trabajo conjunto con la comunidad hace los espacios culturales y artísticos sean abandonados y desperdiciados. Falta diversificar los atractivos turísticos culturales; aprovechar la diversidad cultural que tiene la ciudad.

- **Ambiental**

Palabras mas comunes	
Turismo	3
Ambiental	2
Hacer	2
Manera	2
Educación	1
Entorno	1
Ecologico	1
Responsable	1
Junto	1
Comunidad	1

Figura 51 Palabras ambiental-perspectiva víctimas, excombatientes y constructores de paz.

Hay dos problemáticas que giran en torno al ejercicio turístico en el medio ambiente. El primero es que este se hace de manera muy artesanal y se atenta contra el cuidado de la naturaleza, esto debe ser modernizado un poco.

La segunda problemática es que no hay educación en torno al turismo ambiental y ecológico. Esto debe hacerse de manera responsable con participación y capacitación de las comunidades.

- **Industria**

Palabras mas comunes	
Turistico	3
Más	3
Institucionalidad	3
Mucho	2
Poder	2
Necesitar	2
Sector	2
Casa	2
Ser	2
Ejercicio	2

Figura 52 Palabras industria-perspectiva víctimas, excombatientes y constructores de paz.

Una gran dificultad es que la institucionalidad promueve sus propios espacios turísticos, pero no los emprendimientos de las comunidades que terminan siendo proyectos autogestionados. Estos proyectos son los que necesitan en realidad apoyo por parte de la institucionalidad. Adicionalmente los pequeños empresarios tienen muchas barreras para poder operar sus proyectos de manera eficiente.

Las comunidades desde el territorio tienen un alto desconocimiento sobre el sector turístico y es necesario poder capacitarlos para estimular la libre competencia en el sector. Es necesario que el distrito desde su institucionalidad acompañe más estos procesos.

Inteligencia

Palabras mas comunes	
Dificultad	1
Acceso	1
Herramienta	1
Tecnologica	1
Desarrollo	1
Productivo	1
Emprendimiento	1
Proceso	1
Capacitación	1
Acceder	1

Figura 53 Palabras inteligencia-perspectiva víctimas, excombatientes y constructores de paz.

El uso de las herramientas tecnológicas para el desarrollo productivo de los emprendimientos ha sido un proceso tropezado ya que no se cuenta con la capacitación necesaria y correcta para acceder a este insumo tecnológico y aprovecharlo en el ejercicio turístico.

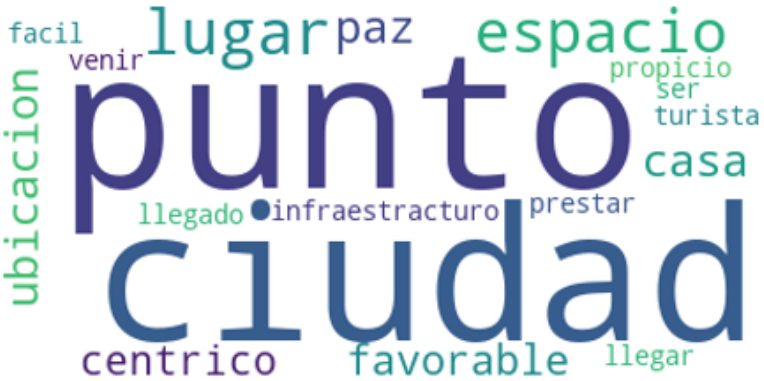
- **Recursos e infraestructura**

Palabras mas comunes	
Punto	3
Ciudad	3
Lugar	2
Espacio	2
Ubicación	1
Casa	1
Paz	1
Favorable	1
Centrico	1
Infraestructura	1

Figura 54 Palabras recursos-perspectiva víctimas, excombatientes y constructores de paz.

La ubicación y la buena condición de los recursos de infraestructura que tengan los atractivos turísticos deben ser óptimos para contar con la visita constante de los turistas. Es importante que el acceso a estos lugares no sea tropezado o entorpecido por una infraestructura ineficiente y deteriorada.

- **Social**



Palabras mas comunes	
Turismo	3
Social	3
Sector	2
Persona	2
Debería	1
Convertir	1
Factor	1
Desarrollo	1
Encapsulado	1
Cierto	1

Figura 55 Palabras social-perspectiva víctimas, excombatientes y constructores de paz.

El turismo como desarrollo socioeconómico esta encapsulado solo en unos sectores poblacionales, no hay un verdadero impacto social positivo del turismo en todos los sectores sociales, sobre todo los que históricamente han sido discriminados social y económicamente; con esto se están ignorando las necesidades de todas estas comunidades.

<u>Propuestas y alternativas</u>

¿Qué desarrollar?

- Que desde el gobierno distrital se ayude y asesore a la población en el sector turístico de la ciudad y también que en este ejercicio se puedan convocar otras entidades públicas como el SENA.

- Es necesario tener escenarios educativos sobre el turismo de naturaleza o ecológico y sus impactos. Enseñar cómo debemos cuidar el medio ambiente para reducir los impactos negativos del turismo en él.

- Reincorporación económica del sector.

¿Para qué desarrollarlo?

- Para fortalecer los emprendimientos turísticos de excombatientes, consolidar la paz y promover el turismo en la ciudad.

¿Qué camino seguir?

- Se deben formar a excombatientes en temas de turismo y darle visibilización a los emprendimientos de excombatientes.

¿Con qué instrumentos?

- Con facilidades para acceder a incentivos o ayudas económicas para los procesos productivos de la comunidad, sobre todo los adelantados por excombatientes.

- Con profesionales / funcionarios donados por parte del distrito para que ayuden a articular los procesos productivos de estas las comunidades.

- Utilizar casas o propiedades que han sido expropiadas para que las comunidades puedan usarlos en figuras de comodatos.

- Capacitación en otros idiomas para poder interactuar con los turistas. Esto los hace más competitivos.

¿Con quién?

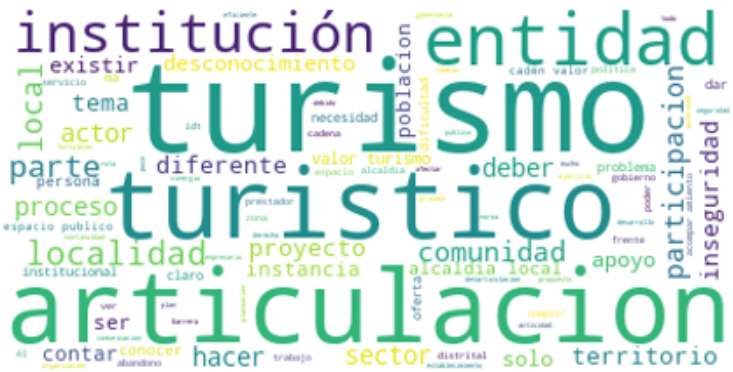
- Con la comunidad, las instituciones, las entidades bancarias, otros actores de la cadena de valor del turismo, el SENA y los países garantes o instituciones que protejan la vida de la comunidad de víctimas, reinsertados y reincorporados.

¿Para quién?

- Para la comunidad de reinsertados, reincorporados y víctimas del conflicto armado.

4.2 Perspectiva territorial[2]

- **Gobernanza**



Palabras mas comunes	
Turismo	26
Articulación	19
Local	17
Turistico	15
Entidad	15
Institución	15
Localidad	15
Parte	12
Comunidad	10
Alcaldía	10

Figura 56 Palabras gobernanza-perspectiva territorial.

Una de las problemáticas más encontradas a lo largo de los ejercicios de participación ciudadana en las distintas localidades de la ciudad es que no hay articulación entre el gobierno distrital y las comunidades que habitan el territorio. Tampoco hay articulación entre instituciones para promover la industria turística en el territorio. La gobernanza distrital en representación de sus instituciones, no es eficaz.

También el acompañamiento que las entidades públicas brindan en materia de promoción turística se reduce únicamente a las localidades que han sido históricamente turísticas, pero no han brindado apoyo a las demás que tienen potencial de serlo.

Las localidades junto con sus habitantes sienten desconfianza frente al Distrito porque este ha incumplido con acuerdos que se habían alcanzado en el pasado. Estos acuerdos o proyectos no han sido desarrollados a pesar de que había un compromiso previo de hacerlo. Las alcaldías y las entidades públicas deben cumplir con lo propuesto.

Sin embargo, hay planes, proyectos e iniciativas que han empezado pero cada cuatro años se ven concluidas a la fuerza y cambiadas porque entra una nueva administración distrital. Es necesario que exista una continuidad en estas iniciativas para que el trabajo adelantado pueda concluirse con naturalidad y no perder el camino ya recorrido.

[2] Los resultados desagregados se muestran en el apartado 8.2.3

Las instituciones distritales y el mismo Distrito desconocen la realidad de todas las localidades y que las dinámicas no son iguales entre ellas, no ha reconocido a las autoridades y comunidades originarias y ancestrales del territorio, así que estas no son tenidas en cuenta como un interlocutor válido.

Desde la gobernanza no se han destinado líneas de inversión que aporten activamente al turismo y finalmente no se ha tenido en cuenta la afectación producida por la emergencia sanitaria del Covid 19, los comerciantes que han sido los más afectados no han sentido alivios económicos como los pagos de impuestos.

- **Cultural**

Palabras mas comunes	
Cultural	41
Localidad	34
Turismo	27
Turistico	15
Cultura	14
Comunidad	11
Sector	10
Tema	9
Espacio	8
Apoyo	8

Figura 57 Palabras cultural-perspectiva territorial.

No hay un reconocimiento de las expresiones culturales de las localidades, se está desaprovechando las propuestas culturales e históricas que tienen las localidades. El territorio y el Distrito ignoran toda esta diversidad cultural e histórica, si no hay reconocimiento no puede haber una apropiación y sin apropiación es difícil poder ofrecer un producto turístico que nutra la cadena de valor del turismo.

Es necesario que por medio del reconocimiento y la apropiación se pueda promover la creación de productos turísticos asociados a la diversidad cultural del territorio. No se puede seguir pensando el turismo desligado de la cultura e historia local.

El Distrito no ha apoyado ni promovido recorridos y actividades culturales y ha excluido a los artistas pertenecientes al territorio, que en última instancia pueden contribuir al desarrollo del sector. No hay sostenibilidad de proyectos orientados a la industria cultural, creativa e histórica.

- **Ambiental**

Palabras mas comunes	
Ambiental	**29**
Turismo	**13**
Manejo	**11**
Humedal	**11**
Espacio	**11**
Residuo	**9**
Deber	**8**
Contaminación	**7**
Articulación	**6**
Verde	**6**

Figura 58 Palabras ambiental-perspectiva territorial.

No hay cuidado del medio ambiente ni conciencia sobre su uso y conservación en el turismo. Se debe minimizar el impacto ambiental negativo por las prácticas turísticas. No hay estudios ni regulación de la capacidad de carga en los atractivos turísticos naturales.

No se puede ignorar que hay un deterioro de los ecosistemas. Es necesario tener en cuenta esto, que no se están cuidando los espacios y que es necesario lograr una mayor articulación entre la población y las instituciones para el cuidado del medio ambiente.

No hay un reconocimiento integral de los atractivos turísticos ambientales, por ejemplo, se está desaprovechando la ruralidad como espacio para desarrollar un turismo rural.

- **Industria**

Palabras mas comunes	
Localidad	33
Turistico	20
Turismo	15
Local	14
Sector	8
Hacer	7
Atractivo	7
Producto	6
Cadena	6
Valor	6

Figura 59 Palabras industria-perspectiva territorial.

Hay dificultad para informarse sobre los atractivos turísticos que hay en las localidades. No hay un mapeo de estos atractivos, no se identifican dentro de la cadena de valor.

Tampoco hay información relevante y completa de los atractivos que ya están establecidos. El no tener información completa sobre los atractivos turísticos de las localidades genera dificultades para generar paquetes turísticos locales.

Un gran problema es que no se ha reconocido al turismo como un motor de desarrollo económico y social y las comunidades no tienen claro en qué se beneficiarían con estimular la industria turística en el territorio.

El desarrollo de la industria turística en las localidades carece de estudio y de organización. No solo no se tienen claros los actuales atractivos turísticos y los potenciales, sino que se ignoran muchos procesos autóctonos de las localidades que podrían aportar directamente al desarrollo turístico de los territorios, como por ejemplo la medicina ancestral.

No se han estimulado las ferias de comercialización de productos que podrían convertirse en atractivos turísticos permanentes de la localidad, como el mercado de las pulgas de San Alejo o el mercado de las pulgas de Usaquén.

Tampoco hay una normativa que regule los precios del mercado turístico y que frene la depredación del sector. Es necesario que se capacite a todos los agentes que hacen parte de la cadena de valor.

- **Inteligencia**

Palabras mas comunes	
Localidad	12
Información	9
Turistico	9
Virtual	8
Herramienta	7
Plataforma	7
Turismo	6
Contar	6
Conectividad	6
Tecnología	5

Figura 60 Palabras inteligencia-perspectiva territorial.

El principal problema es que no todas las localidades tienen acceso a internet, si no se garantiza que en todo el territorio de la ciudad se pueda acceder eficientemente a internet, no se puede garantizar el correcto uso, o por lo menos el conocimiento, de las herramientas de información turística.

Los sistemas de información sobre turismo se encuentran desactualizados, o en el peor de los casos, no se tiene conocimiento de su existencia. No hay claridad si existen datos sobre visitas, número y lugares de visitas. Se desconocen estos datos turísticos de las localidades.

La conectividad en procesos de big data son deficientes.

Finalmente, no se ha abierto la posibilidad de recibir criptomonedas como bitcoin o dogecoin.

- **Recursos e infraestructura**

Palabras mas comunes	
Espacio	14
Localidad	12
Infraestructura	10
Turistico	9
Turismo	6
Atractivo	6
Vía	5
Cultural	5
Realización	5
Construcción	5

Figura 61 Palabras recursos-perspectiva territorial.

La infraestructura vial y peatonal se encuentra en pésimas condiciones. Las vías tanto principales como secundarias son las que permiten el acceso y la salida de las localidades, si estas están mal, se retrasan los tiempos de desplazamiento hacia los atractivos tanto para visitantes como para turistas.

La infraestructura de la ciudad no está pensada para el turismo. Las baterías sanitarias que deberían estar en buenas condiciones no lo están y su número no es suficiente para la demanda que se presenta. La infraestructura patrimonial está deteriorada y no se fomentan proyectos para poder recuperarla, tampoco se tienen mapeados los otros espacios históricos y cuáles son sus condiciones.

- **Social**

Palabras mas comunes	
Turismo	24
Comunidad	21
Social	17
Localidad	16
Bajo	11
Turistico	9
Territorio	8
Proceso	7
Hacer	6
Mayor	6

Figura 62 Palabras social-perspectiva territorial.

Dentro de la industria turística no hay un enfoque de responsabilidad social donde se le retorne algo a la población receptora del turismo. Tampoco se tiene en cuenta a la población para hacer parte de la cadena de valor del turismo.

Se ha desconocido la historia de las localidades y se ha invisibilizado sus derechos culturales.

Actualmente varias localidades sufren de estigmatización por lo que el Distrito no les presta atención para incluirlas en la industria turística y así contribuir al cierre de brechas sociales y económicas. No se han tenido en cuenta los altos niveles de desempleo en las localidades, esto podría disminuirse con la implementación de la industria turística en el territorio.

Se desconoce el aporte a la diversidad cultural e histórica de las comunidades étnicas del territorio.

Soluciones / alternativas.

¿Qué desarrollar?

- Se debe hacer un diagnóstico de todos los recursos y atractivos turísticos que tienen las localidades para saber con qué se cuenta y en qué condiciones está. Articular los componentes histórico, cultural y patrimonial de las localidades.

- También es importante que se empiecen a integrar el sector público y privado con la población. Con esta articulación se pueden adelantar proyectos de impulso al turismo dentro de las localidades. Esta correcta articulación en torno a los diferentes clústeres de las localidades puede fortalecer las iniciativas turísticas que le permitan a los turistas variedad de actividades y elementos que aporten a la reactivación económica.

- Se deben consolidar las zonas de interés turístico por medio de un trabajo interinstitucional.

- Es necesario que se estén capacitando con regularidad a todos los actores que hacen parte de la cadena de valor del turismo y que se regule el ejercicio de estos y los precios de mercado.

¿Para qué desarrollarlo?

- Para crear conciencia de cuidado y conservación del medio ambiente. Si se entiende que el turismo es una alternativa de desarrollo económico y social, también se debe entender que el medio ambiente no puede verse sacrificado por esto, es necesario disminuir los impactos negativos del turismo en el medio ambiente y de alguna manera devolverle algo producto del ejercicio turístico.

- Para lograr el reconocimiento cultural e histórico de las comunidades que habitan las localidades. Es necesario que la población acepte y reconozca la diversidad cultural que tienen y que se trabaje alrededor de esto para así evitar que toda esta riqueza cultural e histórica se pierda. Esto puede ayudar a mejorar la oferta turística. Fortalecimiento cultural.

- El turismo es el medio que puede ayudar a reactivar económicamente a las localidades y se puedan generar empleos; también puede ser una oportunidad de cerrar las brechas sociales y económicas que se ha perpetuado por años.

- También para posicionar a Bogotá como un destino turístico tanto nacional como internacional.

¿Qué camino seguir?

- Identificar líneas de inversión para establecer presupuestos y que las instituciones distritales estén articuladas con la población y aumentar la oferta educativa del SENA.

- Articulación de los atractivos turísticos de las localidades por medio de la construcción colectiva y el reconocimiento cultural, patrimonial e iconográfico de cada localidad. Esto también se puede enlazar con ferias para mostrar las actividades económicas y culturales.

- Capacitar a los prestadores de servicios turísticos y a las comunidades para que se encuentren preparadas para afrontar la industria turística. Articulación con universidades para el fomento de formación técnica sobre los diferentes procesos del turismo.

- Desarrollo de una página web para ofertar los servicios de la cadena del valor del turismo.

¿Con qué instrumentos?

- Con mesas de trabajo donde participen los diferentes actores del sector turístico.

- Aprovechando las plataformas digitales para dar a conocer los atractivos turísticos de las localidades e información relevante y relacionada con el desarrollo turístico de la ciudad.

- Con el Plan de Ordenamiento Territorial.
- Con la política pública de turismo.
- Medios de comunicación tradicionales y digitales.
- Uso y actualización de las bases de datos.

¿Con quién?

- CAR
- IDT
- IDPC
- SENA
- Las alcaldías locales.
- Prestadores de servicios turísticos.
- Entidades públicas.
- Líderes comunales.
- Instituciones educativas.
- Entidades privadas.
- Grupos culturales.
- Actores de la cadena de valor del turismo.

¿Para quién?

- Para residentes, visitantes y turistas.

- Para las personas pertenecientes a la cadena de valor del turismo.
- El territorio.
- Para las entidades distritales.
- Para los recursos turísticos de las localidades.
- Estudiantes.
- Futuras generaciones.
- El medio ambiente.
- Comunidades étnicas y de diversidad cultural.

5. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE PUNTOS CRÍTICOS

Para la identificación de los puntos críticos, entendidos como los aspectos que inciden de manera determinante en la configuración del problema y que requieren intervención a través de la política, se toma como base parte de la metodología de Planeación Estratégica Situacional, desarrollada por Carlos Matus (1985).

La planeación estratégica situacional tiene las siguientes características:

- Permite definir redes de causalidad.
- Incorpora el elemento político al proceso de planeación.
- Planeación es un ejercicio político de actores (recursos de poder)
- Opera bajo la lógica de momentos y no de etapas secuenciales.

Adicionalmente, la metodología establece 4 momentos:

EXPLICATIVO	NORMATIVO	ESTRATÉGICO	TÁCTICO OPERACIONAL
Definición del problema Dimensión del problema Establecer nudos críticos (ámbitos de intervención)	Construcción de futuros deseados Construcción de alternativas Construcción de programas	Refiere a la viabilidad política Análisis de gobernabilidad Construcción de estrategias	Soporte organizacional y financiero Diseño institucional

Figura 63 momentos de la Planeación Estratégica Situacional. Fuente: adaptado de Matus (1989)

Para el caso del diagnóstico de la política pública de turismo, se abordan específicamente los momentos uno y tres, los cuales contribuyen a procesar y analizar la información sobre la problemática de la política, contribuyendo a establecer cuáles son las causas del problema que se constituyen como puntos críticos, tomando como principales criterios la gobernabiliad y el mecanismo de intervención (reglas, estratégias, jugadas). Para esto, se utiliza la siguiente matriz:

PROBLEMA…				
GOBERNABILIDAD	REGLAS	ESTRATÉGIAS	JUGADAS	VDP
ALTA			Causa mas fácil de intervenir	Descriptores del problema
MEDIA				
BAJA	Causa mas difícil de intervenir			

Tabla 4 Matriz de Planeación Estratégica Situacional. Fuente: adaptado de Matus (1989)

La gobernabilidad plantea la relación de las variables que se pueden controlar y las que debido a su naturaleza o situación tienen poca capacidad de ser intervenidas. La gobernabilidad puede ser:

- Alta: cuando las variables del problema pueden ser controlables a través de la intervención del Estado (en este caso el Distrito).
- Media: cuando las variables dependen parcialmente de la intervención de otros ordenes institucionales o de una articulación con terceros (sociedad y/o sector privado)
- Baja: cuando las variables son de difícil control, debido a que la intervención depende en su mayoría o totalidad de ordenes institucionales de mayor alcance (nacional, internacional) o que por su naturaleza requiere de una gran cantidad de recursos para su intervención.

De otro lado, las causas son clasificadas en función del tipo de intervención que requieren, debido a su naturaleza:

- Reglas: son causas o variables que pueden ser intervenidas a partir de reglas (normas, regulaciones de comportamientos).
- Estrategias: causas o variables que por su naturaleza requiere el desarrollo de estrategias en el marco de instrumentos de planeación que comportan la necesidad de articulación con terceros.
- Jugadas: causas o variables que pueden ser intervenidas a través de gestión o relacionamiento.

Finalmente, los vectores descriptores del problema hacen referencia a los datos que evidencian un síntoma del problema, es decir, su función es precisar las dimensiones relevantes para el estudio de determinado fenómeno o situación insatisfactoria.

Con la información cuantitativa y cualitativa expuesta en el capítulo 2 y la información obtenida en el marco del proceso de participación (capitulo 3), se clasificaron las problemáticas de cada uno de los subsistemas del sistema distrital de turismo en la matriz anteriormente señalada. De esto, se obtuvo la identificación de puntos críticos, los cuales se ubican entre gobernabilidad alta y media y, además, se pueden intervenir a través de reglas, estrategias y jugadas. Estos puntos críticos son agrupados en función de cinco categorías: innovación, sostenibilidad, tecnología, accesibilidad, gobernanza. Finalmente, cabe señalar que la metodología en sus momentos estratégico y táctico operacional, serán desarrolladas en la fase de formulación de la política.

GOBERNANZA

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

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

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

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

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

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

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

Pese a que Bogotá avanzó en 2021 en la consolidación y afianzamiento del Observatorio Distrital de Turismo, adscrito al IDT, buscando mejorar el sistema de información turística, la ciudad enfrenta grandes litaciones para contar con la información requerida para un eficiente sistema de información. Esto implica amplias inversiones en temas como conectividad, interactividad entre sistemas de información (públicas, privadas y de la sociedad civil) y la ampliación de la capacidad técnica del Observatorio.

Turistas no demandan la formalidad como requisito para acceder al servicio

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

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

Poca visibilización del sector dentro de la agenda pública local

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

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

Baja identidad de Bogotá como destino turístico

Pese a ser el principal destino turístico del país, una gran parte de la ciudadanía de Bogotá no reconoce a la ciudad como un destino turístico (véase apartado 2,5). Esto implica aspectos negativos para el destino, tales como la no preparación social para aceptar al turista como parte del

territorio, el incentivo a comportamientos que afectan el sistema distrital de turismo, un menor impacto en la promoción voz a voz de la ciudad, entre otros aspectos.

En los escenarios de participación se aduce a una gran falta de sentido de pertenencia, tema sobre el cual las comunidades consultadas hacen énfasis en verse a sí mismos, y a los demás ciudadanos como anfitriones de la ciudad; donde querer a su ciudad, apropiarse de lo que la hace única y saber mostrarla es vital para fomentar la participación en el desarrollo turístico y con él atraer un turismo que aporte al desarrollo social, económico y ambiental de las comunidades en las que ejerce un efecto concreto.

Alta vulnerabilidad frente a riesgos

Los efectos de la pandemia por el COVID 19, analizados en detalle en el apartado 2.4.1, evidenciaron la alta vulnerabilidad del sector turismo a la materialización de riesgos por fenómenos naturales, en este caso una enfermedad. Medidas como los confinamientos, el cierre de aeropuertos y otras orientadas a reducir los riesgos de contagio, derivaron en una drástica disminución de las actividades turísticas, que su vez significo el cierre de miles de establecimiento de la cadena de valor del turismo, la reestructuración de otros y la pérdida de miles de empleos producidos por el sector.

Frente a esto, aunque se generaron incentivos desde el sector público para tratar de mitigar los efectos de la pandemia y contribuir a la reactivación del sector, la afectación demostró la baja capacidad de resiliencia de la industria turística para hacerle frente a estas situaciones.

Igualmente, se presentan riesgos de otro tipo como emergencias naturales, que requieren de protocolos de atención especifica para el sector turismo.

Alta proliferación de normas del sector dificulta su cumplimiento

Como se puede observar en el análisis del marco jurídico, la extensa y diversa normatividad del sector turismo, se convierte en un elemento de obligatorio cumplimiento para los prestadores de servicios turísticos, que en buena parte (resultado del esquema de participación) advierten de las grandes dificultades para conocer y aplicar correctamente las disposiciones legales. Igualmente, para el caso de los emprendimientos y MyPymes del sector, las limitadas capacidades organizacionales impiden un cumplimiento exegético de las normas, exponiéndolos a las sanciones que se pueden aplicar tanto en el marco del sector, como en la aplicación de otra normatividad conexa.

Exceso de trámites genera barreras de acceso a programas e incentivos.

Uno de los problemas más comunes identificados en el marco del esquema de participación, fue la gran cantidad de trámites y requisitos que deben tener los prestadores de servicios turísticos para

acceder a convocatorias e incentivos, que fundamentalmente se ofertan desde la nación y más recientemente desde el distrito (FONDETUR).

Si bien es cierto que se debe incentivar y velar por que la formalización se extienda por el sector, es percibido por pequeños prestadores y organizaciones que desarrollan turismo comunitario, como una barrera de acceso a recursos que garanticen las condiciones materiales necesarias para formalizarse. Es decir, la exigencia de Registro Nacional de Turismo para algunas convocatorias, ocasiona en algunos casos el efecto contrario, al limitar la posibilidad de acceder a recursos que permitan posteriormente formalizarse.

De otro lado, requisitos como certificaciones, permisos, entre otros, generan en algunos casos altos costos para su consecución, lo que a desincentiva la decisión de acceder a programas y ayudas.

Difícil aplicación de la Inspección, Vigilancia y Control.

Los procesos de Inspección, Vigilancia y Control sobre Prestadores de Servicios Turísticos, están concentrados en autoridades del orden nacional y en el distrito en el nivel de las localidades. Esto implica, que el IDT como ente rector del turismo en la ciudad, no tiene competencias directas sobre estos procesos, lo que origina una baja capacidad de adelantar procesos sancionatorios cuando se violan normas relacionadas con el turismo.

