

Régimen Legal de Bogotá D.C. © Propiedad de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.	
Decreto 327 de 2008 Alcalde Mayor	
Fecha de Expedición:	02/10/2008
Fecha de Entrada en Vigencia:	
Medio de Publicación:	

DECRETO 327 DE 2008

(Octubre 02)

"Por el cual se adopta la Política Distrital de Turismo para Bogotá, D.C. y su zona de influencia Región Capital"

EL ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ, D.C.

En uso de sus facultades legales, en especial las conferidas por los numerales 1º, 3º y 4º del artículo 38 del Decreto Ley 1421 de 1993, en concordancia con el artículo 8º del Acuerdo Distrital [305](#) de 2007, y,

CONSIDERANDO:

Que los numerales 1º y 4º del artículo 38 del decreto Ley 1421 de 1993 señala entre las atribuciones del Alcalde Mayor, las de cumplir y hacer cumplir la Constitución, la Ley, los decretos del Gobierno Nacional y los acuerdos del Concejo, así como dirigir la acción administrativa del municipio y ejercer la potestad reglamentaria para asegurar la debida ejecución de los acuerdos.

Que el artículo 17 de la Ley 300 de 1996 señala que, corresponde a los Departamentos, a las Regiones, al Distrito Capital de Bogotá, a los Distritos y Municipios y a las comunidades indígenas, la elaboración de Planes Sectoriales de Desarrollo Turístico en su respectiva jurisdicción, con fundamento en dicha Ley.

Que el artículo 75 del Acuerdo Distrital 257 de 2006, *"Por el cual se dictan normas básicas sobre la estructura, organización y funcionamiento de los organismos y de las entidades de Bogotá"*, creó la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico como un organismo del Sector Central con autonomía administrativa y financiera que tiene por objeto orientar y liderar la formulación de políticas de desarrollo

económico de las actividades comerciales, empresariales y de turismo del Distrito Capital.

Que el artículo 2º del Acuerdo 275 de 2007, por el cual se creó el Instituto Distrital de Turismo "IDT", señaló que el objeto de dicha entidad es "(...) *la ejecución de las políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Distrito Capital como destino turístico sostenible*".

Que en el artículo 8º del Acuerdo [305](#) de 2007 "*Por el cual se establecen los lineamientos de la Política Distrital de Turismo para Bogotá, D.C., y se dictan otras disposiciones*