En el nivel nacional a través de instituciones como la Superintendencia de Industria y Comercio, se adelantan procesos relacionados con la vulneración de los derechos de los consumidores, competencia deslead, prestación de servicios sin RNT y los demás consagrados en la Ley 2068, artículo 71. En lo local, los proceso de IVC que adelantan las Alcaldías Locales, versan sobre infracciones a normas urbanísticas, operación sin RNT, entre otros Las dificultades de las Alcaldías Locales para dar respuesta a sus obligaciones de Policía Administrativa, limita en gran parte un ejercicio efectivo de la Inspección, Vigilancia y Control, lo que ha originado inconvenientes ante quejas irresueltas y que ha limitado la capacidad del sistema distrital de turismo para ejercer una efectiva gobernanza en términos del cumplimiento de la normatividad vigente del sector.

Baja integración institucional

El desarrollo de proyectos y acciones institucionales en las localidades es fragmentado y poco coordinado. Es decir, múltiples sectores administrativos del distrito desarrollan diversas acciones en distintos ámbitos de intervención relacionados con el sistema distrital de turismo. Sin embargo, en ocasiones las intervenciones no son coordinadas entre entidades y alcaldías locales, originando la duplicidad de esfuerzos y en algunos escenarios, la duplicidad de programas similares.

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

Poca claridad de la institucionalidad sobre turismo

Las competencias de entidades del orden nacional en relación con el sector, hace difícil entender cuál es la red institucional del turismo, o en otras palabras la ciudadanía no tiene claro ante quien acudir en caso de determinado requerimiento. Muchas veces, esto ocasiona congestión de requerimientos en instituciones que no tienen competencias directas sobre de determinados asuntos, lo que a su vez implica demoras en las respuestas y por ende la no atención oportuna de los requerimientos ciudadanos.

Esto evidencia la necesidad de contar con instrumentos tecnológicos e innovadores de mayor alcance, que difundan masivamente la red institucional del turismo y que contribuyan a dar una mejor respuesta a la ciudadanía, en términos de sus requerimientos y atendiendo a la necesidad de transcender hacia un gobierno abierto.

Baja capacidad de organización de los prestadores de servicios turísticos limita la interlocución eficiente con el Estado.

Aunque existen una cantidad de gremios en la cadena de valor del turismo, la mayoría de los prestadores no se encuentran afiliados a alguna agremiación que represente sus intereses. Esto especialmente ocurre con las MiPymes y emprendedores de la cadena de valor de turismo, quienes no tienen espacios de encuentro y representación que les permita generar lógicas de encadenamiento productivo y organización para agenciar sus intereses ante instituciones públicas.

Los efectos de la pandemia sobre el sector visibilizaron la necesidad de encontrar espacios de construcción colectiva y el fortalecimiento de redes de prestadores, para hacerse resilientes frente a la disminución de los ingresos.

Pocos espacios y mecanismos de participación en el sector turismo

Hasta 2021 la ciudad cuenta con una instancia de participación de carácter Distrital (Consejo Consultivo Distrital de Turismo), cuyo objeto es servir de órgano asesor y consultivo de la administración distrital, con relación al desarrollo de la industria turística en Bogotá D.C. e

iniciativas locales de la misma. En el nivel local, solo la Candelaria cuenta con un Consejo Consultivo de Turismo.

Durante los espacios de participación para la formulación de la política, fue recurrente la identificación de que la falta de espacios de participación, tales como instancias formales y no formales, limita el encuentro entre actores del sector y las instituciones distritales, para interlocutar sobre problemáticas y plantear acciones de cocreación para su intervención. Esto evidencia la poca capacidad del sistema distrital de turismo, para que, en su despliegue territorial, genere espacios que contribuyan al mejoramiento de la gobernanza.

Baja aplicación de mecanismos para la gestión regional

Bogotá-región no ha implementado aún un sistema de gobernanza que le permita articular acciones concertadas entre los múltiples ordenamiento institucionales y territoriales, orientados a la consolidación de productos turísticos de alcance regional, mejores condiciones de movilidad y transporte, proyectos estratégicos comunes y gestión ambiental. Esto, se constituye como un factor que limita las posibilidades de fortalecimiento y gestión de un destino de alcance regional.

INNOVACIÓN

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

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

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

Baja planificación estratégica para el desarrollo de productos turísticos.

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

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

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

<u>Baja capacidad de los prestadores de servicios turísticos para el desarrollo de productos, procesos, proyectos y servicios innovadores</u>

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

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

<u>Ausencia de mecanismos para la identificación de vocaciones locales, que permita unificar la oferta por localidad y la diferenciación en los productos definidos</u>

El esquema de participación desde la perspectiva territorial, permitió identificar una alta valoración de los actores del turismo locales, de atractivos, potencialidades y posibilidades para el desarrollo de actividades turísticas. Pese a esto, no existe un mencanismo claro para identificar de manera objetiva estas vocaciones, ante la obsolecensia de la metodología del Ministerio de Comercio,

Industria y Turismo, para definir atractivos. Sin esta identificación objetiva, se dificulta la estructuración de ofertas y productos de las localidades, así como acciones orientadas a su promoción y marketing.

Debilidades organizacionales de los prestadores de servicios turísticos.

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

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

De otro lado, estas debilidades están asociadas también a problemas en materia de calificación del talento humano empleado en el sector. De acuerdo a la Cámara de Comercio de Bogotá (2019), se presentan problemas asociados a la alta rotación del capital humano, debilidades de competencias de personal de ventas, falta de programas de formación, consecución de personal especializado, bajas competencias en mercadeo y ventas, falta de profesionalización y bajos niveles de bilingüismo.

SOSTENIBILIDAD

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

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

Los distintos datos aportados en el capítulo 2 y en particular en la información sobre industria turística, evidencian una alta concentración de la oferta turística en 4 localidades: Chapinero, Candelaria, Santa Fe y Usaquén. Los atractivos, recursos y Prestadores de Servicios Turísticos se ubican especialmente en esta zona oriental de Bogotá. Esto implica que los imaginarios sobre el turismo en Bogotá estén centrados en los espacios de estas localidades. Este fenómeno ha sido identificado por actores del turismo de otras localidades como negativo, toda vez de que invisibiliza las apuestas y procesos de turismo (especialmente comunitario) que se gestan en las distintas localidades y que tiene poco apoyo por parte de las autoridades públicas y poco interés de ser visibilizado por la industria turística. Esto implica, la necesidad de fortalecer otras zonas de la ciudad, para que sean prioritarias en las estrategias de promoción y marketing, logrando una mayor visibilizad que implique a su vez, un mayor número de turistas.

Igualmente, se evidencia la necesidad de crear nuevas aglomeraciones productivas (y el fortalecimiento de las actuales), que impliquen la materialización de los principios de un turismo sostenible, y que particularmente reconozca y visibilice el turismo comunitario que se gesta mayoritariamente en lugares con una tradicional poca vocación turística. Las comunidades que ven en el turismo un factor de desarrollo socioeconómico, esperan que la adecuada gestión del sistema distrital de turismo, comporte el mejoramiento de las condiciones materiales y sociales requeridas para que el turismo prospere como una actividad social que su vez genera empleo, crecimiento e inclusión social.

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

Pese a que Bogotá tiene una amplia gama de atractivos, recursos y ha estructurado productos turísticos que la visibilizan en el contexto internacional, el posicionamiento de la ciudad región como un destino turístico atractivo para el turista (especialmente internacional) en el contexto latinoamericano, sigue estando relegado respecto a otras ciudades latinoamericanas .Esto, se evidencia en las calificaciones de índices como el DIGITAL CITY INDEX, 2018, que muestran un mejor posicionamiento de marca de ciudades como Lima y Buenos Aires, y de otro lado, las estadísticas de tiempos de alojamiento, en donde la tendencia indica que más del 55% de los viajeros pernocta de 1 a 3 noches, siendo la ciudad en muchos casos un lugar de tránsito para otros destinos nacionales.

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

Baja perduración de proyectos del sector, debido a los cambios de administración.

En los escenarios de participación, especialmente los de carácter territorial, los actores del turismo hicieron referencia a que en el pasado proyectos e iniciativas públicas que contribuyeron significativamente al fortalecimiento del turismo y a los objetivos de sus organizaciones, no perduraron en el tiempo, debido a los cambios de administración. Esto implicó que algunas iniciativas y emprendimientos, desarrollados especialmente en el seno de organizaciones sociales y comunitarias que promueven el turismo comunitario, no continuaran o tuvieron varias afectaciones. Adicionalmente, aumentó la desconfianza de algunos lideres respecto a las intervenciones de las instituciones distrital en las localidades.

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

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

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

El esquema de participación permitió identificar en las localidades que colindan con los cerros orientales de la ciudad, una problemática relacionada con la operación de rutas y recorridos en atractivos como la quebrada La Vieja, en Chapinero. Se identificó por parte de los participantes en las jornadas de Chapinero y Santa Fe, como aspecto problemático, el impacto negativo para los cerros, que tiene una operación no regulada en estas zonas, que permite que cualquier operador pueda desarrollar sus actividades comerciales. La baja capacidad para verificar el cumplimiento efectivo de la capacidad de operación en estos ecosistemas contribuye también a que la operación no regulada, tenga impactos negativos sobre la estructura ecológica principal de la ciudad.

Condiciones e incentivos insuficientes para el aprovechamiento de la naturaleza como atractivo turístico

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

La falta de estudios de carga y las pocas capacidades para el control de varios ecosistemas, fue una causa común, identificada en los escenarios de participación bajo la perspectiva territorial.

Falta de acciones contundentes frente el cambio climático

La emisión de gases de efecto invernadero es uno de los factores que aumenta la vulnerabilidad ambiental de la ciudad frente al cambio climático. Las estimaciones especializadas (business as usual), muestran un crecimiento en la emisión de toneladas de CO2 al año, de 2,37% para el periodo 2017-2024, 2,35% para el periodo 2024-2030 y 2,17% para el periodo 2030-2050. Esto implica que la ciudad pasara de producir 11.403.759 toneladas de Co2 en 2017 a 23.774.649 en 2050. (Alcaldía de Bogotá, 2020)

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

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

Persistencia de incentivos negativos que limitan la consolidación del turismo rural.

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

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

Poca apropiación ciudadana de la cultura y los atractivos culturales y patrimoniales

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

Estos datos indican que en general, hay una baja apropiación de las actividades culturales y de promoción del arte, que implican a su vez un bajo gasto de recursos en estas. De otro lado, la percepción sobre la concentración de la oferta patrimonial en tres localidades, que se compagina con la concetración de la oferta turística, muestra un descnocimiento de las dinámicas culturales y patrimoniales del resto de la ciudad.

TECNOLOGÍA

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

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

Los esfuerzos para unificar en una plataforma tecnológica, la mayor parte de la oferta turística y cultural de la ciudad, en torno a "Agendate con Bogotá", se ven limitados por la interoperabilidad de las plataformas tecnológicas de las entidades distitales. Esto ocasiona, que aunque exista variada e importante información, distribuidas en múltiples plataforma, no es posible interoperar estos sistemas de información.

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

Bajo desarrollo tecnológico en las infraestructuras turísticas de la ciudad

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

Bajas capacidades de prestadores de servicios turisticos para hacer uso de las herramientas tecnológicas

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

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

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

Falta de implementación y apropiación de las transformaciones digitales como servicios y experiencias.

La transformación digital de la ciudad afronta barreras como la falta de conocimiento sobre tecnologías, alto costo percibido de las soluciones TIC, falta de alineamiento de la oferta y la demanda, falta de acompañamiento a las empresas (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021).

Esto implica un entorno negativo para la transformación digital del sector turismo, ya que limita las posibilidades para que los servicios y experiencias cunten con tecnologías y facilidades digitales, que briden mejor calidad al turista.

ACCESIBILIDAD

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

Infraestructura inaccesible

La planta turística de la ciudad en general, no cuenta con un diseño universal que posibilite el acceso de personas con discapacidad y personas mayores, lo que limita derechos básicos como el de la movilidad y se constituye en una barrera de entrada para el disfrute de los servicios turísticos del destino.

Pese a que el sistema de transporte ha avanzado en garantizar la infraestructura necesaria para el acceso equitativo de la ciudadanía, el espacio público, los parques y otros mobiliarios siguen siendo altamente inaccesibles.

Desempleo para personas con discapacidad

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

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

Inaccesibilidad de recursos web

Los recursos web son fundamentales para el acceso a información de personas con discapacidad y adultos mayores, posibilitando acceder a temas como convocatorias, eventos, entre otros. Se

manifestó en el marco del esquema de participación, que los textos, videos e imágenes de sitios web no son accesibles, no se utilizan formatos alternativos, ni se tiene en cuenta los criterios tanto en impresos como en formatos digitales. Esto limita los derechos de estas poblaciones al acceso en condiciones de igualdad a información que les permita gozar de los derechos asociados al turismo (ocio) y a incentivos que permitan mejorar sus capacidades y acceso a recursos institucionales.

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

en la encuesta realizada por el IDT en 2021 a más de 80 empresarios del sector, para conocer las prácticas relacionadas con la accesibilidad, tan solo el 24,2% de los encuestados, contestaron que sí han establecido políticas de gestión que involucren la inclusión de grupos poblacionales y la accesibilidad respectivamente. De otro lado, apenas el 15,7% de los encuestados adelanta acciones para la gestión del riesgo teniendo en cuenta la accesibilidad, lo cual lleva a pensar que en caso de una emergencia no se tienen establecidos protocolos claros que ayuden a personas con requisitos específicos de acceso.

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

Dificultades para la accesibilidad productiva

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

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

6. TENDENCIAS Y/O BUENAS PRÁCTICAS

6.1 Buenas prácticas en desarrollo y promoción del turismo.

Este apartado pretende hacer un estudio de casos 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. Estas tuvieron un método de selección aleatorio.

Se tendrán en cuenta dos (2) criterios de comparación, los objetivos de las políticas de turismo de cada país y las herramientas para la promoción de la actividad turística de cada uno. Las variables que se repitan en cada caso de estudio se tomarán como buenas prácticas a replicar en cada criterio de comparación.

6.1.1 Método comparado.

Para introducir el método comparado, se procederá a definir el concepto de política comparada y su utilidad.

La política comparada es un subcampo de la ciencia política, basada en el método comparado. Según Lijphart (1971) la política comparada se enfoca en cómo estudiar los casos y que método aplicar a este estudio y no en qué se va a estudiar o investigar.

Según Badie y Hermet (1993) la política comparada es un modo de investigar el conjunto de los fenómenos políticos, para profundizar en el análisis empírico (observación) y en la teoría política en todos los sectores del conocimiento.

El uso de comparaciones favorece el descubrimiento y comprensión de las relaciones entre variables. Una vez se identifican las variables compartidas, se puede comprender e interpretar la relación entre estas variables para predecir y formar teorías que pueden ser consideradas científicas.

El método comparado es el método por excelencia en la política comparada. Este busca establecer relaciones empíricas entre dos o más variables para generar o refutar teorías e hipótesis. En ese sentido, buscar, lo que John Stuart Mill (1843) llamó: Método de máxima semejanza y método de máxima diferencia, permitirá identificar regularidades y en función de ello, proponer premisas que pueden ser analizadas de manera empírica y por lo tanto ser falseadas o verificadas.

Para estudiar fenómenos desde el método empírico, es necesario definir unidades de medición, las cuales son denominadas variables. Las variables en un sistema de análisis causal, pueden ser clasificadas como dependientes e independientes.

- La variable independiente, hace referencia a una variable que tiene un valor fijo que puede ser modificado o alterado a voluntad, en ese sentido, es manipulada voluntariamente por el investigador o por un agente externo.

- La variable dependiente es afectada por la variable independiente. Esto quiere decir que cualquier valor que adopte la variable independiente, generará en consecuencia, un cambio en el valor de la variable dependiente. Así, se puede estimar el efecto de la una sobre la otra y establecer una relación de causalidad entre la variable independiente y la variable dependiente.

En el método de máxima semejanza, se registran y analizan varios casos en los que la variable dependiente (efecto o producto) es la misma, pero existen muchas variables independientes. Para identificarlas, se observa en qué casos aparece una misma variable que pueda explicar los efectos observados.

Por su parte, el método de máxima diferencia consiste en reunir varios casos en donde la variable dependiente (efecto o producto) no es la misma. En ese sentido, aunque los casos observados se asemejan en todo, el resultado no es el mismo. La o las variables faltantes, se asumen como variables independientes.

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Servicios de la cadena de valor del turismo	ANATO Asociación Colombiana de Viajes y turismo	Esta asociación busca la representación de operadores de viajes y turismo ante entidades del Estado y la profesionalización de los agentes de viaje	Lograr el empoderamiento de los operadores de viajes y turismo, a través de procsos de fortalecimiento organizacional, acceso a recursos vía convocatorias y una mejor operación de la industria turística que derive en mejores margenes de ganancias.	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Servicios de la cadena de valor del turismo	Asociación Hotelera y Turística de Colombia - COTELCO	Gremio federado orientado a la representación y al apoyo de los intereses del sector hotelero y turistico colombiano.	Busca el fortalecimiento de la competitividad y la productividad del sector hotelero mediante la prestación de servicios que permitan dar respuesta a las necesidades de nuestros afiliados y del turismo en general.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	Greater Convention Bureau	Corporación orientada al posicionamiento de Bogotá como destino turístico para la realización de eventos.	Consolidar el posicionamiento de Bogotá como una de las capitales del mundo para hacer eventos.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	ACOPET-Asociación Nacional de Periodistas y Escritores de Turismo	Representa a periodistas y medios de comunicación especializados en turismo.	Busca representar los intereses de los periodistas y los medios de comunicación asociados al turismo.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	Consejo Profesional de Agentes de Viajes y Turismo	Entidad encargada de agrupar, representar y expedir las matriculas profesionales de los agentes de viajes y turismo del país.	Representar los intereses profesionales de los agentes de viajes y turismo del país.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	Asociación de Hostales de Colombia	Representa los intereses de los hostales ante agremiaciones del sector turistico y el Estado.	Incentivar el turismo sostenible de manera responsable en el país, basados en una promoción activa de los establecimientos asociados.	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Servicios de la cadena de valor del turismo	ACOTUR Asociación Colombiana de Turismo Responsable	Es una asociación que trabaja por el desarrollo y la promoción del turismo responsable en Colombia. Su caracter es gremial	Transformar y unir al sector turístico de Colombia y convertirlo en un agente de conservación del patrimonio natural y cultural, reconstrucción del tejido social y la construcción de un nuevo imaginario colectivo de Colombia.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas SEGITTUR	Es la responsable de impulsar la innovación en el sector turístico español, tanto en el sector público (nuevos modelos y canales de promoción, gestión y creación de destinos inteligentes, etc.) como en el sector privado (apoyo a emprendedores, nuevos modelos de gestión sostenible y más competitivo, exportación de tecnología española).	Contribuir al desarrollo, modernización y mantenimiento de la industria turística. Generar y gestionar la tecnología, conocimiento e innovación necesarios para mejorar la competitividad, calidad y sostenibilidad en los ámbitos medioambiental, económico y social del turismo.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	Plataformas digitales	Plataformas digitales que prestan servicios de alojamiento	Facilitar el hospedaje de turistas y visitantes aprovechando las distintas plataformas digitales.	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Servicios de la cadena de valor del turismo	Asociaciones de Guías Profesionales de Bogotá y Colectivo Bacatá de Guías.	Asociaciones que agrupan a los guias profesionales de turismo de la ciudad de Bogotá y sus alrededores.	Representar y velar por los intereses de los guias profesionales de turismo.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	Asociacion Turismo Rural Comunitario	Asociacion que busca el fomento del turismo rural comunitario sostenible y competitivo.	Poner en marcha acciones que ayuden a recuperar el patrimonio natural y la valoracion del patrimonio cultural de la ruralidad de Bogotá como una acción para el fomento rural, por medio de la autogestión, la participación comunitaria y la equidad de género; con el fin de mejorar la calidad de vida y crecimiento económico de las familias de la ruralidad	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Servicios de la cadena de valor del turismo	ACODRES Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica	Entidad oficial de representación de productores y prestadores de restauración del país (restaurantes, academia de culinaria, entre otros).	Representar y defender los intereses de la industria gastronómica ante el Gobierno Nacional y el Congreso de la República para la modificación y objeción de iniciativas que afectan la viabilidad y funcionamiento de las empresas y negocios afiliados a la Asociación. Tambien orientan a los afiliados y a las micro, pequeñas y medianas empresas parte de la industria gastronómica en el acceso a información, capacitación y plataformas tecnològicas que faciliten su crecimiento.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	FEDEC. Federación Colombiana de Ecoparques, Ecoturismo y Turismo de Aventura	Agremia y consolida a los actores de la cadena productiva del turimo de naturaleza de Colombia.	Fortalecer a través de procesos participativos e incluyentes, la asociatividad, competitividad y sostenibilidad de las regiones por medio de los actores de la cadena productiva del turismo de naturaleza.	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Servicios de la cadena de valor del turismo	ACOLTÉS Asociación Colombiana de Transporte Terrestre Automotor y Especial	Asociación enfocada en el transporte terrestre, automotor, especial, transporte escolar, turistico, empresarial y de usuarios del sector salud.	Tiene como objetivo principal, la defensa y representación de las empresas asociadas de Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Especial y de los demás sujetos que se dediquen a esta actividad industrial.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	ASOTRANS Asociación Nacional de Transportadores	Tiene personeria jurídica de derecho privado, sin ánimo de lucro, de carácter gremial, integrada por empresas de transporte terrestre de pasajeros.	Trabajar por la defensa, el desarrollo y el fomento de los intereses de la industria del transporte público por carretera.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	CORFERIAS	Sociedad de carácter privado especializada en el segmento de eventos.	Estrechar los vínculos de cooperación entre Colombia y la comunidad mundial a través de la organización de ferias, exposiciones, eventos y convenciones, propiciando la generación de contactos cualificados entre visitantes y expositores en un recinto o plataformas digitales operados bajo estándares internacionales y protocolos de bioseguridad.	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Servicios de la cadena de valor del turismo	ÁGORA	Sociedad de carácter privado especializada en el segmento de eventos	Ya que Agora se desarrolló pensando en las necesidades de los organizadores de eventos, Agora pretende suplir todas estas necesidades con personal capacitado y una infraestructura precisa.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	ASOBARES Asociación de Bares	Organización gremial que representa los intereses de los bares y gastrobares frente al Estado.	Su objetivo es organizar, promover e impulsar la actividad como una profesión responsable, rentable y segura con el fin de consolidarla, dignificarla y posicionarla como la Industria económica con impacto social.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	Artesanías de Colombia	Asociación de productores y comercializadores de artesanías.	Incrementar la participación de los artesanos en el sector productivo nacional, para de esta forma, lograr un desarrollo integral sostenido que se manifieste en el mejoramiento del nivel de vida, visto tanto en un aumento de los ingresos de los artesanos así como de los espacios de participación social y en una mayor productividad y posicionamiento de las artesanías en los mercados locales,	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
			regionales, nacionales e internacionales.		
Servicios de la cadena de valor del turismo	Cámara de Comercio LGBTI	Institución privada, sín ánimo de lucro, dirigida a fortalecer y empoderar económica y socialmente a la comunidad LGBTI del país.	A través de estrategias conjuntas, buscan potenciar el desarrollo de negocios, emprendimientos y productos e innovaciones dirigidos al segmento LGBT, uno de los más dinámicos de la economía colombiana.	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	Empresas de taxis de Bogotá - Taxis Imperial que opera Aeropuerto	Sociedad conformada por diferentes empresas del sector, que administra el transporte individual de pasajeros en vehículos tipo taxi y vehículos de servicio especial para la prestación del servicio en el Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá	Prestar un servicio de taxi de calidad y generar experiencias positivas para quienes usan los servicios de terminal aéreo que sirve a la ciudad de Bogotá y alrededores	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Servicios de la cadena de valor del turismo	FENALCO	Organización que representa los intéreses de los comerciantes de Colombia	Incentivar el fortalecimiento del comercio a nivel nacional y distritral	**Apoyo**	**Alto**
Servicios de la cadena de valor del turismo	Cámara de Comercio de Bogotá	Organización privada sin ánimo de lucro que promueve la sostenibilidad y el desarrollo de Bogotá región.	Incentivar la existencia de más y mejores empresas y lograr una sociedad más próspera y equitativa en Bogotá y la Región. Acompañar a las empresas en sus diferentes ciclos de vida, brindamos seguridad jurídica y desarrollamos acciones que mejoren el entorno competitivo.	**Apoyo**	**Alto**
Instituciones Públicas	Instituto Distrital de Turismo	Es la entidad encargada de impulsar el desarrollo económico de Bogotá, a través de la promoción de la actividad turística de la Ciudad y de gestionar las mejores condiciones de competitividad y sostenibilidad del destino.	Trabajar por un turismo sostenible, responsable, incluyente y productivo.	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Instituciones Públicas	Secretaría Distrital de Desarrollo Económico	Tiene por objeto orientar y liderar la formulación de políticas de desarrollo económico de las actividades comerciales, empresariales y de turismo, que conlleve a la creación o revitalización de empresas, a la generación de empleo y de nuevos ingresos para los ciudadanos y ciudadanas en el Distrito Capital.	Consolidar el turismo como uno de los sectores que contribuya al desarrollo económico de la ciudad.	**Apoyo**	**Alto**
Instituciones Públicas	Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte	Su razón de ser, como cabeza del sector cultura, recreación y deporte, es liderar la garantía de las condiciones para el ejercicio efectivo y progresivo de los derechos culturales deportivos y recreativos de los habitantes de Bogotá, mediante la formulación concertada de políticas y la ejecución, evaluación y seguimiento a programas sectoriales, poblacionales y locales.	Liderar la formulación e implementación concertada de políticas públicas en arte, cultura, patrimonio, recreación y deporte, así como la transformación y sostenibilidad cultural y deportiva de la ciudad.	**Indeciso**	**Medio**
Instituciones Públicas	Instituto Distrital de Patrimonio Cultural	Es una entidad pública que ejecuta políticas, planes y proyectos para el ejercicio de los derechos patrimoniales y culturales de los habitantes de Bogotá. Además, protege, interviene, investiga, promociona y divulga el	Promover y gestionar la preservación y sostenibilidad del Patrimonio Cultural del ámbito distrital	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
		Patrimonio Cultural Material e Inmaterial.			
Instituciones Públicas	Secretaría Distrital de Gobierno	Tiene por objeto orientar y liderar la formulación y seguimiento de las políticas encaminadas al fortalecimiento de la gobernabilidad democrática en el ámbito distrital y local.	Garantizar los derechos humanos y constitucionales, la convivencia pacífica, el ejercicio de la ciudadanía, la promoción de la paz y la cultura democrática, el uso del espacio público, la promoción de la organización, la participación ciudadana y la coordinación de las relaciones políticas de la Administración Distrital en sus distintos niveles.	**Indeciso**	**Medio**
Instituciones Públicas	Alcaldías Locales	Son las autoridades encargadas de hacer cumplir las normas de licencias de construcción, uso del suelo, control de ruido, funcionamiento de establecimientos comerciales y tarifas de parqueadero. Adicionalmente, son las encargadas de la reparación y	Apoyar el cumplimiento de las funciones y demás competencias asignadas al alcalde local; encargadas de coordinar la acción administrativa del Distrito en la localidad.	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
		mantenimiento de vías secundarias y terciarias de las localidades.			
Instituciones Públicas	Alcaldía Locales de localidades sin vocación turística	Son las autoridades encargadas de hacer cumplir las normas de licencias de construcción, uso del suelo, control de ruido, funcionamiento de establecimientos comerciales y tarifas de parqueadero. Adicionalmente, son las encargadas de la reparación y mantenimiento de vías secundarias y terciarias de las localidades.	Apoyar el cumplimiento de las funciones y demás competencias asignadas al alcalde local; encargadas de coordinar la acción administrativa del Distrito en la localidad.	**Apoyo**	**Alto**
Instituciones Públicas	Instituto para la Economía Social-IPES	Define, diseña y ejecuta programas dirigidos a otorgar alternativas para los sectores de la economía informal a través de la formación de capital humano, el acceso al crédito, la inserción en los mercados de bienes y servicios y la reubicación de las actividades comerciales o de servicios.	Ofertar alternativas de generación de ingresos a la población de la economía informal que ejerce sus actividades en el espacio público; así como administrar y desarrollar acciones de fortalecimiento del Sistema Distrital de Plazas de Mercado, para aportar al	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
			desarrollo económico de la ciudad.		
Instituciones Públicas	Agencia Distrital de Ciencia, Tecnología y Educación	Entidad Distrital que se encarga de promover la oferta educativa de educacion superior enfocada en la educación secundaria de las instituciones educativas públicas.	Tiene por objeto fortalecer, promover, financiar y propiciar oferta educativa del nivel superior, privilegiando la educación superior a través de las Instituciones de Educación Superior Pública, desde la educación media a la técnica, tecnológica y universitaria, en todas las modalidades.	**Indeciso**	**Medio**
Instituciones Públicas	Alta Consejeria Distrital TIC	Es la entidad estratégica, articuladora, y líder del sector Gestión Pública que eleva la efectividad de la Administración Pública Distrital y promueve la transparencia para contribuir al bienestar y calidad de vida de la ciudadanía.	Dirigir y liderar la formulación, articulación y seguimiento de las políticas, lineamientos y directrices distritales en materia de Tecnologías de Información y Comunicaciones para el fortalecimiento de la función administrativa y misional de los	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
			sectores y entidades de Bogotá Distrito Capital.		
Instituciones Públicas	DADEP Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público	Defiende, inspecciona, vigila, regula y controla el espacio público del Distrito Capital, la administración de los bienes inmuebles, y la conformación del inventario general del patrimonio inmobiliario Distrital.	Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida en Bogotá, por medio de una eficaz defensa del espacio público, de una óptima administración del patrimonio inmobiliario de la ciudad y de la construcción de una nueva cultura del espacio público, que garantice su uso y disfrute colectivo y estimule la participación comunitaria.	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Instituciones Públicas	Secretaría Distrital de Planeación	Desarrolla funciones que apuntan a orientar y liderar la formulación y seguimiento de las políticas y la planeación territorial, económica, social y ambiental del Distrito Capital.	Planear y orientar la transformación territorial, económica, social y ambiental del distrito capital para mejorar el bienestar colectivo y la competitividad de nuestra ciudad región, a través de las políticas públicas, la participación ciudadana y una gestión pública efectiva, digital e innovadora.	**Apoyo**	**Medio**
Instituciones Públicas	Secretaría Distrital de Integración Social	Es una entidad pública de nivel central de la ciudad de Bogotá, líder del sector social, responsable de la formulación e implementación de políticas públicas poblacionales orientadas al ejercicio de derechos, ofrece servicios sociales y promueve de forma articulada, la inclusión social, el desarrollo de capacidades y la mejora en la calidad de vida de la población en mayor condición de vulnerabilidad, con un enfoque territorial.	Garantizar, proteger y restablecer los derechos, que se evidencian en la implementación de políticas públicas sociales, modelos de atención y servicios y acciones de transformación social que tienen en cuenta las diferencias étnicas, culturales, de discapacidad, de orientación sexual e identidad de género, así como las de cada territorio.	**Indeciso**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Instituciones Públicas	Secretaría Distrital de Ambiente	Orienta y lidera la formulación de políticas ambientales y de aprovechamiento sostenible de los recursos ambientales y del suelo, tendientes a preservar la diversidad e integridad del ambiente	Promueve, orienta y regula la sostenibilidad ambiental de Bogotá; controlando los factores de deterioro ambiental y promoviendo buenas prácticas ambientales, como garantía presente y futura del bienestar y calidad de vida de la población urbana y rural, y como requisito indispensable para la recuperación, conservación y uso de bienes y servicios ecosistémicos y valores de biodiversidad	**Apoyo**	**Medio**
Instituciones Públicas	Secretaría Distrital de Hábitat	Formula las políticas de gestión del territorio urbano y rural en orden a aumentar la productividad del suelo urbano. Garantiza el desarrollo integral de los asentamientos, de las operaciones y actuaciones urbanas integrales. Facilita el acceso de la población a una vivienda digna y articula los objetivos sociales economicos de ordenamiento territorial y de proteccion ambiental.	Liderar la formulación e implementación de políticas de gestión del territorio urbano y rural, en el marco de un enfoque de desarrollo que articula los objetivos sociales y económicos de ordenamiento territorial y de protección ambiental, a fin de mejorar la vivienda y el urbanismo en el Distrito Capital.	**Indeciso**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Instituciones Públicas	Región Administrativa de Planificación Especial - CIDEU	Es una figura asociativa del ordenamiento territorial, conformada por cinco entidades territoriales: Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Meta y Tolima.	Integrar y consolidar, desde lo regional, un territorio de paz, con equilibrio social, económico y ambiental, culturalmente diverso y globalmente competitivo e innovador.	**Apoyo**	**Medio**
Instituciones Públicas	Viceministerio de Turismo - MINCIT	Acuerda, ejecuta y evalúa la política turística, así como los planes y programas derivados de esta, en conjunto con las entidades competentes de los sectores público y privado, con el fin de mejorar la competitividad y sostenibilidad de los productos y destinos turísticos y promover el turismo doméstico y receptivo.	Promover el desarrollo económico y el crecimiento empresarial, impulsar el comercio exterior y la inversión extranjera y fomentar el turismo, fortaleciendo el emprendimiento, la formalización, la competitividad, la sostenibilidad y el posicionamiento de las empresas en el mercado local e internacional.	**Apoyo**	**Alto**
Instituciones Públicas	Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación	Se encarga de formular, orientar, dirigir, coordinar, ejecutar, implementar y controlar la política del Estado en materia de ciencia tecnologia e innovación.	Formular y articular la politica pública para la generación de conocimiento, innovación, apropiación social y competitividad.	**Indeciso**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Instituciones Públicas	Concejo de Bogotá	Tiene la responsabilidad de vigilar, debatir y controvertir la gestión de la Administración Distrital y de todas sus entidades. Ejerce la funcion de control político.	Promover el desarrollo integral y armónico del territorio y de sus habitantes, por medio de la gestión normativa y el control politico que se ejerce desde el Concejo.	**Apoyo**	**Alto**
Instituciones Públicas	Organización Mundial de Turismo	Es el organismo especializado de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.	Posicionar al turismo como una prioridad política, establecer liderazgo en la creación de conocimiento y las políticas, incrementar los recursos y reforzar la capacidad de la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMOmediante alianzas significativas.	**Apoyo**	**Alto**
Instituciones Públicas	FONTUR	Ente nacional que se encarga de la promoción y competitividad del turismo. Recauda, administra y ejecuta los recursos destinados para este sector. También ayuda a la consolidación de los destinos turisticos en las regiones.	Desarrollar de manera conjunta y engranada con las diferentes regiones del país, los proyectos necesarios en materia de infraestructura, capacitación y profesionalización de servicios y promoción de destinos	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Instituciones Públicas	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Apoya la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país para mejorar su competitividad y su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado.	Por medio de la promoción del desarrollo economico enlazado con el crecimiento empresarial, se pretende impulsar el comercio exterior, la inversión extranjera el turismo. Todo esto de la mano con el fortalecimiento del emprendimiento, la formalización, la competitividad, la sostenibilidad y el posicionamiento de las empresas en el mercado local e internacional.	**Apoyo**	**Alto**
Instituciones Públicas	IDECUT Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca	Es la entidad que promueve el desarrollo cultural y turistico en el departamento de Cundinamarca y tiene como objetivo promover la participación ciudadana en las políticas culturales y turisticas	Ttrabajar en la transformación de los municipios mediante la valoración, preservación, recuperación y difusión del patrimonio cultural y turístico en sus diversas manifestaciones con la ejecución y generación de proyectos que contribuyan al desarrollo cultural y turístico, la promoción del arte, el fomento de valores que propicien la paz y la convivencia ciudadana.	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Instituciones Públicas	Migración Colombia	Ejerce el control e información frente a los extranjeros en el país	Ejercer control como autoridad migratoria a ciudadanos nacionales y extranjeros en el territorio colombiano de manera técnica y especializada, brindando servicios de calidad, en el marco de la Constitución y la ley.	**Indeciso**	**Medio**
Instituciones Públicas	Secretaría Distrital de Movilidad	La Secretaría Distrital de Movilidad es un organismo del Sector Central con autonomía administrativa y financiera que tiene por objeto orientar y liderar la formulación de las políticas del sistema de movilidad para atender los requerimientos de desplazamiento de pasajeros y de carga en la zona urbana, tanto vehicular como peatonal y de su expansión en el área rural del Distrito Capital.	Formular políticas e implementar estrategias de movilidad multimodal, incluyente y sostenible que contribuyen a la equidad y mejoran la calidad de vida de la ciudadanía y la seguridad de los actores viales, potenciando la productividad, la competitividad y la integración de Bogotá y la región, con una gestión íntegra y transparente.	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Instituciones Públicas	Instituto Distrital para las artes IDARTES	Es un establecimiento público del orden distrital, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, y patrimonio propio, tiene por objeto la ejecución de políticas, planes, programas y proyectos para el ejercicio efectivo de los derechos culturales de los habitantes del Distrito Capital en cada una de las dimensiones de las áreas artísticas.	Garantizar el pleno ejercicio y disfrute de los derechos culturales por parte de la ciudadanía, acercando las prácticas artísticas y la vivencia de sus diferentes dimensiones a la vida cotidiana de las personas	**Apoyo**	**Medio**
Instituciones Públicas	Secretaría Distrital de Seguridad	Organismo del sector central dentro de la estructura administrativa del Distrito Capital de Bogotá, con autonomía administrativa y financiera, cuyo objeto consiste en orientar, liderar y ejecutar la política pública para la seguridad ciudadana, convivencia y acceso a los sistemas de justicia.	Liderar, planear, implementar y evaluar la política pública en materia de seguridad, convivencia y acceso a la justicia, así como gestionar los servicios de emergencias, para garantizar el ejercicio de los derechos y libertades de los ciudadanos del Distrito Capital.	**Indeciso**	**Medio**
Instituciones Públicas	Policía - Especialidades: Turismo, Carabineros, Policía Ambiental, y de Bicicleta	Se coordinan acciones para la seguridad turística en Bogotá.	Coordinar, dirigir, orientar, apoyar, supervisar y evaluar a nivel nacional el cumplimiento de las funciones asignadas a la policía de turismo y de esta manera contribuir al proceso misional institucional de convivencia y seguridad ciudadanía.	**Indeciso**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Instituciones Públicas	Secretaría de Educación Distrital	Es la rectora de la educación inicial (preescolar), básica (primaria y secundaria) y media en Bogotá	Orientar y liderar la formulación y ejecución de políticas, planes y programas para garantizar el derecho a la educación y asegurar a la población el acceso al conocimiento y la formación integral.	**Indeciso**	**Medio**
Instituciones Públicas	Invest in Bogotá	Es la agencia de promoción de inversión para Bogotá. Su misión es apoyar a inversionistas que están explorando oportunidades en Bogotá y fortalecer el ecosistema de emprendimiento.	Apoyar a inversionistas que están explorando oportunidades en Bogotá y fortalecer el ecosistema de emprendimiento.	**Apoyo**	**Alto**
Educación para el turismo	Universidad Externado de Colombia	Institución de educacion superior.	Como institución de educación superior dedicada a la enseñanza e investigación en Ciencias Sociales, con una concepción humanística, la Universidad Externado de Colombia promueve y practica un absoluto respeto por la vida.	**Apoyo**	**Alto**
Educación para el turismo	Colegio Mayor de Cundinamarca	Institución de educacion superior.	Compromiso con la formación de profesionales integrales, éticos, responsables y con pensamiento crítico; ciudadanos capaces de responder a las realidades, retos, demandas de la	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
			sociedad, en armonía con el ambiente.		
Educación para el turismo	Universidad Antonio Nariño	Institución de educacion superior.	Formación de ciudadanos idóneos y competitivos, éticos y humanistas, con pensamiento autónomo y crítico, y personas altamente calificadas y comprometidas con los procesos de transformación positiva del país, fundamentados en la incorporación, difusión, generación e innovación del conocimiento universal.	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Educación para el turismo	SENA	Es un establecimiento público del orden nacional, con personería jurídica, patrimonio propio e independiente, y autonomía administrativa; adscrito al Ministerio del Trabajo, de Colombia. Ofrece formación gratuita de programas técnicos, tecnológicos y complementarios que enfocados en el desarrollo económico, tecnológico y social.	Cumplir la función que le corresponde al Estado de invertir en el desarrollo social y técnico de los trabajadores colombianos, ofreciendo y ejecutando la formación profesional integral, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	Fundación Universitaria Los Libertadores	Institución de educacion superior.	Formación y capacitación de los ciudadanos para convertirlos en personas funcionales y capaces que aporten al desarrollo del país.	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	Corporación Universitaria Minuto de Dios	Institución de educacion superior.	Formación y capacitación de los ciudadanos para convertirlos en personas funcionales y capaces que aporten al desarrollo del país.	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Educación para el turismo	Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano	Institución de educacion superior.	Contribuir a la inclusión social y al desarrollo de la nación, principalmente a través de la oferta de programas en toda la cadena de formación que se distingan por su calidad y pertinencia.	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	Uniagustiniana	Institución de educacion superior.	Compromiso con la formación humana y la excelencia académica, que promueve en todos sus ámbitos de actuación la generación, transferencia y apropiación del conocimiento, sobre la base de los valores éticos y morales, con el fin de aportar al desarrollo sostenible y a la transformación de la sociedad.	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	Unitec	Institución de educacion superior.	Contribuye a la formación humanística e integral de personas para que sean competentes, emprendedoras, creativas, con pensamiento crítico, liderazgo y una alta responsabilidad social.	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Educación para el turismo	Fundación Universitaria Cafam	Institución de educacion superior.	Contribuir de manera activa en la formación de la ciudadania, de acuerdo a los valores eticos y morales de la institución.	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	Grupo de investigación Turismo y Sociedad (Universidad Externado de Colombia)	Desarrollan investigaciones que den respuesta a las reflexiones y problemáticas del turismo, las dinámicas e interacciones entre sus actores sociales y de las organizaciones.	Formar ciudadanos y profesionales con fundamentación científica y humanística integral, con capacidad de liderazgo y espíritu empresarial, sobre la base de unos valores morales y éticos, autodisciplina, responsabilidad social y ambiental. Es igualmente punto de convergencia de sus egresados, para analizar y debatir los grandes temas del fenómeno turístico.	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	Grupo de investigación Recetas, Fórmulas y Turismo (SENA)	Desarrollan investigaciones relacionadas al sector turistico	Generar información en una base de datos que alimente la plataforma TURISDATA_SENA para la generación de información estadística y actualizada de los Prestadores de Servicios Turísticos	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Educación para el turismo	Grupo de investigación Ciencia, Ambiente y Turismo Ecológico Sustentable - CAYTES (UNIMINUTO)	Grupo de investigación que desarrolla investigaciones relacionadas con el sector turistico.	Por medio de la investigación pretenden lograr una apuesta academia e investigativa interdisciplinar para la solución de problemáticas ambientales.	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	Grupo de investigación comercio, industria y turismo (SENA)	Desarrollan investigaciones relacionadas al sector turistico	Generar información y conocimiento asociado a los sectores de comercio, industria y turismo.	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	Colegio República de Bolivia	Colegio participante en el programa "Colegios Amigos del Turismo"	OfreceR Educación Formal a estudiantes en condición de Discapacidad Cognitiva Leve en los niveles de Educación Preescolar, Básica y Media con énfasis en Formación Ocupacional y Convivencia Social.	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	CUN	Institución de educacion superior.	Compromiso con la formación integral del ser humano y especialmente en la mujer.	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	Fundación Universitaria del Área Andina	Institución de educacion superior.	Formar a la ciudadania de manera cientifica e investigativa para aportar en el desarrollo del país.	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Educación para el turismo	Corporación Universal de investigación y tecnología - CORUNIVERSITEC	Es una Institución privada de Educación Superior de carácter tecnológico	Formar en la autonomía, participación e innovación para lograr profesionales integrales capaces de asumir con liderazgo la dinámica del cambio y constituirse en actores decisivos del mismo, a partir de los conocimientos construidos en cada disciplina.	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	UCB - Unión de Colegios Bilingües	Organización en la que participan colegios Bilingës creado después del año 2000	Contribuir al desarrollo de la educación en Colombia, a través de proyectos innovadores que aportan a la formación de ciudadanos competentes y con conciencia social.	**Apoyo**	**Medio**
Educación para el turismo	UNCOLI Unión de Colegios Internacionales	Organización de 25 colegios de la ciudad de Bogotá. Uno de los factores para que estos colegios pertenezcan a esta organización es que estos colegios tienen algun tipo de vinculo internacional. Esta organización prepara actividades interescolares de deportes, cultura y artisticos.	Trabajamos en forma mancomunada para brindar espacios de participación a nuestros alumnos	**Apoyo**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Elementos del sistema turistico	Turistas nacionales	Grupo poblaciónal que se desplaza a un lugar distinto a su lugar de residencia y que aporta economicamente al sector turistico, es decir, disfruta de la cadena de valor del turismo y son nacionales colombianos.	Que la oferta turistica supla sus necesidades y sea de calidad.	**Desconocido**	**Alto**
Elementos del sistema turistico	Turistas locales	Grupo poblaciónal que se desplaza a un lugar distinto a su lugar de residencia y que aporta economicamente al sector turistico, es decir, disfruta de la cadena de valor del turismo y son residen en el mismo lugar en el que hacen turismo.	Que la oferta turistica supla sus necesidades y sea de calidad.	**Desconocido**	**Alto**
Elementos del sistema turistico	Turistas internacionales	Grupo poblaciónal que se desplaza a un lugar distinto a su lugar de residencia y que aporta economicamente al sector turistico, es decir, disfruta de la cadena de valor del turismo y son residen de otro pais distinto al que donde hacen turismo.	Que la oferta turistica supla sus necesidades y sea de calidad.	**Desconocido**	**Alto**
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Asociación de Cabildos Indigenas	Es una entidad de Derecho Público de carácter especial, con personería jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, que tiene por objeto, el desarrollo integral de las comunidades Indígenas del norte del cauca.	Determinado por la necesidad de visibilizar sus costumbres e historia, para que sean reconocida en el marco de la estructuración de productos distritales y locales.	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Servicios de la cadena de valor del turismo	Mercado de las Pulgas de Usaquén	Mercado artesanal ubicado en la localidad de Usaquén	Su interes es ser un atractivo turistico para potenciar el desarrollo economico de la zona y sobre todo de las personas que venden sus productos en la ubicación del mercado de las pulgas.	**Apoyo**	**Alto**
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Cabildo Misak	Cabildo indigena con población Misak o guambiana, ubicado en el departamento del Cauca	Determinado por la necesidad de visibilizar sus costumbres e historia, para que sean reconocida en el marco de la estructuración de productos distritales y locales.	**Apoyo**	**Alto**
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Cabildo Tubu	Cabildo indigena con población Tubú Hummurimasa, ubicado en el departamento del Vaupés	Determinado por la necesidad de visibilizar sus costumbres e historia, para que sean reconocida en el marco de la estructuración de productos distritales y locales.	**Apoyo**	**Alto**
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Cabildo Kamentsa	Cabildo indigena con población Kamentsa, ubicado en el departamento del Putumayo	Determinado por la necesidad de visibilizar sus costumbres e historia, para que sean reconocida en el marco de la estructuración de productos distritales y locales.	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Cabildo Nasasa ´twesy	Cabildo indigena con población Nasasa ´twesy	Determinado por la necesidad de visibilizar sus costumbres e historia, para que sean reconocida en el marco de la estructuración de productos distritales y locales.	**Apoyo**	**Alto**
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Cabildo Uitoto	Cabildo indigena con población Uitota, ubicado en los departamentos del Putumayo, Caquetá y Amazonas.	Determinado por la necesidad de visibilizar sus costumbres e historia, para que sean reconocida en el marco de la estructuración de productos distritales y locales.	**Apoyo**	**Alto**
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Cabildo Ambika	Cabildo indigena con población Ambika Pijao, ubicado en la ciudad de Bogotá	Determinado por la necesidad de visibilizar sus costumbres e historia, para que sean reconocida en el marco de la estructuración de productos distritales y locales.	**Apoyo**	**Alto**
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Cabildo Eperara Sia-pidara	Cabildo indigena con población Empera Siapidara, ubicado en los departamentos del Valle del Cauca y Cauca	Determinado por la necesidad de visibilizar sus costumbres e historia, para que sean reconocida en el marco de la estructuración de productos distritales y locales.	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Cabildos Muiscas	Cabildos indigenas con población Muisca, ubicados en la ciudad de Bogotá	Determinado por la necesidad de visibilizar sus costumbres e historia, para que sean reconocida en el marco de la estructuración de productos distritales y locales.	**Apoyo**	**Alto**
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Consultiva distrital de comunidades afro	Son primeros en recibir el impacto de la actividad turística en sus territorios.	Determinado por la necesidad de visibilizar sus costumbres e historia, para que sean reconocida en el marco de la estructuración de productos distritales y locales.	**Apoyo**	**Alto**
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Organizaciones de vecinos y Juntas de acción comunal de Zonas de interés turístico Mundial de Turismo	Sirve de instancia de diálogo, concertación e interlocución entre las comunidades que representan y la Administración Distrital.	Convertirse en destino y atractivo turistico de la ciudad para el desarrollo economico y social de las localidades.	**Apoyo**	**Alto**
Educación para el turismo	INSOR Instituto Nacional de Sordos	El Instituto Nacional para Sordos – INSOR, coordina acciones con todos los entes de sector público y privado en las áreas de Competencia.	Promover, desde el sector Educativo, el desarrollo e implementación de Política Pública para la Inclusión Social de la Población Sorda.	**Indeciso**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Entidades de apoyo al ejercicio turistico	Consejo Iberoamericano de Diseño, Ciudad y Construcción Accesible	Entidad sin animo de lucro, dedicada a la veeduria de las acciones que la sociedad civil, entes gubernamentales y privadas ejecuten, con el fin de lograr una transformación social, política y cultural en las ciudades.	promover el concepto de diseño universal en todos los espacios, entornos y servicios, garantizando el fácil y seguro uso a todas las personas.	**Apoyo**	**Medio**
Entidades de apoyo al ejercicio turistico	Asociación Femenina de Ejecutivas de Empresas Turísticas de Colombia	Asociación de Empresaria de Turismo Colombia, parte de Fiaseet organismo internacional con sede en Mexico y que busca prestar servicios profesionales a la industria turistica.	Relacionar a todas las mujeres del mundo del turismo colombiano.	**Indeciso**	**Medio**
Entidades de apoyo al ejercicio turistico	Fundación Renacer	Representante de The Code.org en Colombia para la prevención de la ESCNNA en turismo	Contribuir a la erradicación de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes – ESCNNA	**Indeciso**	**Medio**
Entidades de apoyo al ejercicio turistico	Asociación Latinoamericana de Turismo LGBT	Organización que busca diversificar el mercado turistico para las personas LBGTI	Potenciar la conexión de los empresarios y los prestadores de servicios turísticos de la región así como impulsar los eventos que se realizan en cada uno de los países miembros.	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Instituciones Públicas	Consejería para la Participación de las Personas con Discapacidad	Hace parte de la Presidencia y de la Vicepresidencia de la República de Colombia, encargada de la formulación e implementación de las diferentes políticas públicas de discapacidad, en el marco de la agenda de desarrollo sostenible - ODS 2030.	Coordinar y articular a las instancias y actores que hacen parte del Consejo Nacional de Discapacidad. Coordinar y articular el seguimiento al cumplimiento de la normatividad actual en materia de inclusión personas con y proponer ante las entidades competentes pertinentes.	**Indeciso**	**Medio**
Instituciones Públicas	Secretaría Distrital de Integración Social	Encargada de liderar y formular las políticas sociales del Distrito Capital para la integración social de las personas, las familias y las comunidades, con especial atención para aquellas que están en mayor situación de pobreza y vulnerabilidad.	Ejecutar las acciones que permitan la promoción, prevención, protección, rehabilitación y restablecimiento de sus derechos, mediante el ejercicio de la corresponsabilidad y la cogestión entre la familia, la sociedad y el Estado.	**Indeciso**	**Medio**
Instituciones Públicas	Secretaría Distrital de Gobierno - Asumiendo la Secretaría Técnica Distrital de Discapacidad	Lidera la convivencia pacífica, el ejercicio de la ciudadanía, la promoción de la organización y de la participación ciudadana, y la coordinación de las relaciones políticas de la Administración Distrital en sus distintos niveles.	Fortalecer la gobernabilidad democrática en el ámbito distrital y local, y garantizar el goce efectivo de los derechos humanos y constitucionales.	**Indeciso**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
Entidades de apoyo al ejercicio turistico	Best Buddies de Colombia	Organización Internacional que se dedica a la promoción de la inclusión social y laboral de personas con discapacidad Intelectual.	promoción de la inclusión social y laboral de Personas con Discapacidad Intelectual.	**Indeciso**	**Medio**
Instituciones Públicas	Instituto de Desarrollo Urbano - IDU	Realiza obras de infraestructura y mantenimiento para la movilidad, destinadas a mejorar el bienestar y la calidad de vida de los habitantes de Bogotá.	Realizar obras de infraestructura y mantenimiento para la movilidad, destinadas a mejorar el bienestar y la calidad de vida de los habitantes de Bogotá.	**Indeciso**	**Medio**
Instituciones Públicas	Secretaría General	Parte técnica que apoya el seguimiento y cumplimiento de las metas del Plan Distrital de Desarrollo. Se incorporan, como parte del sector gestión pública, los temas de Tecnologías de la Información y Comunicaciones; y de Víctimas, Paz y Reconciliación.	Desarrollar condiciones para generar valor público, con el fin de lograr una ciudad moderna con un modelo de gobierno abierto, contribuir a la construcción de la paz y la reconciliación, y mejorar la calidad de vida de la ciudadanía.	**Indeciso**	**Medio**
Instituciones Públicas	INCI - Instituto Nacional para Ciegos	Trabaja para garantizar los derechos de los colombianos ciegos y con baja visión en términos de inclusión social, educativa, económica, política y cultural.	Orientar la organización, planeación y ejecución de las políticas públicas a nivel nacional y territorial, dirigidas a la educación inclusiva de las personas con discapacidad visual y el fortalecimiento de la movilización y su participación para el ejercicio de los	**Indeciso**	**Medio**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
			derechos de esta población.		
Entidades de apoyo al ejercicio turistico	Aeropuerto Internacional El Dorado	Esquemas de trabajo para activar la oferta de servicios de transporte y garantia de seguridad para los visitantes o turistas.	Aportar a la llegada y salida de turistas del país y de la ciudad.	**Indeciso**	**Medio**
Entidades de apoyo al ejercicio turistico	Centros Comerciales	Gerentes de centros comerciales	Segundo atractivo mas visitado de la ciudad y han presentado un enorme interés en el turismo como motor de desarrollo económico.	**Apoyo**	**Alto**
Entidades de apoyo al ejercicio turistico	Corredor gastronómico de la localidad de Santa Fe	Dueños de establecimientos de comercio Restaurantes y plaza de mercado	Pueden convertirse en un producto y atractivo turístico.	**Indeciso**	**Medio**
Entidades de apoyo al ejercicio turistico	OPAIN	El concesionario Opain, de mayoría accionaria de Odinsa, es el encargado de administrar, modernizar, expandir, operar, mantener y comercializar el Aeropuerto El Dorado.	Cumplimiento del contrato concesión, calidad de los servicios, los principios de responsabilidad social, protección del ambiente, bienestar, seguridad y salud de sus usuarios y empleados.	**Indeciso**	**Medio**
Entidades de apoyo al ejercicio turistico	Organización Internacional de Turismo Social - ITSO	El IDT actualmente adelanta proceso para ser miembro de esta organización.	Promover el desarrollo del turismo para todos y hacer que la salida de vacaciones sea	**Apoyo**	**Alto**

TIPO	ACTOR	DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR	INTÉRESES	POSICIÓN	INTÉRE EN LA POLÍTIC PÚBLIC
			accesible al mayor número de personas.		
Entidades de apoyo al ejercicio turistico	Consejo Consultivo de Turismo	Instancia de coordinación de la ciudad de Bogotá D.C., en materia de turismo.	Servir de órgano asesor y consultivo de la administración distrital, con relación al desarrollo de la industria turística en Bogotá D.C. e iniciativas locales de la misma.	**Apoyo**	**Alto**
Organizaciones sociales, comunales y comunitarias	Comunidad de la localidad de Sumapaz	Residentes de la zona rural de Sumapaz	Residentes y lideres de la zona rural de Sumapaz	**Oposición**	**Bajo**

Los 120 actores identificados (principales de la cadena de valor del turismo) evidencian la multiplicidad de paticipantes y sectores, poblaciones y territorios, directamente relacionados con las actividades turísticas. Este hecho visibiliza la importancia del sector para la ciudad región y pone de manifiesto la existencia de múltiples factores que deben ser considerados en la planificación turística de la ciudad.

La mayoría de los actores caracterizados tienen un apoyo al desarrollo de la política pública de turismo, toda vez que ven en ella la posibilidad de fortalecer el sector y de esta forma verse benefiados en términos de mayores ingresos (empresarios), mayores posibilidades de desarrollo social (actores territoriales), mayores ingresos para la ciudad (instituciones) y en general, la consolidación de Bogotá como un destino turístico, que implique mayores inversiones que mejoren la calidad de vida de sus habitantes.

La política pública es un tema de interés para los actores, ya que permite concretar múltiples apuestas y propuestas, especialmente de empresas y organizaciones sociales, que han sido parcialmente atendidas y que no encuentran un escenario de concreción, debido a los cambios constantes en los lineamientos de la acción pública del sector. Igualmente, la posibilidad de participar incidentemente en la formulación de la política, abre una ventana de oportunidades para fortalecer la participación en el sector y de esta forma articular múltiples actores que carecen de escenarios de encuentro y deliberación entre ellos y con las instituciones.

De otro lado, la mediación entre los intereses y la influencia de los actores, confluye en un interés común que es el fortalecimiento del turismo en la ciudad, por lo cual, la política cuenta con un escenario de gobernabilidad altamente favorable y de sus lineamientos, que deben estar orientados bajo la lógica del consenso y de la progresividad, depende la capacidad de volver adeptos a algunos actores opositores (caso organizaciones sociales de Sumapaz) y de fortalecer la gobernanza entre los actores privados, públicos y del sector sector.

11.2 Temas de controversia

La identificación de temas de controversia entre actores, se realizó con base en la información recolectadas en el esquema de participación y en las posturas expresadas en distintos documentos de opinión y académicos. A continuación, se relacionan los tres temas de controversia identificados.

<u>Formalización</u>

Uno de los ámbitos donde se pudo observar las posiciones de los actores anteriormente mencionados, fue la discusión en el Congreso sobre la Ley 2016 de 2020, que modifica importantes

DOCUMENTO PRELIMINAR

disposiciones en temas de turismo. A continuación, se presenta el mapa resumen de posiciones de los actores en función de aquellos temas que se visibilizaron como importantes.

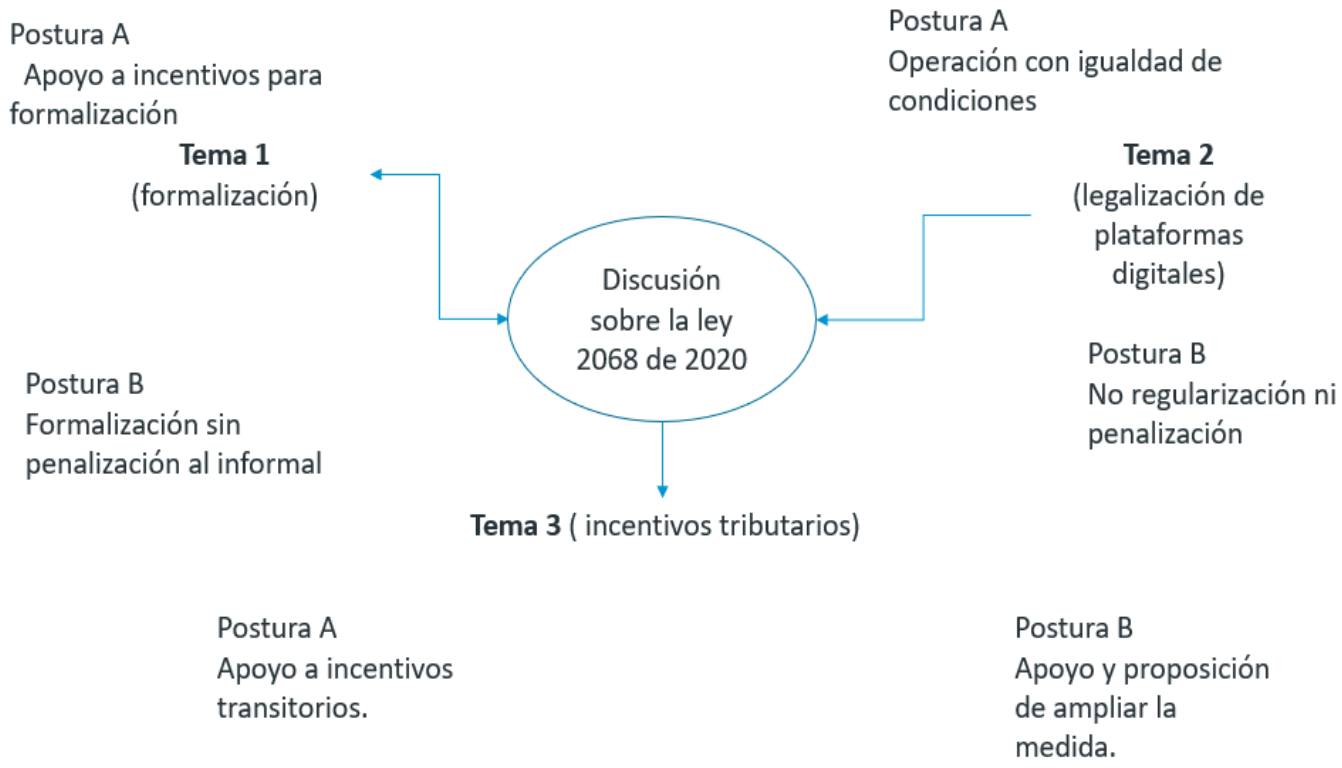


Figura 64 Mapa resumen de posiciones de actores

El primer tema de controversia fue la formalización. La posición inicial del proyecto (que posteriormente fue moderándose) fue la de aumentar las penalizaciones para los operadores informales de turismo, buscando incentivar la formalización masiva, los grandes defensores de la perspectiva fueron los gremios hoteleros, asociaciones de grandes operadores, entre otros. Como posición contraria, se partía de la idea de que la formalización es un propósito compartido, pero la forma fundamental de incentivarlo es con mecanismos como la exoneración de pago del Registro Nacional de Turismo, esta perspectiva fue apoyada mayoritariamente con asociaciones y gremios más pequeños y asociaciones de profesionales.

El segundo tema es la regularización de plataformas digitales que prestan servicios de intermediación para el alquiler de apartamentos con fines turísticos u otro tipo de actividades, se

identificaron dos grandes posturas. La primera promovida por los operadores "tradicionales" fue la de establecer una regulación de estas plataformas para que haya igualdad de condiciones y competencia. La segunda, defendida por las plataformas, estuvo más relacionadas con una regularización flexible que atendiera a su naturaleza empresarial.

Finalmente, frente al tema de los incentivos tributarios, hubo un consenso en torno al apoyo de las medidas. Sin embargo, la posición de gobierno giró en torno a la temporalidad de las medidas, especialmente para los años 2021 y 2022.

Turismo en Sumapaz

El proceso de participación para la formulación de la política pública de turismo, realizado en la localidad de Sumapaz, evidenció un punto de conflicto relacionado con el desarrollo de actividades turísticas. De un lado, la mayor parte de la comunidad, agrupada especialmente en torno a sus Juntas de Acción Comunal, manifestaron el rechazo a cualquier posibilidad de desarrollar turismo en el territorio. Los principales motivos se relacionan con los impactos que tendrían sobre el páramo de Sumapaz y as afectaciones a las lógicas comunitarias que allí se han gestado.

Un grupo minoritario de participantes, se mostró a favor del desarrollo de actividades turísticas y ve en la política pública de turismo, una oportunidad para visibilizar sus emprendimientos, algunos asociados a la cadena de valor del turismo. Consideran que es posible desarrollar turismo responsable y sostenible y que esto permitirá llevar beneficios a la comunidad.

La exposición de motivos de ambas posturas, tiene un elemento relevante, relacionado con la posición a otras autoridades territoriales presentes en el territorio, como el caso de Parques Nacionales, cuyas acciones en materia de protección del Páramo han originado conflictos con la comunidad. Adicionalmente, la posibilidad de adelantar un Plan de Manejo y Ordenamiento Ecoturístico, ha contribuido a fortalecer la oposición al turismo en el territorio.

En este escenario, se identificó como prioritario realizar un proceso de concertación que permita alinear los intereses de los actores territoriales con los del fortalecimiento del sistema distrital de turismo y en particular el desarrollo de actividades turísticas sostenibles en el páramo más grande del mundo y uno de los principales atractivos naturales de la ciudad-región.

Prestación de servicios turísticos en cerros orientales

La operación de las rutas y recorridos son unos de los productos turísticos exentos de derechos de autor (Sánchez, 2021). Esto implica que guías de turismo y otros prestadores de servicios turísticos, compitan por realizar actividades turísticas guiadas en distintas zonas de la ciudad.

En el caso de los cerros orientales, donde se encuentran atractivos como la Quebrada la Vieja, se ocasionan conflictos a causa de la libre competencia de prestadores de servicios turísticos. En el marco de las jornadas de participación en la localidad de Santa Fe, se puso de manifiesto el

DOCUMENTO PRELIMINAR

inconformismo de prestadores de servicios con más de 30 años en el sitio, ante la irrupción de nuevos operadores "foráneos" que son identificados como problemáticos, toda vez que no realizan un turismo responsable y sostenible en el área.

Estos conflictos también se identificaron en zona rurales de Ciudad Bolívar y Usme, donde prestadores rurales se quejan de las lógicas de operación de los prestadores "urbanos".

Frente a este panorama, uno de los retos que afrontar la política pública de turismo es la generación de una red de gobernanza de escala regional, ciudad y local, que permita generar acuerdos entre prestadores de servicios turísticos en territorios con conflictos por operación, en torno a reglas claras y legitimas, íntegramente alineadas con los propósitos del turismo sostenible.

12. Propuesta preliminar de estructura de la política pública

La política pública de turismo "Bogotá región destino turístico sostenible e inteligente" tiene una estructura programática que parte de un objetivo general, cinco objetivos específicos y por cada uno de estos se despliegan líneas estratégicas, las cuales a su vez se desarrollan a través de metas del plan de acción de la política.

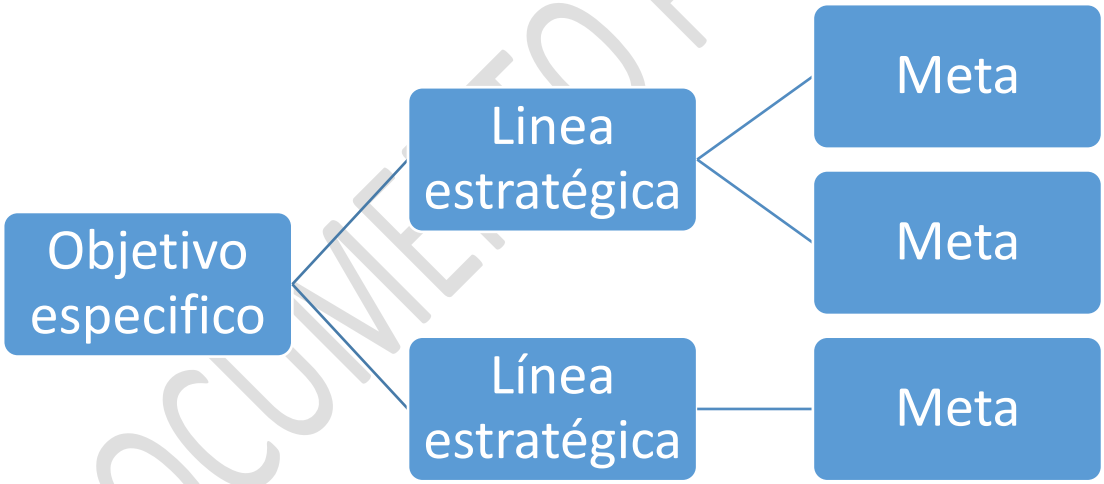


Figura 65 Propuesta preliminar de estructura de la política pública

Objetivo general

Fortalecer el sistema distrital de turismo, con el fin de consolidar a Bogotá región como un destino turístico inteligente y sostenible, que articule eficientemente los recursos y atractivos disponibles

DOCUMENTO PRELIMINAR

con la demanda de turistas y visitantes nacionales e internacionales, propendiendo por el desarrollo social, ambiental y económico de los territorios, sectores y poblaciones asociados a la actividad turística.

Objetivos específicos

- Mejorar la gobernanza del sistema distrital de turismo, a través del robustecimiento de los mecanismos de participación ciudadana del sector, la consolidación de mecanismos eficientes de gestión del destino y un marco institucional más adecuado para los retos relacionados con la articulación público-privada y la garantía de la seguridad turística.

- Incentivar la innovación de la industria turística, con el fin de fortalecer los procesos de gestión, el desarrollo de productos y servicios atractivos para la demanda turística y el mejoramiento de la comercialización y marketing de los productos de ciudad.

- Fortalecer la aplicación de las innovaciones tecnológicas en la industria turística y los recursos e infraestructura, con el fin de optimizar la prestación de los servicios turísticos.

- Fortalecer la implementación de los principios de la sostenibilidad turística, con el fín de reducir los impactos negativos de la actividad turística sobre el ambiente, mejorar las capacidades de las comunidades locales para el desarrollo de turismo y generar crecimiento económico sostenible en Bogotá-región a través del turismo.

- Generar condiciones óptimas de accesibilidad para el desarrollo del turismo en la ciudad, garantizando el derecho de todas las personas a gozar del derecho humano al ocio y al turismo en condiciones de igualdad.

A partir de estos objetivos, se han identificado las siguientes líneas estratégicas:

Línea 1 Gobernanza del sistema distrital de turismo

- Apropiación de ciudad como destino

- Formalización

DOCUMENTO PRELIMINAR

- Fortalecimiento institucional
- Seguridad y resiliencia
- Participación
- Incidencia distrital, nacional e internacional.

Línea 2 Accesibilidad

- Eliminación de barreras de acceso
- Inclusión laboral y productiva

Línea 3 Innovación

- Producto
- Comercialización y marketing
- Capacidades para la innovación
- Encadenamiento productivo

Línea 4 Sostenibilidad

- Gestión sostenible
- Conservación Patrimonial y cultural
- Reducción de impactos del turismo en el ambiente
- Impulso al turismo desde la comunidad
- Gestión territorial

Línea 5 Tecnología

- Sistema de información turística

DOCUMENTO PRELIMINAR

- Recursos e infraestructura inteligente
- Conectividad inteligente

Estas líneas estratégicas, son complementadas por tres pilares transversales:

- Pilar transversal 1 Competitividad turística
- Pilar transversal 2 Visibilización, incidencia, integración y posicionamiento regional, nacional e internacional.
- Pilar transversal 3. Gestión del conocimiento

DOCUMENTO PRELIMINAR

9. ANÁLISIS DE INSTRUMENTOS DE PLANEACIÓN

La naturaleza interinstitucional y transdisciplinar del turismo (abordada en el apartado 1) implica que exista una importante cantidad y variedad de instrumentos de planeación para abordar aspectos relacionados con el turismo. Estos instrumentos, permiten dimensionar cómo desde diversos órdenes institucionales se generan lineamientos y orientaciones que deben considerarse para el proceso de formulación de la política pública.

En este apartado se caracterizan y analizan diversos tipos de instrumentos de planeación relacionados con turismo. En el texto, se describen lineamientos internacionales, derivados especialmente de las recomendaciones de la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO; las políticas nacionales recogidas en documentos CONPES; el proyecto de Plan de Ordenamiento Territorial; las políticas públicas distritales; el Plan de Desarrollo Distrital “Un nuevo Contrato Social y Ambiental para Bogotá” y finalmente, los planes maestros.

9.1 LINEAMIENTOS INTERNACIONALES

9.1.1 Turismo accesible

La Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), en su artículo 24 estipula que: "Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas".

La Declaración de Manila sobre el turismo mundial (1980), expresa que el turismo no es sólo la noción de los derechos de los trabajadores a unas vacaciones, sino también la necesidad de extender dicho derecho a todos los estratos sociales. Es hasta el 27 de septiembre de 1980 cuando a través de la Declaración de Manila, realizada por la Organización Mundial del Turismo, se asocia por primera vez el término turismo al de accesibilidad. Esta declaración reconoce el turismo como derecho fundamental y vehículo clave para el desarrollo humano. Asimismo, esta declaración insta a los estados miembros la reglamentación de los servicios turísticos apuntando los detalles sobre accesibilidad turística.

En el año internacional de la discapacidad "la plena participación y la igualdad" (1981) se define como el derecho de las personas con discapacidad a participar plenamente en la vida y el desarrollo de sus sociedades, disfrutar de condiciones iguales a las de otros ciudadanos que viven, y tienen una participación igual en la mejora de condiciones resultantes del desarrollo socio-económico. Una importante lección de este año fue que la imagen de las personas con discapacidad depende en una medida importante de las actitudes sociales, que fueron un gran obstáculo para la realización del fin de la plena participación y la igualdad en la sociedad de las personas con discapacidad". (Organización de las Naciones Unidas, 1981)

El Informe Turismo para Todos de la Organización Mundial del Turismo(1989) estudió los progresos alcanzados desde el Año Internacional de la discapacidad, con el objetivo de fomentar en el corazón de la industria turística el diseño de servicios destinados a todo el mundo, independientemente de su edad o discapacidad. Asimismo, define el turismo para todos como aquella forma de turismo que planea, diseña y desarrolla actividades turísticas de ocio y tiempo libre de manera que puedan ser disfrutadas por toda clase de personas con independencia de sus condiciones físicas, sociales o culturales.

El documento "Hacia un turismo Accesible para Todos" (2005): explica los requisitos de accesibilidad que debería tener cada elemento que forma el servicio turístico. Este documento es la versión revisada y actualizada del documento que publicó la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMOen el año 1991.

La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2006) relaciona la accesibilidad en el artículo 9: "La convención requiere que los países identifiquen y eliminen los

DOCUMENTO PRELIMINAR

obstáculos y las barreras y aseguren que las personas con discapacidad puedan tener acceso a su entorno, al transporte, las instalaciones y los servicios públicos, y tecnologías de la información y las comunicaciones. Así mismo, los países deben promover el acceso a la información, proporcionando la información prevista para el público en general en formatos y tecnologías accesibles, facilitando el uso del Braille, la lengua de señas y otras formas de comunicación y alentando a los medios de comunicación y a los proveedores de Internet a ofrecer información en línea en formatos accesibles". Y en el artículo 21: "Los países deben promover la participación en la vida cultural, el recreo, el tiempo libre y los deportes".

En la Declaración sobre la Facilitación de los Desplazamientos Turísticos (2009) se vuelve a destacar la importancia de la accesibilidad y hace de nuevo un llamado a todos los Estados para que:

- Hagan que sus establecimientos y complejos turísticos sean accesibles a las personas con discapacidad y les ofrezcan instalaciones especiales, sin coste adicional para ellas.

- Impartan al personal de los establecimientos y complejos turísticos, y de los servicios vinculados al turismo, cursos de formación especiales que los preparen para trabajar con personas con discapacidad.

- Publiquen información clara y detallada sobre el equipamiento existente para la acogida de las personas con discapacidad y sobre los problemas que podrían encontrar durante sus desplazamientos turísticos.

En 2011 se da un acuerdo tripartito entre la Organización Mundial del Turismo, la Fundación ONCE y la Red Europea de Turismo Accesible – ENAT, para propiciar acciones en pro de la inclusión y accesibilidad en el sector turismo. De aquí, en 2015 surgen varios documentos, recomendaciones y guía del turismo accesible como el Manual sobre Turismo Accesible para Todos.

En el 2016, la Organización Mundial de Turismo llevó a cabo la celebración del Día Mundial del Turismo bajo el lema "Turismo para todos: promover la accesibilidad universal"

En el año 2021, la organización Internacional de Normalización publicó la primera norma mundial sobre turismo accesible: ISO 21902: Turismo y servicios relacionados – Turismo accesible para todos– Requisitos y recomendaciones. Se trata de un estándar internacional con las mejores prácticas para que todas las personas puedan disfrutar del turismo en igualdad de condiciones.

DOCUMENTO PRELIMINAR

9.1.2 Turismo responsable

La Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo adoptó en 1999 el Código Ético Mundial para el Turismo como un instrumento voluntario con el fin de orientar a todos los interesados en el turismo hacia un desarrollo responsable y sostenible en todo el mundo. El Código de Ética comprende nueve principios que tienen como objetivo maximizar los beneficios del sector y minimizar el impacto potencialmente negativo sobre el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de todo el mundo.

El Código de Ética ha demostrado ser extremadamente relevante para promover políticas y prácticas responsables y ha recibido una amplia aceptación a nivel mundial tanto del sector público como del privado; sin embargo, en cuanto a la aplicación práctica de sus principios, se consideró que un instrumento más vinculante reforzaría su eficacia a nivel internacional y nacional. Por este motivo, la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismodecidió en 2015 iniciar el proceso para convertir el Código de Ética voluntario en una convención internacional jurídicamente vinculante abierta a la ratificación de los Estados Miembros con la intención de mejorar su aplicación. La Convención atestigua además el papel especial del turismo en la implementación de todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU para 2030, contribuyendo especialmente a la promoción del crecimiento económico inclusivo y sostenible (Objetivo 8), el consumo y la producción responsables (Objetivo 12) y el uso sostenible de los recursos marítimos (Objetivo 14). (Organización Mundial de Turismo, s.f.)

De otro lado, se resalta como uno de los principales lineamientos en materia de turismo responsable, la declaración de turismo responsable de la ciudad del Cabo de 2002, la cual da respuesta al análisis de todas las acciones que, a la fecha en materia de turismo sostenible y responsable, instan a los interesados en la actividad turística a continuar en la implementación de acciones que contribuyan a la reducción de las desigualdades sociales y económicas que se viven mundialmente. Así mismo, ratifica la necesidad de que el Turismo Responsable cumpla con las siguientes características:

- Minimizar los impactos negativos desde el punto de vista económico, ambiental y social;

- Generar mayores beneficios económicos para la población local y mejora el bienestar de las comunidades anfitrionas, las condiciones de trabajo y el acceso a la industria;

- Involucrar a la población local en las decisiones que afectan a sus vidas y a sus oportunidades;

DOCUMENTO PRELIMINAR

- Contribuir positivamente a la conservación del patrimonio natural y cultural y al mantenimiento de la diversidad mundial;

- Ofrecer experiencias más agradables a los turistas a través de conexiones más significativas con la población local, y de una mayor comprensión de las cuestiones culturales, sociales y ambientales locales;

- Facilitar el acceso a personas con movilidad reducida, y tiene en cuenta los aspectos culturales ya que promueve el respeto entre turistas y anfitriones y contribuye al orgullo y a la confianza local.

Las anteriores acciones pretenden que el turismo responsable maximice los impactos positivos y minimice los negativos, cumpla con todas las normas, leyes y reglamentos nacionales como internacionales y lograr que sea uno de los factores de ventaja comercial y competitiva del sector.

9.2 POLÍTICAS NACIONALES

9.2.1 Política de Turismo Cultural

Esta política se encuentra actualmente en fase de actualización y parte del siguiente problema:

"Bajo nivel de competitividad y sostenibilidad del turismo cultural en el país, que influye en el estado de preservación, salvaguarda y uso adecuado del patrimonio y los activos culturales para esta actividad; en el deterioro progresivo de la relación de productividad y complementariedad entre las cadenas de valor las industrias turísticas, culturales, artísticas y creativas; así como en la generación de impactos negativos a las comunidades locales receptoras, situación que repercute en el acceso, preferencia y diferenciación de Colombia como destino turístico en los mercados nacionales e internacionales; en el desaprovechamiento de la vocación derivada de esta oferta e incide en la garantía y protección de derechos económicos, sociales y culturales."

A partir de este problema, la política tiene como objetivos:

General:

DOCUMENTO PRELIMINAR

- Mejorar las condiciones de sostenibilidad y los factores de competitividad del turismo cultural y creativo, de manera que contribuya a la preservación y gestión responsable del patrimonio y los activos culturales del país; al aprovechamiento de su potencial; a la integración efectiva de las cadenas de valor de las industrias turísticas, culturales, artísticas y creativas; a elevar el posicionamiento y reconocimiento de Colombia como destino líder en esta tipología; así como a la garantía y protección de los derechos económicos, sociales y culturales

Específicos:

a. Fortalecer los determinantes y habilitantes de la competitividad de la oferta de turismo cultural, propiciando su sofisticación, diferenciación, valoración y acceso a los mercados nacionales e internacionales.

b. Impulsar el desarrollo sostenible del turismo cultural, de manera que contribuya a la inclusión y generación de capacidades y beneficios para las comunidades y actores locales vinculados, así como a la gestión responsable del patrimonio y los activos culturales de los destinos con esta vocación.

c. Facilitar la articulación, acuerdos y procesos entre los actores públicos, privados, de la sociedad civil y demás partes interesadas en la gestión del turismo cultural en Colombia, propendiendo por la integración y productividad de las cadenas de valor de las industrias turísticas, culturales, artísticas y creativas, así como a la garantía y protección de los derechos económicos, sociales y culturales. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021)

Como se observa en la estructura programática de esta política, hay una clara orientación al fortalecimiento de la competitividad y la sostenibilidad del turismo cultural, anclado a la búsqueda de escenarios de inclusión de comunidades y actores culturales, así como la generación de una gobernanza entre actores públicos, privados y sociedad civil en pro de la adecuada gestión del turismo cultural.

Esto tiene como principal implicación para la política pública de turismo de Bogotá, la necesidad de fortalecer los escenarios de gobernanza en torno al turismo cultural y de otro lado, buscar la competitividad que se gesta con comunidades y actores culturales, y que debe estar orientada a la promoción y posicionamiento de la ciudad como un destino cultural.

9.2.2 Política de infraestructura turística

La política parte de la identificación de los siguientes problemas:

DOCUMENTO PRELIMINAR

(i) deficiente capacidad técnica especializada para la gestión de proyectos de infraestructura turística; (ii) insuficiente planeación estratégica de las inversiones en infraestructura turística; (iii) bajo uso de mecanismos de financiación para la inversión en infraestructura turística y (iv) baja articulación en la gestión y desarrollo de infraestructura de soporte para el turismo a nivel nacional; (v) baja implementación de mecanismos innovadores en el desarrollo de infraestructura turística inteligente; (vi) ausencia de acciones que promuevan la infraestructura turística sostenible.

A partir de allí, establece como objetivo:

> "Fortalecer los procesos de formulación, planeación, gestión, evaluación y seguimiento de proyectos encaminados al desarrollo sostenible de una infraestructura turística que responda de manera coherente con las necesidades de los territorios y poblaciones locales, propendiendo por la articulación eficiente con otras instituciones que fomentan infraestructura estratégica para el país."(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021)

La política de infraestructura turística evidencia un problema central que se gesta en el nivel nacional y que tiene un nivel de desarrollo importante en Bogotá, y que se relaciona con las dificultades para promover el desarrollo de infraestructura sostenible e inteligente. Este reconcomiendo implica a su vez grandes retos que deben ser objeto de la política pública de turismo de Bogotá y que se relacionan con una adecuada planificación de la infraestructura, para lo cual se requiere una mejor preparación técnica en temas como la estructuración e implementación de proyectos. Igualmente, uno de los aspectos fundamentales que esta política nacional señala, tiene que ver con garantizar que las nuevas infraestructuras sean accesibles.

9.2.3 Política de turismo sostenible: "Unidos por la Naturaleza"

Esta política parte del siguiente problema:

"Deficiente sostenibilidad ambiental de las actividades y servicios turísticos en Colombia, que afecta la integridad del capital natural, las condiciones de vida de las comunidades locales, la productividad de los emprendimientos y negocios turísticos, la competitividad de los destinos, y la sofisticación de la demanda del sector. Con ello, se genera una baja corresponsabilidad en relación con la sostenibilidad en el sector y con el aprovechamiento del turismo como ventaja competitiva para los territorios del país." (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

A partir de allí, la política de turismo sostenible plantea como sus objetivos:

General:

DOCUMENTO PRELIMINAR

- Fortalecer la sostenibilidad de la cadena de valor del turismo en Colombia, con el fin de mejorar su competitividad, garantizar la conservación y uso responsable del capital natural y generar un mayor valor agregado y diferenciación para el país

Específicos:

- Aumentar la información disponible y pertinente para orientar la toma de decisiones para el desarrollo sostenible del turismo.

- Fortalecer la incorporación de criterios de sostenibilidad ambiental en los procesos de planificación y gestión turística, así como en la articulación del sector turismo y las autoridades ambientales.

- Fortalecer las condiciones e incentivos para la innovación y el aprovechamiento del capital natural en la propuesta de valor agregado de la actividad turística.

- Estimular la implementación de prácticas de mitigación, control y compensación de los impactos ambientales negativos por parte de los empresarios y actores asociados a la cadena de valor.

- Promover el comportamiento y el consumo responsable por parte de los viajeros.

- Fortalecer el posicionamiento de Colombia en los mercados estratégicos de turismo sostenible.

Es posible anotar que el centro de la planificación turística debe ser la sostenibilidad, lo cual conlleva para el caso de Bogotá, articular de una forma más ambiciosa las apuestas programáticas del sector turismo con las disposiciones distritales y regionales en materia ambiental, buscando una articulación armónica entre ambiente y turismo, en temas como el diseño de productos, el desarrollo de proyectos de infraestructura y el estímulo a iniciativas orientadas a la reducción del impacto de la actividad turística en el ambiente.

De otro lado, la política de turismo del destino, debe contemplar acciones orientadas a sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos, sobre la necesidad de adelantar procesos que conlleven una eficiente mitigación y compensación de los impactos ambientales. Igualmente, la sensibilización y la educación hacia los turistas, es fundamental para un efectivo respeto y cuidado de la estructura ecológica principal de la ciudad.

DOCUMENTO PRELIMINAR

9.2.4 Política de competitividad turística: el desafío para alcanzar un turismo de clase mundial

Esta política tiene los siguientes objetivos:

- Mejorar la competitividad turística de Colombia, a través de estrategias conjuntas de gestión que involucren a todos los actores del sector, que fortalezcan la sostenibilidad de la cadena de valor y que permitan posicionar al país como un destino turístico de clase mundial.

- Mejorar los mecanismos y herramientas para el fortalecimiento de la gestión y la sostenibilidad de los destinos turísticos estratégicos colombianos.

- Mejorar la calidad y formalidad en la prestación de los servicios que ofrecen los destinos y los prestadores, como diferenciador del producto turístico colombiano en los mercados.

- Optimizar las acciones que adelantan los diferentes actores del sector turístico en materia de seguridad turística, higiene, salubridad como retos competitivos para mejorar la percepción, imagen y calidad de los productos y servicios turísticos colombianos.

- Fortalecer las capacidades y competencias del talento humano que requiere el sector turístico, mediante acciones continuas de formación y capacitación.

- Promover acciones interinstitucionales y de cooperación público privada en materia de infraestructura turística, garantizando una eficiente dotación, regulación y acceso a los mercados turísticos.

- Facilitar las condiciones de acceso de turistas nacionales y extranjeros a los servicios y destinos turísticos de la oferta nacional. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009)

Estos objetivos señalan la necesidad de contemplar acciones en materia de talento humano, mejoramiento de la gobernanza, mejoramiento de condiciones de acceso y optimización en la prestación de servicios turísticos. En lo relacionado con talento humano, tal como lo señalan los objetivos, debe haber un énfasis en formación y capacitación continua que contribuya a prestar un mejor servicio, lo que implicaría una mayor competitividad. La gobernanza es fundamental para la cooperación público-privada, la cual está gestada en términos de mejoramiento de acceso a

DOCUMENTO PRELIMINAR

mercados y una eficiente regulación, lo que implica fundamentalmente el fortalecimiento integral de la industria turística. Las condiciones de acceso implican una mejor gestión de la planta turística, así como de los atractivos turísticos. Finalmente, se hace énfasis en el mejoramiento en la calidad de los servicios turísticos, que implica modificaciones en la capacidad operacional de los prestadores de servicios turísticos, y el desarrollo de un sistema distrital de calidad turística.

9.2.5 Otras políticas y lineamientos nacionales

Otras políticas del orden nacional, asociados al sector turismo, pero cuya vigencia es incierta son:

- Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia: este documento expedido en 2012 por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo desarrolla una agenda programática orientada bajo los ejes de turismo para personas con recursos limitados, turismo para personas mayores, turismo juvenil y turismo para la población con y en situación de discapacidad.

Con el desarrollo de estos ejes, se busca "Impulsar el desarrollo del turismo comunitario, enfocado hacia procesos de emprendimiento participativos, que contribuyan a la generación de empleo e ingresos y a la consolidación de los destinos, a través de productos turísticos diferenciados, competitivos y sostenibles"[3]

De esta manera, estos lineamientos dan una orientación clara sobre los grupos poblacionales a los que se debe enfocar el fortalecimiento del turismo comunitario en el país. Sin embargo, cabe señalar que no se desarrolló un plan de acción específico para establecer compromisos frente a temas como la financiación y la asistencia técnica.

Para efectos de la política pública de turismo de Bogotá, es fundamental tomar en consideración la perspectiva poblacional y comunitaria expuesta en estos lineamientos, ya que ésta es una de las formas más eficaces para desarrollar acciones que fortalezcan e incentiven la generación de iniciativas de turismo comunitario, que se gestan en el marco de las localidades y que en muchos casos tienen un amplio marcaje de carácter poblacional. Es menester plantear las formas, el tiempo y los mecanismos en los que se deben desarrollar esos apoyos y como las iniciativas de turismo comunitario pueden ser autosostenibles en el marco de procesos de encadenamiento productivo con otros actores de la industria turística.

- Política de mercadeo y promoción turística: Colombia destino turístico de clase mundial: esta política desarrollada en 2009 por el Ministerio de Comercio, Industria y

[3] https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/lineamientos-de-politica-para-el-desarrollo-del-tu/lineamientos-de-politica-para-el-desarrollo-del-tu/lineamientos-de-politica-para-el-desarrollo-del-turismo-comunitario-en-colombia.pdf.aspx

DOCUMENTO PRELIMINAR

Turismo tiene como ejes temáticos el mercado y la promoción turística nacional y el mercadeo y promoción turística internacional. Esto, encadenado al objetivo de:

"Lograr la eficacia en las acciones de promoción y mercadeo de los destinos y productos turísticos de Colombia, de manera que logre generar un crecimiento del número de viajeros nacionales e internacionales, posicionando al país como un destino competitivo".(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009)

En cuanto a los planes del orden nacional se destaca:

- **Plan estratégico de seguridad turística: reto competitivo de Colombia**

Este plan reconoce que la seguridad es una de las condiciones fundamentales para el fortalecimiento de la competitividad del turismo en Colombia. Para ello, promulga las siguientes estrategias:

1. De control y prevención de los prestadores de servicios turísticos.

2. De vigilancia de atractivos y actividades turísticas.

3. De fortalecimiento de la información y orientación al turista en las regiones turísticas.

4. De fortalecimiento de la Policía de Turismo.

5. De consolidación de los Comités Departamentales de Seguridad Turística.

6. De seguridad en carreteras - Rutas Turísticas Seguras.

7. De promoción y divulgación.

8. De asistencia técnica a nivel internacional. ".(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo,2021)

9.3 PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL

El Plan de Ordenamiento Territorial es el máximo instrumento de planeación del Distrito Capital, lo que implica la necesidad de articular otros instrumentos como las políticas públicas, con lo dispuesto en su estructura. Este apartado centra su análisis en los principales aspectos del Decreto Distrital 555 de 2021.

DOCUMENTO PRELIMINAR

9.3.1 Relación del POT con los ODS

Si bien el horizonte temporal del POT (2035) y de los ODS (2030) no es el mismo, su horizonte temático sí lo es, siendo esenciales para ambos las metas de sostenibilidad, equidad, reducción de la desigualdad, protección del medio ambiente y la reducción de la vulnerabilidad al cambio climático.

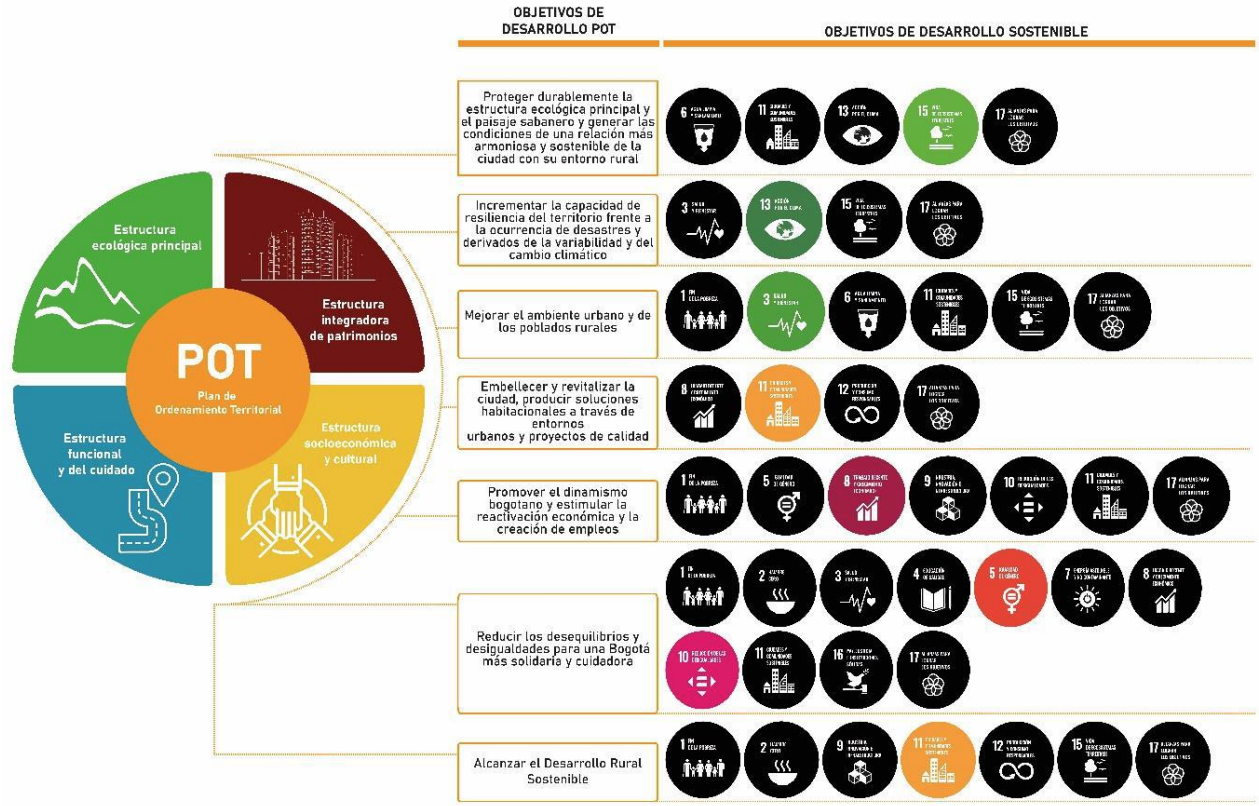


Figura 66 Relación POT-ODS. Fuente: SDP (2021)

La Bogotá de 2035 integra el desarrollo de la región metropolitana, manteniendo una relación equilibrada y armoniosa entre el ambiente natural y las actividades urbanas y rurales. Este enfoque busca que la estructura ecológica regional sea el eje articulador entre Bogotá y los municipios aledaños, permitiendo conectar, proteger y potenciar los servicios ecosistémicos que beneficien a la región. Esta visión y las acciones a nivel regional para la protección de la estructura ecológica principal son claves para garantizar el correcto funcionamiento de los ecosistemas y del ciclo hídrico, aumentando la resiliencia del territorio frente al cambio climático.

Bogotá trabajará, para que la ciudad se pueda revitalizar, respondiendo a las necesidades habitacionales con la generación y concreción de mejores entornos urbanos y proyectos de calidad. La ciudad quiere cualificar zonas de la ciudad a través de la renovación urbana, generando una mayor mezcla de usos, estrategias de revitalización, vinculando a la población residente, e incremento de la oferta de servicios y sistemas de soportes urbanos que generen un hábitat de calidad para la ciudadanía, además de la protección del patrimonio natural, del patrimonio cultural y material, y de los nuevos patrimonios que ayudarán a generar una mayor identidad en los bogotanos y una cultura del cuidado por la ciudad.

Se plantea promover el dinamismo y estimular la reactivación económica de la ciudad, definiendo zonas donde se prioricen las actividades económicas generadoras de empleo, al igual que la generación de infraestructura y soportes que fomenten la creatividad, innovación y productividad para el sector de servicios y la industria de alto valor.

La ciudad aportará al cumplimiento de estas metas por medio de la cualificación del territorio urbano y rural, de la generación de territorios productivos y sostenibles ambiental, cultural, social y económicamente, y del potenciar dinámicas territoriales que ayuden con la reducción de la pobreza con un enfoque inclusivo y de género, promoviendo el fortalecimiento de la Estructura Socioeconómica y Cultural.

DOCUMENTO PRELIMINAR

Figura 67 Estructura del proyecto de Plan de Ordenamiento Territorial. Fuente: SDP (2021)

9.3.2 Políticas de ordenamiento territorial del Distrito Capital

El presente Plan de Ordenamiento Territorial se fundamenta en una política transversal de ordenamiento del territorio en tres (3) escalas (regional, distrital y local). Este concibe las políticas de ordenamiento del territorio en tres escalas diferenciadas y complementarias, la regional, la distrital y la local, que deben articularse para concretar el Modelo de Ocupación propuesto, así:

- El desafío regional: Consolidar una Región Metropolitana responsable, que garantice su sostenibilidad ambiental, el desarrollo y la competitividad de su economía, la equidad en el acceso a las oportunidades para todos y todas, en el marco de la solidaridad entre municipios y entidades territoriales.

DOCUMENTO

- El desafío económico: Promover la reactivación económica, el desarrollo productivo y la competitividad del Distrito Capital, para la creación de más empleos y de mayor valor agregado, garantizando la generación de riqueza e ingresos para la ciudad y la ciudadanía.

- El desafío de la solidaridad: Hacer de Bogotá una ciudad cuidadora, resolviendo los desequilibrios en las posibilidades que ofrecen los diversos territorios de la ciudad para el acceso a viviendas y empleos dignos, y el disfrute democrático, igualitario y con calidad de las infraestructuras de servicios, equipamientos y espacios públicos que dan soporte al desarrollo equilibrado del territorio.

- El desafío ambiental: Responder, con sentido de urgencia, a la emergencia climática y de pandemia, así como a la pérdida de biodiversidad y de servicios ecosistémicos, para mejorar el entorno de vida y promover la salud y el bienestar de la ciudadanía y de todas las formas de vida que comparten el territorio distrital.

- El desafío identitario, de gobernanza y administración local: Ordenar y gestionar los territorios para la vida de proximidad, generando la participación de mayores instancias de participación que genere una apropiación del territorio, refuerce las singularidades de las localidades que habitan y se permita una gobernanza adecuada en las divisiones territoriales que se adopten para el Distrito (SDP,2021)

Con el fin de responder a los desafíos identificados, se definen las siguientes políticas del ordenamiento territorial de largo plazo del Distrito Capital:

- Política de Población y Poblamiento en el contexto de la emergencia climática y pos-pandemia.

- Política de ocupación, aprovechamiento y manejo del suelo.

- Política de Desarrollo Económico y Competitividad.

- Política de Identidad, Confianza, Gobernanza y Administración para el Desarrollo Local.

DOCUMENTO PRELIMINAR

- Política de protección de moradores y unidades productivas como premisa del desarrollo urbano y rural.

- Política de Integración regional.

- Política Ambiental y de Protección de Recursos Naturales.

Las políticas de ordenamiento territorial se consideran como transversales a las demás políticas públicas que existen en la ciudad. Promoverán la coordinación y compatibilización de los usos y ocupación del suelo derivados de la implementación espacial de dichas políticas sectoriales, por tanto, no pueden verse como políticas aisladas, sino como elementos deben permear las intervenciones sectoriales, dado que recogen las directrices de los planes, programas, proyectos y actuaciones que desarrollan los diferentes sectores en la ciudad, para lograr la articulación de las intervenciones en el territorio bajo objetivos comunes de ordenamiento.

9.3.3 Principios rectores del Ordenamiento Territorial

Son principios de largo plazo del Plan de Ordenamiento Territorial del Distrito Capital, y sus estrategias respectivas, los siguientes:

Respuesta y adaptación al cambio climático, a través del reverdecimiento de Bogotá, el uso racional y controlado de los recursos naturales, la protección del corredor de páramos de Sumapaz-Chingaza - Guerrero y del complejo de alta montaña, la economía de energía y el uso de energías renovables, la descarbonización de la movilidad priorizando al peatón, el incentivo de la movilidad sostenible, el acceso a bienes y servicios por medio de canales digitales y de acceso remoto, el manejo alternativo de aguas lluvias y la incorporación del riesgo al ordenamiento, impulsando decididamente el ecourbanismo y la construcción sostenible.

Reactivación económica, dinamismo productivo y permanencia de las actividades económicas en el territorio, superación de la pobreza, a través de la mezcla de usos del suelo como garantía de habilitación del territorio para la aglomeración económica productiva especializada y diversificada, y la inclusión de todas las actividades en el territorio.

Enfoque poblacional y diferencial en el ordenamiento territorial, a través del reconocimiento de las diversidades, plurietnicidad y multiculturalidad que permiten incluir en el ordenamiento a personas y colectivos que tienen cosmovisiones, características y necesidades particulares. Así mismo, la interrelación territorio y población para visibilizar las diferentes dinámicas demográficas, ambientales, sociales, políticas, económicas, entre otras, que se presentan en la población.

DOCUMENTO PRELIMINAR

Enfoque de género en el ordenamiento territorial, a través de decisiones y acciones que aseguren a las mujeres y niñas el derecho a la ciudad en todas sus dimensiones mayor incidencia y autonomía en la toma de decisiones; condiciones de seguridad ante violencias específicas en su contra en espacios públicos y privados; la igualdad y la equidad para eliminar la feminización de la pobreza; la disminución de las brechas de género persistentes, y; el reconocimiento y empoderamiento de las mujeres campesinas y rurales y diversas. La materialización de este principio se logra consolidando un urbanismo con perspectiva de género en el espacio urbano y rural que permitan a las mujeres en sus diversidades habitar el territorio de manera justa, equitativa y solidaria.

Enfoque de seguridad ciudadana con enfoque humano, a través de la planificación de la ciudad para que todas las personas tengan condiciones de protección, puedan tener una calidad de vida que les permita vivir con libertad y contar con oportunidades sociales para vivir con dignidad teniendo en cuenta las particularidades de todas las poblaciones.

Enfoque de derechos en el ordenamiento territorial, a través del reconocimiento de derechos individuales, sociales y colectivos como criterio central de la planeación, en especial se propende por adelantar en el territorio intervenciones que eliminen factores de discriminación e incluir en las decisiones urbanísticas, acciones afirmativas que se traduzcan en condiciones de igualdad material sobre todo para aquellos colectivos de especial importancia constitucional o que se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Enfoque de cuidado en el ordenamiento territorial, a través de la promoción de la territorialización del sistema de cuidado, una mejor localización y distribución en el uso del tiempo asociado a las actividades de la vida cotidiana, domésticas y de cuidados en el territorio, así como la prescripción de estándares de accesibilidad y acceso universal a los servicios del Distrito Capital.

Biodiversidad e inclusión de todas las formas de vida en el espacio de Bogotá, a través de la inclusión de la flora, la fauna y, entre la fauna, los animales domésticos, como sujetos de cuidado e interesados en la organización del territorio.

Promoción de la paz, a través de la reducción de los desequilibrios territoriales que caracterizan la ciudad, garantizando entornos urbanos y rurales con mejores condiciones para la sana convivencia.

Autonomía y seguridad alimentaria, a través de la protección de sus suelos agrícolas y pecuarios, la garantía de su conectividad vial y el fomento de prácticas sostenibles para la producción de alimentos orgánicos y de la mejor calidad, para distribución de circuitos cortos.

Participación con incidencia y en condiciones de igualdad y equidad, en todas las fases del ordenamiento territorial y en las decisiones que tengan repercusión en la en la vida y los entornos de las poblaciones urbanas y rurales.

DOCUMENTO PRELIMINAR

El derecho a la ciudad, como derecho individual y colectivo para el disfrute de una vida urbana y rural, en la cual exista el ejercicio efectivo de todos los derechos humanos.

El derecho a la ciudad para las mujeres, a través de una transformación cultural que revierta las situaciones de inequidad social de género en todos los ámbitos de la vida, promoviendo una ciudad justa, equitativa, solidaria y participativa, necesaria para garantizar una vida plena, segura y digna para las mujeres en sus diversidades.

9.3.4 Sistema Distrital de Turismo en el POT

El Sistema Distrital de Turismo deberá disponer la base para la construcción de un ambiente híbrido, nutrido por el Sistema de Información Turística, para permitir la transformación de la ciudad en un destino inteligente en el que visitantes y habitantes se encuentran en un entorno común digital, ampliando la experiencia en tiempo real.

Se privilegiarán espacios o infraestructura temporales o permanentes para el desarrollo de actividades institucionales reguladas de turismo, economía popular, mercados campesinos, soluciones tecnológicas para la ciudad inteligente, y otras actividades institucionales para la promoción del desarrollo económico.

Componentes de la estructura Bogotá destino inteligente y la dimensión híbrida del sistema

Hoy en día la Planta Turística está integrada por aquellos bienes y servicios relacionados directamente con la actividad turística en un ambiente híbrido que integra una realidad real y una realidad digital. Conforman la planta turística los bienes y servicios que son producidos fundamentalmente para el consumo e interacción de habitantes y visitantes que logran un beneficio económico para sus productores.

La Planta Turística que sustenta el proyecto de POT se clasifica de la siguiente manera:

- Planta Principal: Son bienes y servicios que constituyen el eje central de la actividad y son creados para el uso y consumo directo del turista, tales como alojamiento, restaurantes, bares de interés turístico y agencias de viaje.

- Planta Complementaria: Son bienes y servicios de apoyo para el desarrollo de la actividad, como la renta de carros, seguros de viajes, oficinas de representación turística, empresas de transporte turístico.

DOCUMENTO PRELIMINAR

- Otros servicios de apoyo: Son aquellos que no fueron creados con el objeto de satisfacer al turista, pero apoyan el disfrute de su estadía en el destino. Entre ellos se encuentran los teatros, casinos y los centros comerciales.

- Sistema de Información Turística

Los elementos que componen el Sistema Distrital de Turismo son:

- Corredores Inteligentes de turismo (COINT)

- Zonas de Interés Turístico (ZIT)

- Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) con vocación turística

- Distritos con vocación turística

- Atractivos turísticos: 1. Culturales; 2. Naturales; 3. Zona Rural

- Zonas Ambientales de Vocación Turística (Anillo Verde, Humedales, Bosque, Reservas, Cuencas Hídricas)

En la consolidación de un sistema de turismo a nivel Distrital se busca que la red de nodos constituida por los atractivos turísticos (incluidos en el inventario oficial de atractivos turísticos MinCIT, y aquellos que puedan entrar en el listado posteriormente) genere zonas de influencia que permitan la integración de la cadena de valor del turismo, con la vinculación de negocios conexos y complementarios. La especialización de ese valor agregado debe ser inclusivo y debe generar condiciones de equidad al permear todos los estratos y todo el territorio Distrital y Regional. Para hacer sostenible el sistema, cualquier ciudadano que pueda certificar su actividad en el sector turismo puede proponer iniciativas de turismo a diferentes escalas, que sean integrables en el sistema de Turismo del Distrito.

De otro lado, cabe señalar que la norma urbanística deberá tener en consideración las formas y tipologías de turismo según la Organización Mundial del Turismo. Por un lado, las formas fundamentales de turismo: interno, receptor y emisor, las cuales pueden combinarse de diferentes modos según la motivación del viaje; por el otro lado, las tipologías de turismo:

- Turismo Cultural

- Turismo Creativo

DOCUMENTO PRELIMINAR

- Turismo Urbano
- Turismo de Naturaleza
- Turismo de Negocios, Reuniones (MICE) y agenda cultural
- Turismo Gastronómico
- Turismo Comunitario
- Turismo Deportivo y de Aventura
- Turismo Accesible
- Turismo LGBT
- Turismo Responsable

La propuesta está dirigida a consolidar y posicionar a Bogotá - Región como destino turístico inteligente, sostenible y competitivo (enmarcado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible - ONU). Busca desarrollar el Sistema Distrital de Turismo (Bogotá - Región), que permita construir el tejido turístico de la ciudad de manera inclusiva y equitativa, que genere desarrollo socioeconómico sostenible, mediante el ordenamiento territorial, puesta en valor de la oferta natural y cultural del territorio, generando condiciones para la asociatividad, promoviendo la localización y el fortalecimiento de los componentes del producto turístico (atractivos turísticos, planta turística, superestructura, e infraestructura).

9.3.5 Ámbito Regional

El esquema involucra tres ámbitos de análisis teniendo en cuenta a Bogotá-Región: la dimensión tradicional, la dimensión actual y la dimensión potencial futuro, buscando consolidarla como destino turístico, a través de la identificación de las tipologías y productos turísticos, con criterios de complementariedad territorial y formulación de lineamientos para el mejoramiento de las condiciones de conectividad, accesibilidad y señalización turística.

9.3.6 Ámbito Distrital

Dos de los proyectos incluidos en el Plan Distrital de Desarrollo (2020-2023) tienen directa relación con el sector turismo: Proyecto7705 y Proyecto 7707. El Proyecto 7705 tiene por objeto

DOCUMENTO PRELIMINAR

el fortalecimiento del sistema turístico de Bogotá-Región para responder a las principales tendencias, oportunidades y cambios que inciden en el sector. Los objetivos de dicho proyecto son:

Consolidar el sector turismo como motor de desarrollo económico y social, mejorando la capacidad de respuesta frente a los cambios económicos, sociales o ambientales que afecten las dinámicas del turismo en Bogotá a nivel local y regional.

Consolidar zonas de interés turístico y corredores inteligentes turísticos a través del fortalecimiento en la interrelación entre los diferentes actores de la cadena de valor del turismo en Bogotá Región.

9.3.7Estrategia para el Suelo Urbano

Para el suelo urbano se plantean intervenciones a nivel de la creación de: 1. Corredores Inteligentes de Turismo (COINT), 2. Zonas de Interés Turístico (ZIT), 3. Distritos con vocación turística y 4. Zonas Ambientales con vocación turística, además de la consolidación de 5. Áreas de Desarrollo Naranja con vocación turística, los cuales se desarrollarán en a lo largo del proceso de planeamiento que se adelanta.

El listado de atractivos turísticos incluido en el inventario oficial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, tanto del orden cultural como natural, que se encuentran en el Distrito Capital deberán ser incluidos e identificados en la planimetría del Plan de Ordenamiento Territorial, considerando un radio de 300 más de influencia, previsto para la consolidación y el desarrollo de la actividad turística propia.

Se deberá tener también en cuenta la inclusión de la normativa necesaria para el desarrollo de Proyectos Turísticos Especiales (PTE) incluidos en la Ley 2068 de 2020.

Corredores inteligentes de turismo (COINT)

Desde 2003, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo diseñó 32 rutas turísticas, las cuales impulsaron el desarrollo turístico de diferentes destinos en el país y la generación de confianza en la demanda, sustentada en actividades promocionales puntuales. A finales de 2016, el Ministerio retomó la idea de restablecer los corredores turísticos en el país, donde el territorio turístico se imagina, se construye y se estructura en los mercados como una oferta de experiencia específica.

Aprovechando la experiencia nacional, en la ciudad los objetivos de los corredores inteligentes de turismo son dos: 1. Articular las acciones público privadas para aumentar la competitividad, la infraestructura y la promoción del sector turismo en las diferentes zonas de la ciudad; 2. comercializar estratégicamente la oferta turística de la ciudad, a partir del desarrollo de la oferta turística, mejorar los niveles de venta y ocupación, aumentar la competitividad, aumentar los

DOCUMENTO PRELIMINAR

mercados nacionales e internacionales, desarrollar megaproyectos, y promover la gestión de destinos turísticos sostenibles.

Un corredor turístico o subregión turística, es un espacio homogéneo, en el que por la cercana distancia de atractivos y servicios se llega a una natural complementariedad. Por lo general, se consolidan rutas troncales que efectivizan su integración, y la jerarquía de los atractivos y productos, determinan el rango de convocatoria de dicho espacio.

Los corredores turísticos se pueden definir como vías de conexión entre zonas o áreas de una misma región o sector turístico; pueden ser clasificados de acuerdo con su función, como corredor turístico de traslado o estancia (Boullón, 2002). El primero se refiere a las vías de desplazamiento de los flujos turísticos mediante el uso de determinado medio de transporte; el segundo se caracteriza por ser un corredor de ida y vuelta, en el mismo día, a la localidad donde se da el pernocte (Boullón, 2002).

Se ha dicho que en el Distrito Capital se debe tener en cuenta la localización de los atractivos turísticos según el inventario hecho por MinCIT, clasificándolos de acuerdo con su significancia (internacional, nacional, regional y local), además de la localización de eventos inmateriales (donde sea posible) y rutas turísticas. Con esta información se debe generar una definición de cuáles son los Corredores Turísticos Inteligentes.

Según la definición del Ministerio para los COINT nacionales y haciendo una adaptación al Distrito Capital, el objetivo de los COINT debe ser el propender por:

- Integrar sectores turísticos con vocaciones complementarias;
- Vincular los atractivos y productos turísticos existentes;
- Aumentar la competitividad de los sectores;
- Aumentar el promedio de permanencia de turistas;
- Generación de proyectos de alto impacto en los sectores;
- Generar más y mejores opciones para el turismo doméstico;
- Disminuir la estacionalidad en algunos puntos de la ciudad.

DOCUMENTO PRELIMINAR

Para el Distrito Capital desde el Instituto Distrital de Turismo se tiene que, con la ayuda de herramientas SIG, se seleccionarán los nodos de la red vial que son susceptibles de ser señalizados, estableciendo una jerarquía para los atractivos turísticos y realizando análisis espaciales para la identificación de áreas potenciales a señalizar. Al respecto, se propone llevar a cabo el cálculo de rutas óptimas desde los potenciales orígenes de los turistas y la definición de cruces aptos de señalización.

Se debe tener en cuenta la localización de los atractivos turísticos clasificándolos de acuerdo a su significancia (internacional, nacional, regional y local); localización de eventos inmateriales (donde sea posible) y rutas turísticas.

Es importante que, para el diseño e implementación de este proceso de señalización, hay que definir unos principios sobre los cuales se desarrolla la siguiente propuesta técnica:

- Respeto al medio ambiente: La propuesta promoverá el bajo impacto en la contaminación visual, evitando la saturación de las vías y racionalizando el número de señales que se van a implementar.

- Respeto a los aspectos culturales: Promover la conservación y valoración integral de las expresiones culturales materiales e inmateriales de la ciudad

- Estructura jerárquica de señales: Se propone la implementación de una estructura jerárquica para la implementación de las señales, la cual ayudará a estructurar las rutas turísticas. Dicha propuesta debe ser flexible, con el objeto de que posteriormente, se le puedan agregar componentes de señalización para bicicletas y peatones.

- Garantizar el flujo vehicular: La señalización y rutas turísticas deben facilitar el flujo vehicular y no obstaculizar el tráfico de la ciudad.

Otras variables que se deben tener en cuenta son:

- Movilidad vial y peatonal

- Usos del suelo

- Concentración de atractivos y servicios complementarios

- Cercanía a vías principales

DOCUMENTO PRELIMINAR

- Zonas de Interés Turístico
- Hitos históricos y culturales de la ciudad
- Circuitos y rutas tradicionales
- Racionalización de señales: Si una vía de salida lleva a más de un lugar turístico, se pueden agrupar varios logos en una misma señal, denominada panel de señalización turística
- Puntos de acceso
- Flujos viales primarios y secundarios
- Ejes prioritarios
- Semaforización
- Parqueaderos
- Identificación de barreras: En algunos casos determinan los comportamientos y movimientos de los usuarios y pueden ser puntos de referencia para la orientación de los usuarios
- En el análisis del espacio público y de la red peatonal, se pueden encontrar oportunidades para la localización de las señales.
- Se instalan a la largo de la vía dentro de los 20 km antes del sitio a señalizar, otro máximo a un 1 km del lugar o en el sitio de desvío de la vía principal (Ministerio de Transporte, 2015).
- Zonas seguras: Para evitar el vandalismo de las señales y garantizar la integridad de los visitantes y turistas.
- Áreas de Desarrollo Naranja (Distritos creativos)
- Áreas de DEMOS (Distritos Especiales de Mejoramiento y Organización Sectorial)

DOCUMENTO PRELIMINAR

Zonas de interés turístico (ZIT)

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

El Plan Maestro de Turismo del Distrito Capital, 2011, creó las 19 Zonas de Interés Turístico, que comprenden las áreas de proyectos urbanos que involucran acciones de mejoramiento de los atractivos turísticos y de la estructura urbana que los soporta, articula los aspectos normativos y se opera a través de la figura de gestión planteada a partir de la conformación de las Organizaciones Cívicas y/o Gremiales. Estas 19 zonas son:

1. Usaquén.

2. Calle 100.

3. Parque de la 93.

4. Calle 82.

5. Country.

6. Nogal.

7. Calle 72.

8. Lourdes.

9. Chapinero Central.

10. Teusaquillo.

11. Galerías / Campín.

12. Corferias / Quinta Paredes.

13. Salitre.

DOCUMENTO PRELIMINAR

14. Américas.

15. Centro internacional.

16. Candelaria.

17. Tercer Milenio.

18. Ciudad salud.

19. 20 de Julio.

Se priorizan aquellas zonas que concentran planta turística principal y complementaria, infraestructuras y atractivos turísticos, y que cuentan con una aglomeración económica que dinamiza y soporta el desarrollo de la actividad turística que dependiendo de su especificidad define una tipología principal o mixta. La relación ZIT – tipología se muestra en la siguiente tabla.

Una tipología turística se entiende como la sistematización del conjunto de motivaciones turísticas que permiten congregar en denominadores comunes las actividades durante la permanencia en el destino. Las tipologías identificadas para las 19 ZIT son:

- Tipología de negocios
- Tipología cultural
- Tipología cultural y de negocios
- Tipología de salud
- Tipología religiosa

Distritos con vocación turística

Se trata de sectores del territorio distrital organizadas, que tienen un potencial de desarrollo turístico por sus condiciones, ubicación, conectividad y los recursos y oportunidades que presentan. Entre los propósitos figuran, garantizar el adecuado funcionamiento de los diferentes medios de transporte, generar inversiones, fomentar la concurrencia del capital privado, estimular la explotación de bienes y servicios producidos por sus moradores, e incentivar el aumento de

DOCUMENTO PRELIMINAR

fuentes de empleo, como condición para incrementar el ingreso, disminuir la pobreza y atender, los problemas sociales, ambientales y urbanos.

Áreas de desarrollo naranja con vocación turística

El fenómeno internacional de los distritos culturales o creativos, definido en la legislación nacional de Colombia como Áreas de Desarrollo Naranja (ADN), ha sido abordado en ciertos casos desde una perspectiva eminentemente económica, pero es importante recordar que estos implican una multidimensionalidad que también debe ser reconocida, identificada y estudiada en términos de capital simbólico, redes, relaciones y dinámicas sociales, artísticas, culturales y patrimoniales.

En los últimos años las ciencias sociales y económicas han prestado un interés creciente por el análisis de la dinámica territorial de la cultura y, particularmente, su tendencia hacia la clusterización (Ulldemolins y Zarlenga, 2014). Lo anterior ha venido aparejado del interés de diversos gobiernos locales y nacionales por invertir en infraestructura cultural y desarrollar políticas para el fomento y estímulo a las empresas productoras de bienes y prestadoras de servicios culturales. Dicho interés se ha dado en dos líneas principales:

En primer lugar, las que tienen como meta el desarrollo de sectores económicos vinculados a la producción de bienes culturales a partir del fomento de actividades relacionados con las llamadas industrias culturales o creativas (cine, radio, televisión), al diseño (web, textil, gráfico, industrial), la moda, la publicidad, la fotografía y la arquitectura (…).

En segundo lugar, las que tienen como finalidad la generación de servicios culturales para el atractivo turístico y comercial a través de la recuperación del patrimonio existente de los centros urbanos (regeneración urbana), la creación de instituciones y equipamientos culturales (como museos y centros culturales), la organización de eventos, etc. (Ulldemolins y Zarlenga, 2014).

Ambas estrategias han tenido una dinámica principalmente urbana, caracterizada por el agrupamiento o concentración territorial de empresas, instituciones o agentes culturales en los denominados barrios artísticos, distritos culturales, clústeres culturales o, en una mayor extensión geográfica, ciudades creativas, por mencionar algunas de las principales denominaciones empleadas en la literatura especializada.

En el distrito Capital se identificaron 12 Distritos Creativos, 9 generados de manera espontánea y 3 inducidos con estrategias de intervención. Éstos son:

Espontáneos:

1. Usaquén,

2. Parque de la 93

DOCUMENTO PRELIMINAR

3. San Felipe
4. La 85
5. Chapinero
6. La Playa
7. Teusaquillo
8. Centro Internacional
9. Centro

Inducidos:

10. Fontibón
11. Ciencia, Tecnología e Innovación
12. Bronx

Desde el IDT se ha identificado que todas excepto la ADN ciencia, Tecnología e Innovación, coinciden con las ZIT, que por lo tanto debe hacerse una formulación explícita sobre las condiciones normativas para incentivar la actividad turística.

Proyectos turísticos especiales – PTE

(Artículo 264 del Plan Nacional de Desarrollo / Decreto 1155 de 2020 / Resolución 1319 de 2020) Son proyectos turísticos de gran escala en áreas del territorio nacional de alta importancia estratégica para el desarrollo o mejoramiento del potencial turístico del país. Corresponde al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en coordinación con los alcaldes municipales y distritales de los territorios incluidos. Constituyen determinante de superior jerarquía en los términos del artículo 10 de la Ley 388 de 1997. Queda excluido el Sistema de Parques Nacionales Naturales y los Parques Naturales Regionales. Según el caso se requerirá tramitar previamente ante la Autoridad Nacional de Licencias Ambientales – el Plan de Manejo Ambiental.

Estrategia para el Suelo Rural

Para el suelo rural del Distrito Capital de Bogotá, se promoverá el desarrollo de actividades de turismo rural, agroturismo y ecoturismo como principales tipologías de la actividad con espacios para su desarrollo en este suelo.

DOCUMENTO PRELIMINAR

El desarrollo de actividades turísticas en suelo rural se ajustará al régimen de usos previsto para dicho suelo en el Plan de Ordenamiento Territorial. En todo caso, la planificación del turismo en el suelo rural se ajustará a las determinantes de ordenamiento, así como a los Planes de Manejo y demás instrumentos de planificación y manejo de las áreas protegidas y demás figuras de ordenamiento ambiental del territorio que adopten las autoridades competentes.

Zonas Ambientales con Vocación Turística

Los elementos del suelo rural en los que se propiciará el desarrollo de estas tipologías de turismo son:

1. Anillo Verde

2. Humedales

3. Bosques

4. Reservas

5. Cuencas Hídricas

6. Vereda Torca.

7. Veredas Verjón Alto y Bajo

8. Agroparque ecológico de Los Soches

9. Parque Ecológico Matarredonda.

10. Zona Rural de Ciudad Bolívar y Usme: Santa Bárbara, Pasquilla, Pasquillita, Quiba Alto, Quiba Bajo, Mochuelo Alto y Mochuelo Bajo.

11. Parque Nacional Natural Sumapaz.

12. Los demás elementos de la estructura ecológica principal en el suelo rural.

Elementos de la Estructura Ecológica Principal, soporte para el desarrollo de la actividad turística. La Estructura Ecológica Principal en su conjunto hace parte del atractivo turístico de la ciudad y sobre ella se deben desarrollar actividades que permitan potencializar su riqueza y oferta ambiental en el entorno urbano y rural de la ciudad.

Las actividades turísticas que se planteen desarrollar en elementos de la Estructura Ecológica Principal se sujetarán a las normas e instrumentos de planificación de manejo pertinentes, en

DOCUMENTO PRELIMINAR

especial a las disposiciones que regulan las categorías a nivel nacional, regional y distrital para el desarrollo de la actividad turística y particularmente del ecoturismo.

Una de las estrategias de conservación de estos sectores ecosistémicos es el desarrollo de actividades de turismo, con las cuales se conservan los ecosistemas y se realiza una actividad económica de meno0r impacto (Cubillos & González, 2013).

La estrategia de desarrollo turístico ecológico o de naturaleza incluye el diagnóstico, funcionamiento actual de la cadena, sus cuellos de botella, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, y alternativas de solución desde la perspectiva de los actores involucrados. También, incluye la visión estratégica, la propuesta para el fortalecimiento de la cadena y un modelo de implementación para el apalancamiento de recursos enfocado en el diseño de estrategias de conservación y la articulación de aliados que logren dinamizar la relación entre eslabones y actores que generen un impacto positivo en la cadena.

Para la definición de las estrategias de turismo de naturaleza, se considera como una estrategia de competitividad, entendida como el conjunto de actividades que se planean y se ejecutan con la participación de los diversos actores de una cadena para el logro de objetivos comunes, alrededor de los cuales se articulan una o más organizaciones institucionales, comunitarias, empresarias y/o grupos de interés (Lundy M., Gottret, Cifuentes, & Best, 2004).

Una vez definidas las estrategias de desarrollo de turismo de naturaleza en un área protegida es indispensable ejecutar tres pasos estratégicos: Priorización de proyectos, identificación de fuentes de financiación y ruta de implementación.

9.3.8 Implementación Sistema Distrital de Turismo en la Política pública Turismo

La necesidad de definir el concepto de Recurso Turístico, en el marco de la definición del Sistema Distrital de Turismo, parte de una de las instancias iniciales de la gestión pública y privada del turismo, la producción o diseño de atractivos turísticos, y la generación de productos turísticos en la estrategia de gestión turística. Es la instancia inicial más importante para el proceso de planeamiento y gestión del territorio en función del Sistema Distrital de Turismo.

Un producto turístico es una combinación de elementos tangibles e intangibles, como recursos naturales, culturales y artificiales, atracciones, instalaciones, servicios y actividades alrededor de un centro de interés específico que representa el núcleo de la mezcla de marketing de destino y crea una experiencia general del visitante que incluye aspectos emocionales para los clientes potenciales. Un producto turístico tiene un precio y se vende a través de canales de distribución y tiene un ciclo de vida.

DOCUMENTO PRELIMINAR

La construcción del Inventario de Recursos Turísticos constituye un instrumento valioso para la planificación turística, un instrumento fundamental de gestión que refleja la realidad de los recursos turísticos - información técnica y situación actual; éste debe ser claro, abierto y dinámico, permitiendo la actualización periódica. Este inventario de constituirse en un, en el cual registro integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista.

El punto de partida para la consolidación del Sistema Distrital de Turismo será la construcción del Inventario de Recursos Turísticos en dos fases:

Fase I - Recopilación, información, ordenamiento y clasificación de datos: ordenar y clasificar los lugares, objetos, acontecimientos y otros de interés turístico.

Objetivos específicos:

- Lograr uniformidad en los criterios a emplear para la ordenación, clasificación y evaluación del potencial turístico del país.
- Conocer real y sistemáticamente el patrimonio turístico
- brindar información a los organismos públicos y privados sobre la situación actual de los recursos turísticos.
- Contar con un instrumento idóneo que sirva de base para la elaboración de planes y programas de desarrollo turístico.

Fase II - Evaluación ponderada y jerarquización de recursos turísticos

Objetivos específicos:

- Lograr uniformidad en los criterios a emplear para la evaluación del potencial turístico del país
- Conocer real y sistemáticamente el patrimonio turístico de acuerdo con el nivel de importancia de cada uno de ellos
- Contar con un instrumento metodológico que permita la priorización de recursos turísticos

DOCUMENTO PRELIMINAR

En el proceso de desarrollo de un destino turístico, los productos turísticos representativos del destino deben estar de acuerdo con la marca y posicionamiento del destino. La secuencia de desarrollo de los productos turísticos se debe cimentar en el Inventario de Recursos Turísticos dado que la evaluación ponderada y la jerarquización soportan procesos estratégicos de planeamiento y promoción del destino.

9.4 Políticas Distritales

El inventario de políticas públicas distritales 2020 da cuenta de 38 políticas sectoriales[4] y 11 poblacionales formuladas entre el 2007 y el 2021. Se revisaron las políticas que se considera tienen relación con el sector turismo. Bajo esa mirada, se seleccionaron las 15 políticas para ser analizadas (ver tabla 1 – políticas públicas revisadas).

Entidad líder de la política		**Política**	**Norma/documento de adopción**
1	Secretaría Distrital de Ambiente	Política de Humedales del Distrito Capital.	(Política de Humedales del Distrito Capital - Decreto 624 de 2007, 2007)Decreto 624 de 2007
2		Política Pública para la Gestión de la Conservación de la Biodiversidad en el Distrito Capital.	Decreto 607 de 2011
3		Política Pública Distrital de Educación Ambiental	Decreto 675 de 2011 CONPES D.C 13/2019
4		Política Pública de Ruralidad del Distrito Capital	Decreto 327 De 2007 (en proceso de actualización)
5	Secretaría Distrital de Cultura,	Política Pública de Deporte, Recreación, Actividad Física, Parques y Escenarios para Bogotá.	Decreto 229 de 2015 Modificado por el Decreto 483 de 2018

[4] El inventario da cuenta también de 11 políticas poblacionales que no hicieron parte de esta comparación.

DOCUMENTO PRELIMINAR

Entidad líder de la política		Política	Norma/documento de adopción
6	Recreación y Deporte	Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa.	Acuerdo 709 de 2018 CONPES D.C 02 / 2019
7		Política Pública de Cultura Ciudadana	CONPES D.C 10/2019
8	Secretaría Distrital de Desarrollo Económico	Política Distrital de Productividad, Competitividad y Desarrollo Socioeconómico de Bogotá D.C. 2011-2038	Decreto 064 de 2011 Acuerdo 378 de 2009
9		Política Distrital de Ciencia, Tecnología e Innovación.	CONPES D.C 04/ 2019
10	Secretaría Distrital de Gobierno	Política Pública Distrital de Espacio Público	CONPES D.C 06/2019
11	Secretaría Distrital de Movilidad	Política Pública de la Bicicleta para el Distrito Capital	CONPES D.C 15/2020
12	Secretaría Distrital de Planeación	Política Pública Objetivos de Desarrollo Sostenible	En construcción
13	Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia	Política Pública Distrital de Convivencia y Seguridad Ciudadana, 2017-2020.	Decreto 657 de 2011 Decreto 079 de 2018 - Resolución 001 del 2017 aprueba el PISCCS 2017-2020 - Decreto 594 de 2017 deroga Decreto 540-2013
14	Gobierno	Política Pública de Discapacidad para el Distrito Capital	Decreto 470 de 2007 (en proceso de actualización)

DOCUMENTO PRELIMINAR

Entidad líder de la política		Política	Norma/documento de adopción
15	Integración social	Política Pública de Infancia y Adolescencia de Bogotá D.C. 2011-2021	Decreto 520 de 2011 (en proceso de actualización)
Fuente: (Secretaría Distrital de Planeación, 2021)			

Tabla 5 Inventario de políticas públicas distritales 2020 Fuente: (Secretaría Distrital de Planeación, 2021)

Para la comparación de estas políticas se identificó:

- ¿Qué contenido de la política responde a las funciones de coordinación interinstitucional del IDT como entidad encargada de la gerencia del destino[5]?
- ¿Cuál es la relación de ese contenido con el turismo?

De esta comparación, se destacan los siguientes puntos:

Las políticas del sector Ambiente (humedales, biodiversidad, educación ambiental y ruralidad), algunas de las cuales se están en proceso de revisión por parte de la SDP[6], no contemplan el turismo como uno de los actores que incide en el uso y apropiación de ecosistemas. En las "relaciones entre la sociedad y los ecosistemas" (art.5) de la política de humedales (elementos que hacen parte del turismo de naturaleza) el turismo podría constituirse como un actor que contribuya a la protección de estos ecosistemas al establecer pautas de conservación y preservación por parte de turistas y visitantes. Por otro lado, en una ciudad post – pandemia la reactivación, en términos turísticos, vendrá primero por parte del turismo en las localidades, de los bogotanos que buscarán, entre otros, espacios verdes después de meses de encierro. Estas políticas deben incorporar a los turistas/visitantes como actores clave en la conservación y preservación. Por su parte, la política de educación ambiental tiene elementos de interés para, por ejemplo, el pensum de los Colegios Amigos del Turismo en el componente de educación ambiental. Finalmente, es importante

[5] Las dos funciones del IDT que se tomaron para esta comparación son: "Coordinar con entidades oficiales o privadas que tengan en su haber funciones que se relacionen y/o afecten la actividad turística, el planeamiento, articulación y establecimiento de alianzas estratégicas para la ejecución de sus planes y programas" y "Coordinar con las demás entidades competentes en la materia, acciones orientadas a la protección y promoción del patrimonio cultural, con fines turísticos." (Instituto Distrital de Turismo, 2020)

[6] De acuerdo con el inventario de políticas públicas, las políticas de humedales y biodiversidad están en proceso de actualización y la de ruralidad está siendo revisada por la Secretaría Distrital de Planeación (Secretaría Distrital de Planeación, 2021)

DOCUMENTO PRELIMINAR

articular la actualización de la política de turismo con la política de ruralidad en cuanto a la cadena de valor del turismo.

Por su parte, las políticas del sector Cultura (Deporte, Recreación, Actividad Física, Parques y Escenarios, Economía Cultural y Creativa y Cultura Ciudadana), aportan elementos que pueden ser de interés para el IDT. Por un lado, está la articulación de las Zonas de Interés Turístico – ZIT con las Áreas de Desarrollo Naranja – ADN definidos por la política de Economía Cultural y Creativa, incorporadas en la revisión del Plan de Ordenamiento Territorial 2019 y, en principio, previstas en la revisión del POT 2020 como Distritos Creativos. Varias ADN coinciden con las ZIT, no solo en localización sino en apuestas tales como aprovechamiento del espacio público, calidad del espacio público (mobiliario, iluminación), movilidad (TM, parqueaderos), zonas cargue y descargue, zonas wifi gratis, por lo que una acción interinstitucional con el sector Cultura puede redundar en mayores recursos para estos territorios y se pueden generar acciones conjuntas para el apalancamiento de acciones y/o recursos con el sector privado.

Por su parte, la política de Cultura Ciudadana tiene varios elementos de articulación con el IDT:

- La red distrital de cultura ciudadana y democrática en Bogotá y la semana de la cultura ciudadana, ambos espacios en los que el turismo podría tener un importante rol;

- La reflexión que hace la política sobre la "resistencia a la otredad", que hace referencia a género, etnia, identidad de género u orientación sexual pero que no analiza la percepción sobre el turista;

- Los problemas de convivencia entre ciudadanos, para tener en cuenta la convivencia turistas/ciudadanos, debido al crecimiento del turismo en sectores como La Candelaria

- Temas como la "Baja valoración de lo público y lo colectivo", mencionado en la encuesta de cultura ciudadana en Transmicable que indicó que el 83% de los encuestados señaló que "los turistas no deberían ir a Ciudad Bolívar porque acá no tenemos nada que mostrar", pero al mismo tiempo, al 91% de los encuestados le gustaría ver turistas en las calles de su barrio. (Política pública de cultura ciudadana 2019 - 2038 - CONPES D.C.10, 2019) (p.68)

DOCUMENTO PRELIMINAR

Por otro lado, de la política de Política Distrital de Productividad, Competitividad y Desarrollo Socioeconómico[7] hay dos puntos de interés para el turismo y que suponen una ruta de trabajo de la mano con entidades del Distrito como la Secretaría Distrital de Planeación, la Empresa de Renovación Urbana y la Secretaría Distrital del Desarrollo Económico y actores del sector privado. Un primer punto es la estrategia de esta política de "promover e impulsar la localización de sectores estratégicos de transformación industrial (…) y revitalización de viejas zonas industriales (Política Distrital de Productividad, Competitividad y Desarrollo Socioeconómico, 2011) (estrategia 26.2): las viejas zonas industriales[8] se han convertido en destinos turísticos en ciudades del mundo, ya que tienden a albergar a la "clase creativa" (Cabreroa, 2014) y en ese sentido convertirse en clústeres de los Distritos Naranja de algún sector productivo. Son un potencial turístico por desarrollar.

Un segundo punto es la estrategia "Visibilizar y fortalecer la capacidad productiva de los pequeños negocios o pequeñas iniciativas productivas con base en conocimientos propios" (Política Distrital de Productividad, Competitividad y Desarrollo Socioeconómico, 2011)(estrategia 29.4): la cuarentena ha mostrado el crecimiento de pequeñas iniciativas productivas con base en conocimientos propios (gastronómicas, productos para el hogar, consumo personal, servicios) que pueden convertirse en una cadena de valor local que complementa la oferta de la ciudad. Estas iniciativas productivas se han movido 100% por domicilios, eliminando la intermediación comercial y generando unas dinámicas urbanas que convendría analizar en sus aspectos positivos y negativos. En una ciudad post pandemia, el turismo local va a ser un factor clave de reactivación económica y estas iniciativas se convierten en una oferta de valor.

La Política Pública Distrital de Espacio Público tiene tanto en la identificación de factores estratégicos como la formulación de la política, elementos de articulación con el IDT. La política tiene como uno de sus objetivos estratégicos "Consolidar los lineamientos e instrumentos necesarios para la sostenibilidad del espacio público y la gestión e implementación del Sistema Distrital de Espacio Público" (Política Pública Distrital de Espacio Público 2019 - 2038 - CONPES D.C 06 de 2018, 2019) (objetivo estratégico 3), objetivo fundamental para el Plan Maestro de Turismo en lo referente a las Zonas de Interés Turístico y para el cual se requiere un rol activo del IDT, que no figura como entidad corresponsable en la política.

DOCUMENTO PRELIMINAR

[7] Esta política al ser parte del sector al cual pertenece el IDT, se analizó con relación a los objetivos de los Lineamientos de política de turismo - A720 de 2010, y no como las otras políticas con relación a la misionalidad del Instituto. El objetivo de los Lineamientos de política de turismo que se articula con la política analizada es "1. Propender por que el turismo sea uno de los sectores que beneficie el desarrollo económico de Bogotá. Para ello, la Administración Distrital promoverá una gestión de excelencia basada en el conocimiento, la innovación, la sostenibilidad social y ambiental y la articulación regional, nacional y global" (Lineamientos de política de turismo - A720 de 2010, 2010)

[8] (Urban Restructuring in Former Industrial Cities: Urban Planning Strategies, 2014)

Es importante revisar las acciones de aprovechamiento del espacio público que se han hecho en las ZIT desde la formulación del Plan Maestro de Turismo – PMT ya que esta política, formulada con posterioridad al PMT, contiene herramientas que pueden facilitar la acción de aprovechamiento económico a través de "actos administrativos con lineamientos para el aprovechamiento económico comercial, artístico y cultural en espacios existentes a recuperar y recuperados (zonas bajo puentes, publicidad exterior visual, mobiliario urbano, entre otros" (Política Pública Distrital de Espacio Público 2019 - 2038 - CONPES D.C 06 de 2018, 2019) (p.102). También importa revisar si estas áreas de las ZIT hacen parte de las "áreas efectivas (recibidas, habilitadas y operativas) generadoras de ingresos por aprovechamiento económico del espacio público" (Política Pública Distrital de Espacio Público 2019 - 2038 - CONPES D.C 06 de 2018, 2019) (p.104)

En el tema de seguridad, en la Política Pública Distrital de Convivencia y Seguridad Ciudadana no se encontraron elementos que puedan relacionarse con turismo, pero sería pertinente revisar si en la actualización de esta política, es necesario incluir temas relacionados con la policía de turismo, así como la actualización del Plan Estratégico de Seguridad Turística, que data de 2016.

Finalmente, en lo relacionado con las políticas poblacionales, particularmente la de Discapacidad y la de Infancia y Adolescencia, ambas en proceso de actualización, se encuentra una ventana de oportunidad para coordinar acciones estratégicas para el turismo, tales como el diseño universal y la garantía de los derechos de la población con discapacidad, y por el lado de la política de Infancia y Adolescencia, todo lo relacionado con la prevención de ESCNNA.

9.4 Plan Distrital de Desarrollo

El Plan de desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas del Distrito Capital 2020-2024, está estructurado en propósitos (5), logros (30), programas estratégicos (18), programas (59) y metas (551) para los sectores de Ambiente, Cultura, Desarrollo Económico, Educación, Gestión Pública, Gobierno, Hábitat, Hacienda, Integración Social, Jurídica, Movilidad, Mujer, Planeación, Salud, Seguridad y Veeduría.

Para el análisis de los lineamientos relacionados con turismo, se revisaron los programas y las metas asociadas de los 16 sectores y se encontraron articulaciones con los sectores de Ambiente, Cultura, Seguridad, Gobierno, Hábitat, Movilidad e Integración Social. La comparación se hizo buscando responder la siguiente pregunta: ¿Qué programas/metas tiene el sector analizado que

DOCUMENTO PRELIMINAR

contribuyen a los proyectos de turismo en el PDD 2020 - 2024?)[9]. De esta comparación, se destacan las siguientes metas que contribuyen a la gestión del destino, planteadas en las metas del IDT:

- Proyecto de inversión 7705. "Fortalecimiento del sistema turístico de Bogotá región para responder a las principales tendencias, oportunidades y cambios que inciden en el sector en Bogotá":

  - Sector Ambiente: el sector tiene metas asociadas para el producto de naturaleza como la creación y consolidación de "cinco (5) rutas agroecológicas[10] en torno a huertas auto sostenibles de la ciudad región" y la implementación y puesta en operación del "tropicario distrital de la diversidad florística de Colombia"[11], que se puede constituir, a futuro, en un atractivo turístico.

  - Sector Cultura: una meta que contribuye al propósito del IDT de promover el turismo en diferentes localidades es el fortalecimiento de "10 equipamientos artísticos y culturales en diferentes localidades de la ciudad[12]". El sector cultura tiene también como meta "Gestionar tres (3) declaratorias de patrimonio cultural inmaterial del orden distrital[13]" y el IDT tiene un importante insumo para esa declaratoria: los 65 atractivos turísticos inmateriales del Inventario de atractivos turísticos (Viceministerio de Turismo, 2019) que pueden ser propuestos al sector cultura para el cumplimento de esta meta, logrando así tener nuevos atractivos turísticos inmateriales que sean considerados patrimonio cultural inmaterial. En ese mismo sentido está la meta de "Gestionar una (1) declaratoria de Sumapaz como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco"[14], uno de los atractivos turísticos de patrimonio natural con que cuenta Bogotá.

DOCUMENTO PRELIMINAR

[9] Si bien se hubiera querido hacer la revisión de los proyectos de inversión de cada entidad distrital, esta información aún no se encuentra compilada por la Secretaría de Planeación Distrital , según información de la Subsecretaría de planeación de la inversión del 28 de julio de 2020 (ver soporte correos intercambiados con la SDP). En el archivo de excel, se dejan dos columnas "entidad" y "pryecto de inversión" para que puedan ser completadas cuando la SDP disonga de esa información.
[10] Programa Bogotá región emprendedora e innovadora
[11] Programa Bogotá protectora de sus recursos naturales
[12] Programa Creación y vida cotidiana: Apropiación ciudadana del arte, la cultura y el patrimonio, para la democracia cultural
[13] Programa Creación y vida cotidiana: Apropiación ciudadana del arte, la cultura y el patrimonio, para la democracia cultural
[14] Programa Protección y valoración del patrimonio tangible e intangible en Bogotá y la región

Hay otras metas en este sector que también son de interés para el turismo, relacionadas con el Museo del Oro, con la promoción del patrimonio cultural inmaterial y con la activación entornos con presencia representativa de patrimonio cultural material, entre otras, en las que el trabajo articulado con el sector, puede redundar en beneficios conjuntos.

- Sector Gobierno: el sector va a reformular la política pública de discapacidad[15] que tiene que ver, entre otros, con parámetros de accesibilidad lugares públicos. El rol del Instituto en esta reformulación es clave en el marco de la promoción turística para personas con discapacidad. Igualmente, se resalta la importancia de articular acciones en el marco de la meta de "Gestionar el 100% de las iniciativas públicas y/o privadas para la administración del patrimonio inmobiliario distrital y el espacio público"[16] ya que hay 304 atractivos turísticos (Viceministerio de Turismo, 2019) que son patrimonio inmueble y es crucial garantizar que esta gestión permita y facilite el acceso de los turistas a dichos inmuebles, cuando aplique.

- Sector Hábitat: En esta área, pueden tenerse en cuenta las previsiones para cumplir la meta de "Desarrollar 30 acciones de acupuntura urbana"[17] pues si el territorio coincide con ZIT/COINT/ o atractivos turísticos, la presencia del sector turismo es crucial para asegurar que estas cumplan los requerimientos del sector.

- Sector Movilidad: desde las metas de "Construir 2.718.592 m2 de espacio público para el disfrute de los ciudadanos (…)" y "Construir o reforzar 135 puentes peatonales"[18], se pueden resolver necesidades identificadas por el IDT en ZIT/COINT/atractivos turísticos. Por otro lado, hay tres metas que apoyan el fortalecimiento del turismo en bicicleta: "Gestionar la implementación de un sistema de bicicletas públicas" , "impulsar un esquema de transporte alternativo y ambientalmente sostenible mediante el fomento de la micromovilidad a través del uso de patinetas y bicicletas eléctricas como un medio de transporte que usa adecuadamente el espacio público y facilita la interconexión con el sistema masivo de servicio público"[19] y "Construir 280 km. de cicloinfraestructura"[20].

DOCUMENTO PRELIMINAR

[15] Programa Prevención de la exclusión por razones étnicas, religiosas, sociales, políticas y de orientación sexual
[16] Programa Más árboles y más y mejor espacio público
[17] Programa Revitalización urbana para la competitividad
[18] Programa Más árboles y más y mejor espacio público
[19] Programa Manejo y prevención de contaminación
[20] Programa Movilidad segura, sostenible y accesible

Finalmente, la meta de "Aumentar en 20% la oferta de transporte público del SITP"[21] puede beneficiar ZIT y COINT poco conectadas.

- Proyecto de inversión 7706 "Implementación de estrategias de mercadeo y promoción para el sector turístico de la ciudad de Bogotá"

  - Sector Cultura: tres metas de este sector se pueden articular con el proyecto 7706 del IDT: la "estrategia de internacionalización que promueva el posicionamiento de Bogotá como referente en temas culturales y deportivos y que permita la movilización dinámica de recursos técnicos, humanos y financieros"[22], la gestión de "alianzas Público Privadas de proyectos de infraestructura para la Cultura, la Recreación y el Deporte, priorizando la sede de la Orquesta Filarmónica de Bogotá y la unidad deportiva el Campin"[23] y la estrategia para "fortalecer a Bogotá como una ciudad creativa de la música (Red UNESCO 2012)"[24], metas que contribuyen a la promoción de Bogotá como destino turístico.

  - Sector movilidad: La meta "Gestionar el 100% de la inserción urbana del Regiotram de Occidente, diseñar una estrategia de apoyo a la estructuración del Regiotram del Norte y estructuración del Regiotram del sur"[25] es fundamental para la promoción turismo regional.

- Proyecto de inversión 7707 "Desarrollo de estrategias para reducir las condiciones que permiten la ocurrencia de delitos asociados a la ESCNAA, y delitos en contra de turistas y visitantes en la región y en Bogotá"

  - Sector Hábitat: para la meta "Realizar 30 intervenciones urbanas enfocadas en una mejor iluminación, mejores andenes, parques más seguros y otros espacios urbanos, en áreas de alta incidencia de violencia sexual"[26], el IDT puede aportar

DOCUMENTO PRELIMINAR

[21] Programa Movilidad segura, sostenible y accesible
[22] Programa Bogotá, referente en cultura, deporte, recreación y actividad física, con parques para el desarrollo y la salud
[23] Programa Bogotá, referente en cultura, deporte, recreación y actividad física, con parques para el desarrollo y la salud
[24] Programa Creación y vida cotidiana: Apropiación ciudadana del arte, la cultura y el patrimonio, para la democracia cultural
[25] Programa Red de Metros
[26] Programa Espacio público más seguro y construido colectivamente

información desde los diagnósticos e información que se tengan en el marco del Proyecto de inversión 7707.

- Sector Integración social: la meta de "Atender con enfoque diferencial y de manera flexible a 15.000 niñas, niños y adolescentes del distrito en riesgo de trabajo infantil y violencias sexuales; y migrantes en riesgo de vulneración de sus derechos"[27] está en total sincronía con la meta de "Elaborar y poner en marcha una estrategia de prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en el contexto turístico[28]" del IDT.

9.5 Planes maestros

En términos generales, para la construcción de las estrategias territoriales en el marco de la revisión de la política distrital de turismo, se consideró específicamente la importancia de que el turismo sea considerado como un factor de incidencia el Plan de Ordenamiento Territorial vigente (2004). Y específicamente para el análisis de su relación con el POT, se tuvieron en cuenta los siguientes elementos:

- Planes maestros distritales de Espacio Público y de Movilidad.
- Planes parciales adoptados, formulados, delimitados, en proceso y en proceso de viabilidad, susceptibles de generar cambios socio-económicos y físicos en el tejido urbano en beneficio del entorno e, indirectamente, de la actividad turística.

En la tabla 13 se identifican los respectivos instrumentos distritales y los aspectos que resultan de especial interés para acciones territoriales propuestas en este Plan.

Por lo demás, con referencia a los planes parciales se tendrán en cuenta, de manera prioritaria como se indica en la tabla 15, aquellos que puedan influenciar la dinámica urbana de las ZIT en términos de atracción turística y mejoramiento del entorno urbano.

DOCUMENTO PRELIMINAR

[27] Programa Sistema Distrital del Cuidado
[28] Programa Plataforma institucional para la seguridad y la justicia

Instrumento	Adopción	Elementos de interés a monitorear durante la implementación de la política de turismo	Motivo
Plan Maestro de Espacio Público	Decreto 215 de 2005	Artículo 29. Operaciones integrales de recuperación del espacio público y revalorización de inmuebles privados	Pueden interesar atractivos turísticos.
Plan Maestro de Movilidad	Decreto 319 de 2006	Artículo 9. Objetivos de la acción sobre la infraestructura vial y vial peatonal:	Pueden interesar atractivos turísticos.
		Numeral 1.1. La construcción de vías destinadas al tránsito de peatones y ciclo usuarios, como redes peatonales, andenes, alamedas, y ciclo rutas, con diseños ajustados a condiciones de seguridad mutua de los peatones -incluyendo personas limitadas- y de los ciclo-usuarios y que resulten ambientalmente amigables (…)	Pueden integrar zonas o atractivo turísticos al Corredor Inteligente de Turismo.
		Artículo 15. Integración del transporte público Artículo 16. Mejoramiento del servicio público y formulación de las condiciones de operación integrada	Es posible elaborar, por ejemplo, una estrategia para expedir títulos de viajes especiales para turistas,

DOCUMENTO PRELIMINAR

Instrumento	Adopción	Elementos de interés a monitorear durante la implementación de la política de turismo	Motivo
			instrumento este que actualmente no existe.

Tabla 6. Elementos de coordinación con la planeación distrital-Planes Maestros

DOCUMENTO PRELIMINAR

Plan parcial	Decretos	Ubicación	Relación con Plan estratégico de Turismo
El Pedregal (Usaquén)	Adopción Decreto Distrital 188/2014 Mod. 587/2014	Calle 100#7 localidad Usaquén	Desarrollo de centro empresarial. Desarrollo área comercial de gran superficie. Posibilidad de construcción de hoteles
Estación Central (Los Mártires)	Decreto viabilidad proyecto 1883/2012	Cr 13 y transversal 17 # 26 y 24	Su desarrollo es indudablemente una mejora del panorama urbano y una mejor organización de la actividad comercial. Colinda con la ZIT "Centro Internacional"
Triángulo de Fenicia (Santa Fe, La Candelaria)	Decreto adopción 420/2014	Av. 26, carrera 3 y 1 y calle 22	Potencializar el eje turístico de la zona, aprovechando elementos de patrimonio y conservación que hoy se tienen. (conexión directa con La Candelaria y puente hacia el parque de la Independencia)
San Victorino (Santa Fe, La Candelaria, Los Mártires)	Resolución No. 2465/2009 Formulación del plan	Cr 10 y 14, calle 10 y 13	La renovación conserva el atractivo comercial popular al detalle, ofrece grandes superficies comerciales, se articula con atractivos turísticos actuales como parque tercer milenio y ZIT de La Candelaria. Es

DOCUMENTO PRELIMINAR

			permitido complementar la oferta de servicio turístico (DTS 2016). Está previsto en plena ZIT Parque Tercer Milenio
San Martín (Chapinero)	Resolución No. 1115 de 2009 Formulación del plan	Calle 30 y 32, carrera 7 y 5	Se ubica en la ZIT Centro Internacional
San Bernardo (La Candelaria)	Resolución 0689/2013 y 070/2013 Respectivamente para eliminación etapas 1 y 2	AC 6 / AK 10, calle 4 y carrera 12, calle 5 y carrera 14	Se ubica en la ZIT Ciudad Salud – propone básicamente vivienda diversificada

Tabla 7. Elementos de coordinación con la planeación distrital-Planes parciales

Es así como los elementos de coordinación con la planeación distrital – Planes Maestros y los elementos de coordinación con la planeación distrital – Planes parciales, resultan componente importante del diagnóstico y se integran a los factores estratégicos de política pública definidos por los Lineamientos de política púbica de turismo para Bogotá – (Acuerdo 720 de 2018) y, a las bases del análisis estratégico del turismo en Bogotá que completan el conjunto de estrategias territoriales, en calidad de elementos de interés a monitorear durante la implementación de la política de turismo, en tanto exista interdependencia. Esto se convierte en una estrategia de gestión clave para el desarrollo turístico de Bogotá.

A manera de síntesis general de los instrumentos de planeación del sector, cabe señalar que el turismo es un sector ampliamente determinado por lineamientos desde el ámbito de lo internacional, que fundamentalmente se relacionan con la identificación del ocio (asociado al turismo) como derecho humano y como actividad económica fundamental para el desarrollo socioeconómico de las poblaciones. A partir de allí, orientados bajo la lógica de la sostenibilidad, el turismo accesible y responsable se destacan como lineamientos fundamentales para una gestión adecuada del destino.

Bajo las nociones de sostenibilidad y de turismo responsable, los lineamientos nacionales, desarrollados esencialmente desde las políticas de turismo del gobierno nacional, se enfocan en orientar acciones para el fortalecimiento de ciertos tipos de turismo y en menor medida, para las

DOCUMENTO PRELIMINAR

condiciones necesarias al desarrollo de destinos (caso infraestructura turística). De allí, se destacan como principios ordenadores de la acción distrital en turismo, la incorporación de los ODS, el reconocimiento del turismo cultural como escenario de protección y visibilización de la cultura, la búsqueda de la competitividad de la industria turística a través del fortalecimiento de las organizaciones productivas, el impulso del turismo comunitario como motor del desarrollo social.

Desde lo distrital, los lineamientos existentes amplian las orientaciones internacionales y nacionales sobre el turismo sostenible, y en particular en relación con el Plan de Ordenamiento Territorial, la necesidad de aumentar las acciones orientadas a la mitigación del impacto del turismo en el ambiente y de contar con un turismo compatible con la estructura ecológica de la ciudad. De otro lado, las políticas distritales analizadas, se constituyen como apuestas intersectoriales, que contribuyen impicitamente al fortalecimiento del sistema distrital de turismo, pero que hasta el momento no cuentan con una perspectiva orientadora sobre el sector. Es allí, donde la idea de una política de turismo cobra sentido, toda vez que permitirá articular los lineamientos sobre el desarrollo de la ciudad, para que estos materialicen los principios que guían el desarrollo turístico desde lo internacional y lo nacional.

10. Factores estratégicos

De la revisión de diferentes trabajos relativos a hechos portadores de futuro que pueden afectar las dinámicas de los procesos de desarrollo turístico distritales, nacionales y globales, se destacan los siguientes factores que probablemente darán lugar a transformaciones importantes en las tendencias del turismo en un futuro más o menos próximo:

a. Los cambios en las preferencias de los turistas como consecuencia de la emergencia de dos nuevos grupos que adquieren un peso cada vez mayor dentro del conjunto. Paradójicamente, tales grupos ocupan lugares muy separados en la escala de edades: los jóvenes a partir de 18 años y los mayores a partir de los 60. Aunque los cambios en las tendencias comienzan a percibirse, no hay todavía estadísticas que los registren en condiciones que permitan hacer una proyección; por tal motivo, tales cambios se incluyen aquí dentro del escenario de ruptura. Ellos se refieren básicamente a aspectos de la actividad turística como los siguientes:

   - Una reducción del peso relativo del grupo de turistas que busca destinos reconocidos por su interés histórico, arquitectónico o artístico, grupo que tradicionalmente ha determinado los grandes destinos turísticos del mundo.

   - Un aumento en la proporción de turistas que buscan entender y, con frecuencia, vivir en alguna

DOCUMENTO PRELIMINAR

forma los procesos sociales y culturales y los distintos tipos de experiencias que encuentran en los lugares de destino. Esto promueve un turismo, principal pero no exclusivamente liderado por jóvenes, que se aleja de los cánones tradicionales en cuanto a lugares de destino, atractivos más buscados y preferencias de servicios. Esta reorientación constituye uno de los elementos del llamado "turismo creativo".

- Un crecimiento de los productos orientados a "las tres E": entretenimiento, excitación y educación. (Hatanaka M., en Aguiló, Antón, 2015, p. 30).

- Una participación creciente de personas de la llamada tercera edad, como consecuencia del aumento en la esperanza de vida en el ámbito mundial, quienes, una vez concluida su vida laboral, tienden a interesarse en vivir nuevas experiencias o en realizar actividades conducentes a un relativo descanso tanto físico como intelectual en los lugares de destino.

- Una disminución del peso relativo de quienes participan en rutas turísticas prediseñadas, frente al de quienes las van definiendo en función de lo que van hallando en el curso de su viaje. Esto podría, por ejemplo, impulsar la expedición de tiquetes de viaje multimodales y flexibles, adaptables a las decisiones cambiantes de los viajeros y a replantear los servicios de las agencias de viajes.

b. Las permanentes innovaciones, en especial las referidas a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, TIC, que afectan todas las etapas del proceso turístico, desde la comunicación, la promoción y el mercadeo de los productos, hasta la prestación de los servicios requeridos para el disfrute de tales productos. Aunque algunos de estos cambios están ya incorporados en las dinámicas del turismo y se reflejan en las tendencias estadísticas, la velocidad con que tienen lugar y lo imprevisto de su ocurrencia, obligan a tenerlos en cuenta en el escenario de ruptura. Entre ellos cabe mencionar, apenas a título de ejemplo, los siguientes:

DOCUMENTO PRELIMINAR

- El uso cada vez más frecuente de medios virtuales, no solo para acceder a los destinos y a los servicios ofrecidos en ellos, sino para, inclusive, guiarse en tales lugares. Los usuarios ya no solo se informan en buscadores y portales turísticos, sino que se dirigen a comunidades virtuales, comparan precios, consultan blogs, intercambian fotos y utilizan sistemas de georreferenciación (Guevara, en Aguiló y Antón, 2015, p. 78). Esto, por ejemplo, obligará a las agencias de turismo a reinventarse, a adoptar sistemas de seguimiento de las manifestaciones de los turistas en la red y a replantear el trabajo de los guías profesionales de turismo.
- La transmisión voz a voz en las redes virtuales de las opiniones de los turistas que visitan determinado destino, ha comenzado a incidir, de manera decisiva, en la imagen de ese destino. Por tal razón, estas opiniones deben comenzar a ser objeto de seguimiento y dar lugar a estrategias para manejar los imaginarios que se desprendan de las manifestaciones consignadas en las redes.
- El llamado "Internet de las cosas" que obligará a los agentes turísticos y en particular a los hoteles a adecuar permanentemente las facilidades ofrecidas a sus huéspedes para que, por ejemplo, mediante sensores y controladores, puedan conectarse con sus viviendas en otras ciudades y aún en otros países, y controlar a larga distancia, procesos tales como encender o apagar las luces, cerrar ventanas u otros similares y cada vez más complejos.
- El surgimiento de asistentes virtuales personalizados, que ya han venido haciéndose presentes en servicios tales como registro de los pasajes en las aerolíneas y que modificará por completo las modalidades de prestación de servicios tales como puntos de información turística, guías de turismo, diseño de rutas y agendas en los lugares de destino.
- La reorientación de una parte considerable de las inversiones de las grandes empresas de turismo que habrán de preocuparse, no solo por adecuar las infraestructuras físicas, sino por el montaje de un aparato informático que cuente con unas bases de datos y una tecnología capaces de dar respuesta en tiempo real a las múltiples y diversas demandas de información por parte de los turistas.

DOCUMENTO PRELIMINAR

c. El surgimiento del llamado "turismo colaborativo", P2P (*peer to peer*), como el Airbnb, que de acuerdo con diversos estimativos representa ya cerca del 40% de las noches de alojamiento de los turistas en el mundo. Esta nueva modalidad de prestación de servicios turísticos ha comenzado a impactar los servicios turísticos tradicionales en muy diversos campos: transporte (Uber, por ejemplo), restauración para efectos de gastronomía local o transmisión de experiencias en que un conocedor se ofrece como guía de un grupo de personas que puedan estar interesadas, entre otros. Aunque las modalidades de prestación de estos servicios aún no están reguladas en la mayor parte de los países, lo que los ubica en el terreno de la informalidad, ellos constituyen ya un fenómeno, que según todos los análisis, tiende a satisfacer las preferencias de un grupo creciente de turistas con perspectivas de largo plazo y que, por ende, exige ser reglamentado.

d. La creciente preocupación por el impacto ambiental de determinadas actividades que, en el caso del turismo, apuntan muy específicamente al transporte aéreo por ser generador de gases de efecto invernadero. Según algunos estudios, a esta actividad puede atribuirse entre un 70 y un 94% de los aportes del turismo al cambio climático (Rosselló en Aguiló y Antón, p. 64). Las medidas dirigidas a reducir la emisión de gases de efecto invernadero, podrían tender a elevar los costos del transporte aéreo con impactos difícilmente calculables sobre los flujos turísticos.

e. En los casos específicos de Colombia y Bogotá, hay algunos hechos nuevos que, en general, parecen ofrecer más oportunidades que amenazas al desarrollo turístico:

- La firma de los acuerdos con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, FARC que, en la medida en que la paz se consolide, podría abrir al turismo nuevas zonas con atractivos interesantes. El efecto para Bogotá probablemente sería indirecto, como lugar de llegada y salida de muchos de los turistas, pero podría potenciarse si, con base en el escenario tendencial, se logra aumentar la permanencia de los turistas en la capital.

- El proceso de paz, que exige, sin embargo, una atención permanente para garantizar que quienes hicieron parte de los movimientos armados tendrán la oportunidad real de reinsertarse en la vida social, evitando regresar a diversas formas de violencia.

- El cambio climático que implica una progresiva reorientación de los flujos desde los destinos donde sus efectos tienden a ser más dramáticos en términos de pérdida de

DOCUMENTO PRELIMINAR

disponibilidad de agua, de diversidad, de paisaje o de inundaciones costeras, hacia aquellos en donde probablemente tales efectos serán menores. Si Colombia y Bogotá logran dar un manejo adecuado a sus recursos naturales, su posición será relativamente favorable. En el caso específico del agua, Bogotá, aunque no es particularmente rica en este recurso, parece no estar gravemente amenazada por deficiencias en el mediano plazo.

Así, un escenario **deseable** resulta, tanto de las manifestaciones de los actores sociales e institucionales que participaron en los talleres, foros, sondeos y entrevistas realizados a lo largo del proyecto, como de la revisión bibliográfica efectuada con respecto al futuro de la actividad turística en el mundo.

A continuación, se relaciona un conjunto de elementos puestos en relieve en tales consultas. Aunque existe una amplia coincidencia entre ellas, esta coincidencia no es absoluta. El análisis indica que es deseable que en 2038:

a. Bogotá sea una capital en la que el turismo contribuya de manera efectiva al bienestar del conjunto de sus habitantes y no se limite a ser, simplemente, una fuente de ingresos para las personas directamente dedicadas a esta actividad nacional e internacional.

b. Bogotá sea una capital receptora de turistas que brindan un aporte efectivo a su desarrollo social, cultural y económico.

c. La institucionalidad pública del Distrito Capital reconozca al turismo como una actividad con un potencial enorme para impulsar el desarrollo económico, social y cultural en su territorio y que este reconocimiento se refleje en una coordinación interinstitucional que otorgue al turismo la prioridad que le corresponde.

d. Las organizaciones privadas que hacen parte de la actividad turística desde distintos sectores, hayan armonizado sus dinámicas con el fin de prestar un servicio concertado, eficiente y eficaz que satisfaga las expectativas de los turistas.

e. Las comunidades bogotanas estén incorporadas a los procesos de decisión en materia de turismo, particularmente cuando estos afectan directamente a sus localidades y que tales decisiones les permitan obtener beneficios de diversa índole, inclusive económica.

f. La población bogotana tenga sentido de pertenencia y haya tomado conciencia del potencial del turismo como instrumento para mejorar sus condiciones.

g. La población bogotana haya desarrollado un “saber hacer”, que le permita relacionarse de manera satisfactoria con los turistas, no solo por un trato amable hacia estos, sino por la calidad de los servicios que ocasional o profesionalmente les brinde.

DOCUMENTO PRELIMINAR

h. Exista en la capital una política de turismo territorialmente flexible que reconozca y respete la diversidad cultural y física que la caracteriza.

i. Entre la institucionalidad pública, las empresas privadas y las comunidades se hayan generado diversas formas de alianzas mediante las cuales se hayan logrado realzar los atractivos de la capital y optimizar la prestación de los servicios turísticos.

j. La población ocupada en el sector tenga las capacidades y la voluntad de estar al tanto del cambio tecnológico y de convertirlo en innovaciones capaces de mejorar la calidad del servicio hasta llevarlo a las condiciones de excelencia que sean propias de cada momento.

k. Bogotá sea una capital con identidad claramente diferenciada y expresiones auténticas que la hagan atractiva para el turismo.

l. Bogotá haya recuperado y proyectado como atractivos turísticos, los elementos valiosos, hoy algo desdibujados, que hacen parte de su patrimonio material e inmaterial y de sus prácticas culturales.

m. Bogotá haya logrado poner en valor su patrimonio natural y este se haya convertido en alternativa para un turismo no depredador.

n. La ciudad se haya integrado a los cerros orientales y que también el turista pueda disfrutar de ellos, bien como escenario maravilloso para contemplar la ciudad, bien como espacios íntimos de comunicación con una naturaleza, protegida y respetada, pero abierta hacia la gente con senderos peatonales, cables aéreos y otras formas no depredadoras de interacción.

o. Que en el otro extremo, la capital haya vuelto los ojos hacia su río, recuperando sus orillas mediante un frente verde lineal con paseos peatonales y ciclorrutas y que aproveche el curso de agua para navegar en un entorno ecológicamente relevante.

p. Exista una colaboración constructiva y dinámica entre las entidades distritales y los responsables del turismo en los departamentos y municipios de la RAPE, que les permita generar sinergias mediante las cuales se potencien las posibilidades del turismo en ambos ámbitos.

q. La oferta turística de la capital se haya proyectado atrayendo turistas que cumplan con la condición de los literales A. y B., utilizando tecnologías adecuadas, a las que se ha hecho un seguimiento permanente a lo largo de los años considerados en el análisis prospectivo.

r. Bogotá sea un centro de referencia en materia de conocimiento sobre el turismo como

DOCUMENTO PRELIMINAR

instrumento de desarrollo.

s. Bogotá suere a ciudades como Ciudad de México, Lima eb turismo de eventos en Suramérica.

La proyección de un **escenario posible** sugiere que con un horizonte a 2032, el escenario posible podrá acercarse considerablemente al deseable, dado el potencial de que dispone Bogotá frente al turismo. Esto implica, sin embargo, reorientar algunas de las tendencias observadas. A continuación se presentan varios cambios que serían necesarios con este propósito; en su enunciado se incorporan las conclusiones del análisis estratégico presentadas anteriormente.

a. Bogotá debe romper su relativo aislamiento de las principales redes virtuales y reales de turismo y esto le exige, no solo participar activamente en ellas, sino aprovecharlas sistemáticamente con el propósito de estar al tanto de las nuevas tendencias que se dan en el turismo mundial. Solo si se logra este paso, la capital colombiana podrá ofrecer a los turistas potenciales los atractivos que ellos valoran –y que no son hoy los que valoraban preferencialmente los turistas de hace cincuenta años ni los que habrán de valorar los turistas del año 2038-.

b. La ruptura del aislamiento implica, entre otras, acciones dirigidas a lograr el multilingüismo de la totalidad de los actores que participen en la promoción y prestación de los servicios turísticos.

c. Esta ruptura exige igualmente adquirir una experticia en el manejo de la dinámica comunicativa de las redes sociales que, por ejemplo, convierte en “virales” ciertas informaciones positivas o negativas. Un manejo adecuado de esta dinámica será indispensable para cambiar el imaginario negativo que existe todavía en ciertos medios sobre Bogotá y hacer de ella un centro atractivo para los eventuales turistas.

d. Más allá de estar permanentemente actualizadas en cuanto a la evolución de las dinámicas del turismo, se requiere que las entidades rectoras de esta actividad en la capital capten las implicaciones y exigencias de esta evolución. Para ello se considera indispensable contar con un centro de pensamiento capaz de procesar estas informaciones y deducir de ellas el tipo de acciones requeridas para responder adecuadamente a tales dinámicas. Hay condiciones para que ese centro se sitúe a la vanguardia de las reflexiones teóricas y prácticas sobre el turismo como factor de desarrollo de Bogotá y se convierta en referente para otros destinos turísticos.

DOCUMENTO PRELIMINAR

e. Los literales anteriores implican necesariamente una inversión importante en actualización tecnológica, montaje de bases de datos e incorporación a redes relevantes, así como en el fortalecimiento del grupo humano llamado a dar forma al centro de pensamiento a que acaba de hacerse referencia.

f. Es necesario entender que hechos nuevos que han venido surgiendo en la prestación de servicios turísticos como la hotelería, o fácilmente asociados con ellos como el transporte, y que han resultado de innovaciones hechas posibles por las nuevas tecnologías, no pueden rechazarse simplemente por el hecho de ser nuevos y no poder ser fácilmente enmarcados en la normatividad vigente. Es el caso de las formas de economía colaborativa ya mencionadas han comenzado a extender rápidamente su acción y seguirán aumentando su papel durante un período más o menos largo. Su presencia va a generar tanto oportunidades como amenazas que no pueden ser desconocidas, y que están llamadas a generar una reflexión sobre las condiciones que pueden hacer de ellas factores positivos para el desarrollo turístico de la capital.

g. Es preciso registrar y prever los cambios de los lugares de origen de los turistas; atención especial merece el caso de China, que según las tendencias observadas, se convertiría en el primer país emisor de turistas, por lo que debería ser objeto de particular atención, para orientar la promoción y el mercadeo turístico, así como para diseñar atractivos y servicios que incorporen sus preferencias y comportamientos.

h. Bogotá requiere forjar una identidad que la diferencie de otras ciudades, en especial de América Latina, para atraer así al turista interesado en conocer y entender destinos turísticos con personalidad. Esta identidad, de acuerdo con la mayor parte de los expertos consultados, podría forjarse mediante una proyección, hacia el turismo, de los elementos creativos asociados a sus prácticas culturales a la realización de eventos de muy variada naturaleza en los que la ciudad ha venido destacándose, e indirectamente, a los elementos materiales e inmateriales de su patrimonio cultural.

i. Con tal propósito se requieren, entre otras acciones, las siguientes:

- Divulgar los atractivos turísticos de la capital. Para esto se precisa un sistema de

DOCUMENTO PRELIMINAR

información que combine medios tradicionales como las revistas aéreas, con medios virtuales formales como Trip Advisor, que han venido adquiriendo una importancia creciente, y medios informales como mensajes en las redes sociales y que se proyecte hacia los turistas potenciales, resulta indispensable.

- Estimular a los turistas para visitar y disfrutar de esos atractivos. Estos estímulos, de diversa naturaleza según el momento y las condiciones y expectativas de los turistas potenciales del lugar donde se ofrecen, deben tener amplia difusión.

- Ofrecerles servicios de excelencia desde el momento en que están tomando la decisión de viajar, hasta cuando dejan la ciudad. Esto exige, entre otras cosas, conocer claramente cuáles son los servicios que demandan, la forma como esperan recibirlos, la calidad que los satisface e imprimir a tales servicios un sello de autenticidad que contribuya a la diferenciación planteada anteriormente.

- Sabiendo que la oferta turística depende de múltiples actividades que tienden a valorizar el atractivo, su entorno y el servicio que se brinda al turista, es preciso abordarlas en conjunto, con miras a evitar que cualquier falla en una de ellas perjudique a las otras. Esto obliga a considerar la cadena del turismo y la manera como en Bogotá ella se concreta en forma de un clúster que facilita y que a la vez exige la acción coordinada entre los eslabones de la cadena.

j. El turismo debe reconocerse institucionalmente como un factor de desarrollo clave para la capital; esto debe traducirse tanto en la asignación de mayores recursos por las entidades distritales como –y principalmente- en la adopción de mecanismos de coordinación que faciliten la priorización de las solicitudes de los responsables públicos de la gestión del turismo en la capital, en las acciones de tales entidades.

k. Se debe promover masivamente en los habitantes de la ciudad, la idea de que Bogotá es un destino turístico, buscando una apropiación del destino.

l. El IDT o la entidad que haga sus veces , deberá tener un carácter proactivo que le permita, no solo estar al tanto de las oportunidades que surjan en los mercados turísticos, sino identificar el tipo de acciones requeridas para aprovecharlas, gestionar la concertación interinstitucional para llevar a cabo tales acciones, promover la formalización de los compromisos que resulten

DOCUMENTO PRELIMINAR

de esta concertación y favorecer la formación de alianzas y asociaciones de distinta naturaleza, incluyendo las de carácter público-privado que materialicen las acciones respectivas.

m. Esta entidad deberá tener una gran flexibilidad operativa para adaptarse a las rápidas transformaciones del sector y ajustar oportunamente sus formas de relacionamiento con los otros actores que intervienen en este. Su papel, más que el de ser ejecutora, será el de facilitar y articular la acción de los diversos actores de la cadena turística, que intervienen en las distintas fases de la prestación de los servicios respectivos.

11. Actores

En este capítulo se caracterizan los actores y sus posiciones en el marco del sistema distrital de turismo. Igualmente, se establecen temas de controversia que implican retos para la formulación e implementación de la política.

11.1 Actores y posiciones

La definición de actor e identificación que se adopta para efectos del documento está asociada a la noción de grupos de interés:

> "Se entiende por grupos de interés aquellos grupos o particulares: (a) que pueda esperarse, dentro de lo razonable, sean afectados de manera significativa las actividades, productos y/o servicios de la organización; o (b) cuyas acciones pueden esperarse, dentro de lo razonable, que afecten a la capacidad de la organización para implantar con éxito sus estrategias y alcanzar sus objetivos" (GRI, 2011, p.67).

En este marco, se entienden como actores:

- Aquellos que hacen presencia o pertenecen a una instancia de debate, producción de información sobre el problema y estabilización de decisiones sobre el mismo.
- Aquellos que son afectados directa o indirectamente, positiva o negativamente por lo señalado en las directrices de política.
- Aquellos que tienen la capacidad y voluntad de movilizar sus recursos para imponer o concertar posturas sobre un debate o situación.

DOCUMENTO PRELIMINAR

- Estamentos, segmentos de la población organizados o no, ubicados geográficamente, que resultan directa o indirectamente afectados. (Lozano, 2008).

A continuación, se caracterizan los actores identificados en función de 5 categorias:

- Tipo de actor: es la agrupación que permite establecer en que parte del turismo se encuentra, ya sea desde la industria, lo institucional, lo social, entre otros.
- Descripción y relación con el sector: hace referencia a las caracteristicas del actor y su forma de relacionamiento con el sector.
- Intéreses: establece cuáles son os objetivos que persigue el actor.
- Posición: identifica cuál es la postura del actor frente a la política pública de turismo, clasificandolo en apoyo, neutral, desconocido y oposición.
- Intéres en la política pública: identifica cuál es el nivel de utilidad que el acto ve en la política pública, casficandolo en alto, medio, bajo o desconocido.
- Influencia: con base en los recursos de poder y la naturaleza del actor, se establece qué nivel de poder (capacidad de movilizar recursos para concertar o imponer posturas) tiene en el sector y respect a la política pública.

DOCUMENTO PRELIMINAR

DOCUMENTO PRELIMINAR

Conclusiones

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, se identifico 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.

En el diagnóstico de los siete subsistemas del sistema distrital de turismo, se identificaron aspectos que explican su baja capacidad para el fomento del turismo. En el subsistema de recursos e infraestructura, se destacan las limitaciones de la planta turística de la ciudad, en términos del estado regular de la malla vial, la reducción de conectividad área a partir de las restricciones para mitigar el COVID 19 y las dificultades en materia de movilidad y transporte público. En el subsistema social, se evidenció los bajos niveles de bilingüismo de la ciudadanía, que limita la comunicación con turistas no hispanohablantes; igualmente, aspectos como el envejecimiento de la población receptora y las nuevas dinámicas de los viajeros y turistas, indican la necesidad de producir nuevos productos turísticos que atiendan a una cambiante demanda. En el subsistema ambiental, se evidencian problemas en las condiciones ambientales (calidad del aire y del agua) que afectan la operación de las actividades turísticas y de otro lado, una resistencia de los prestadores de servicios turísticos hacia la certificación en prácticas de sostenibilidad.

En el subsistema de industria, se visibiliza la poca resiliencia del turismo frente a la materialización de riesgos como lo es la pandemia. Esto, se evidencia en la reducción de prestadores de servicios turísticos, la caída en las tasas de ocupación hotelera y la disminución en las ventas de los sectores asociados al turismo. En materia de promoción y marketing y en particular, de la reputación internacional de destinos, Bogotá se encuentra detrás de otras ciudades de la región que pueden considerarse como competencia, tales como Buenos Aires, Lima, Ciudad de México y Ciudad de Panamá. De otro lado, la baja aplicación de prácticas e innovación por parte de los prestadores de servicios turísticos, muestra un inadecuado funcionamiento del ecosistema innovador del sector.

En el subsistema cultural, se muestra como principal problemática la baja identidad de la ciudadanía frene a Bogotá como un destino turístico, que a su vez se complementa con un bajo reconocimiento de atractivos y la percepción negativa frente al desarrollo de la ciudad.

En el subsistema de inteligencia, se muestra un avance en los procesos de apertura de datos y de incorporación de la ciudad a proyectos de Smart city. Sin embargo, estas acciones siguen siendo insuficientes para consolidar una inteligencia turística en la ciudad. En el subsistema de gobernanza, se destacan el bajo alcance de las prácticas de participación ciudadana en la planeación turística, la baja capacidad del Instituto Distrital de Turismo para coordinar acciones orientadas al mejoramiento del destino y como aspectos positivos, el avance en la constitución de FONDETUR y el Consejo Consultivo Distrital de Turismo, como instancias e instituciones necesarias para mejorar la relación entre el Estado, la sociedad civil y los actores de la industria turística.

Este diagnóstico se complementa con la identificación de los aspectos problemáticos del sistema distrital de turismo, por parte de la ciudadanía. Para esto, se desarrolló un esquema de participación orientado a identificar las percepciones propias y colectivas de los actores del sistema turístico, que permitan entender las configuraciones causales de los problemas asociados al turismo en la ciudad. Se desarrollaron un total de 36 sesiones de trabajo, con la participación de más de 700 personas. Estas sesiones se guiaron por la identificación de acores y sectores clave del turismo, que conllevó a una clasificación en sectores, territorios y poblaciones. Las sesiones se llevaron a cabo en las 20 localidades de la ciudad, con servidos públicos del sector turismo, expertos y académicos, gremios, instituciones públicas, prestadores de servicios turísticos, concejales, guías de turismo, mujeres, sectores LGBTI, pueblos NARP, pueblos indígenas, personas con discapacidad, jóvenes y niños, personas mayores.

Luego del análisis de la información, realizada a través de la metodología de análisis de contenido, por conteo de palabras, se realizó el cruce con el diagnóstico del sistema, para establecer una triangulación que permitió la identificación de los puntos críticos. Se utilizó la metodología de planeación estratégica situacional, para identificar y clasificar las causas del problema en torno a las variables de gobernanza y tipo de intervención requerida. Como resultado se identificaron puntos críticos agrupados en cinco componentes.

En el primer componente de gobernanza se estableció como punto central la debilidad institucional para el desarrollo de un marco relacional adecuado entre Estado-sociedad-mercado para la gobernanza del destino, adicionalmente se identificó: desconexión entre la oferta del destino y la demanda del mercado, poca capacidad técnica del IDT como autoridad de turismo para identificar las necesidades de demanda y la adecuada gestión del destino, turistas no demandan la formalidad como requisito para acceder al servicio, poca visibilización del sector dentro de la agenda pública local, baja identidad de Bogotá como destino turístico, alta vulnerabilidad frente a riesgos, alta proliferación de normas del sector dificulta su cumplimiento, exceso de trámites genera barreras de acceso a programas e incentivos, difícil aplicación de la Inspección, Vigilancia y Control, baja integración institucional, poca claridad de la institucionalidad sobre turismo, baja capacidad de organización de los prestadores de servicios turísticos limita la interlocución eficiente con el Estado, pocos espacios y mecanismos de participación en el sector turismo, baja aplicación de mecanismos para la gestión regional.

En el segundo componente, referido a la innovación, el punto central que no existe un ecosistema de innovación dentro del sector turismo que contribuya al desarrollo y comercialización de mejores productos y servicios turísticos. Adicionalmente se identificaron otros puntos críticos: obsolescencia y poca claridad para la definición de los atractivos turísticos, baja planificación estratégica para el desarrollo de productos turísticos, baja capacidad de los prestadores de servicios turísticos para el desarrollo de productos, procesos, proyectos y servicios innovadores, ausencia de mecanismos para la identificación de vocaciones locales, que permita unificar la oferta por localidad y la diferenciación en los productos definidos, debilidades organizacionales de los prestadores de servicios turísticos.

Frente al tercer componente de sostenibilidad, el punto central es la baja sostenibilidad turística de Bogotá región, que impacta negativamente las posibilidades de desarrollo socioeconómico de los territorios, la conservación medioambiental y la conservación del patrimonio. Como puntos adicionales se identificó: Alta centralización de oferta en solo 4 localidades,alta concentración de la oferta en 4 localidades reproduce desigualdades territoriales, el destino no genera incentivos sociales (beneficios tangibles e intangibles) para atraer turistas, baja perduración de proyectos del sector (debido a los cambios de administración), baja capacidad para medir el impacto de las actividades turísticas en el ambiente, conflictos por la operación en ecosistemas de la estructura ecológica principal, condiciones e incentivos insuficientes para el aprovechamiento de la naturaleza como atractivo turístico, falta de acciones contundentes frente el cambio climático, persistencia de incentivos negativos que limitan la consolidación del turismo rural, poca apropiación ciudadana de la cultura y los atractivos culturales y patrimoniales

En el cuarto componente de tecnología el principal punto crítico se asocia a la baja capacidad del sistema de información turística para proveer información y aplicación de tecnología orientada a una mejor gestión del destino, al marketing turístico y a la utilización de sistemas de conocimiento. Como puntos adicionales se identifica: ausencia de plataformas de interoperabilidad que permita compartir información a nivel institucional en el distrito, bajo desarrollo tecnológico en las infraestructuras turísticas de la ciudad, bajas capacidades de prestadores de servicios turísticos para hacer uso de las herramientas tecnológicas, falta de implementación y apropiación de las transformaciones digitales como servicios y experiencias.

En el quinto componente de accesibilidad el punto crítico central es la existencia de barreras físicas, actitudinales, laborales y comunicacionales del destino, que limitan el acceso universal y equitativo de poblaciones al sector turismo y restringen la generación de escenarios de productividad accesible. Como puntos adicionales se identificaron: infraestructura inaccesible, desempleo para personas con discapacidad, inaccesibilidad de recursos web, baja aplicación de criterios de accesibilidad para la prestación de servicios turísticos, dificultades para la accesibilidad productiva.

Con el fin de abordar estos puntos críticos y de establecer los mejores cursos de acción para su intervención, se realizó un análisis de buenas prácticas internacionales y del marco jurídico. En las buenas prácticas, a través de una comparación de ciudades latinoamericanas, se establecieron las

políticas y lineamientos jurídicos en materia de promoción y gestión de destinos, donde se destaca la necesidad de incorporar a la política, elementos de calidad turística, reconocimiento y apropiación del destino, promoción del acceso al turismo (como asociado al derecho al ocio), protección al turista, entre otros.

En materia jurídica, el estudio de la normatividad internacional, nacional y distrital, permitió establecer la gran influencia de los tratados internacionales (especialmente comerciales y de derechos humanos) en los lineamientos de política, especialmente frene a la promoción del destino y la protección de poblaciones vulnerables. Igualmente, la amplia legislación nacional da orientaciones en materia de formalización de la industria turística, los parafiscales y contribuciones de los prestadores, entre otros aspectos. En lo distrital se destaca, la normatividad en materia de participación en el sector y los lineamientos en materia de política pública (Acuerdo 720 de 2018).

Este análisis de buenas prácticas y normativo, se complementa con el estudio de los enfoques de política, la caracterización de los instrumentos de planeación del sector y la definición de los factores estratégicos.

El turismo como una actividad social y económica, que tiene múltiples manifestaciones en la sociedad, tiene a su vez diversas perspectivas, que se configuran en función de poblaciones y territorios específicos. Esto, impone el reto de pensar la acción pública en materia de turismo, de forma diferenciada, ya que esto contribuye a solventar desigualdades que subsisten en el sector y a la materialización de derechos de determinadas poblaciones que son sujetos especiales de derecho. En este marco, se analizó los enfoques para la acción pública en turismo, a través del enfoque de derechos humanos, el enfoque territorial, el enfoque ambiental y el enfoque poblacional diferencial.

En el enfoque de derechos humanos se parte del reconocimiento del turismo como una actividad asociada al ocio como derecho humano. Esto implica la obligación del Estado a desarrollar acciones orientadas a la protección de los sujetos del turismo (turistas, visitantes, comunidades receptoras). De otro lado, patologías sociales como la Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes, que tiene múltiples manifestaciones en el sector, implica el desarrollo orientadas a la prevención de practicas de explotación y a la protección de los derechos de los menores.

Desde el enfoque territorial, se abordó la perspectiva de ciudad región global, donde se muestran las dinámicas de articulación de la ciudad con municipios y departamentos cercanos, en torno a la estructuración de productos turísticos, de redes de comercialización y de la necesidad de estrategias de promoción con enfoque regional. De otro lado, se destaca la perspectiva del turismo rural, que tiene unas implicaciones en términos del tipo de producto que se desarrolla y de la potencialidad del turismo como factor de desarrollo económico y social en la ruralidad. Desde la perspectiva local, en concordancia con el esquema de participación implementado, se analizó la vocación del turismo en las localidades y los principales problemas y potencialidades identificadas por los actores del turismo.

Desde el enfoque ambiental (desarrollado en parte en el capítulo I) se hizo énfasis en los impactos positivos y negativos del turismo, que implican pensar mejores formas para reducir el impacto del turismo en el ambiente.

Desde el enfoque poblacional diferencial, se analizaron las implicaciones del sector para las personas con discapacidad, especialmente en términos de accesibilidad (relacionado también con personas mayores). Igualmente, para los sectores LGBTI, étnicos y diferencial, se establecieron algunos aspectos que permiten tener una perspectiva diferenciada del turismo en clave poblacional.

En cuanto a la caracterización de los instrumentos de planeación, en el ámbito internacional se destacan los lineamientos en materia de turismo accesible y turismo responsable, fundamentales para una adecuada gestión del sistema distrital de turismo. En los instrumentos nacionales, las políticas públicas del Viceministerio de Turismo, indican lineamientos en materia de turismo cultural, infraestructura turística, turismo sostenible, competitividad, entre otros temas. En lo distrital, el nuevo plan de ordenamiento territorial y su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se constituyen como una guía para la planificación territorial del turismo. Igualmente, 15 políticas públicas del distrito y diferentes programas y metas del plan de desarrollo distrital, señalan canales de articulación interinstitucional e intersectorial, que permiten dimensionar el despliegue institucional del sistema distrital del turismo y a partir de allí la identificación de los sectores clave en la estructuración del plan de acción de la política.

En los factores estratégicos, se caracterizan las tendencias del turismo a nivel mundial y las oportunidades de Bogotá como destino para atraer turistas. Igualmente, se mencionan temas referentes a la tecnología, la innovación, los impactos ambientales, la ubicación de la ciudad en el ámbito latinoamericano, entre otros temas, que se constituyen como aspectos estratégicos que debe potenciar la política.

En lo referente a actores, se realizó un análisis de más de 120 organizaciones, instituciones, agremiaciones, relacionados con la cadena de valor del turismo, entre los que se encuentran prestadores de servicios, instituciones públicas, actores de la educación para el turismo, organizaciones sociales y comunitarias, entidades de apoyo, entre otras. La descripción, la identificación de los intereses, su influencia y sus posturas frente a la política, permite establecer los grupos a consultar en los ejercicios de concertación que se realizarán en la fase de formulación de la política. Igualmente, esta información es fundamental para establecer estrategias que permitan una adecuada implementación de la política, aprovechando a los aliados, sensibilizando a los actores neutrales y persuadiendo a los opositores. Adicionalmente, se analizaron los temas de controversia más recurrentes entre los actores participantes en el esquema de participación del diagnóstico.

Finalmente, cabe señalar que este diagnóstico posibilita la identificación diferencial de los principales problemas del sector turismo, asociados a las debilidades del sistema distrital de turismo, así como el establecimiento de unos factores de prácticas, tendencias, planeación, normatividad, en el ámbito internacional, nacional y distrital, que son fundamentales en el proceso

de formulación de la política. De esta forma, con la conjugación entre el ejercicio técnico de establecimiento del problema de política, la participación de los actores del sector y la determinación de factores estratégicos, el ejercicio de diagnóstico provee la información suficiente para continuar con el proceso de formulación de la política pública distrital de turismo.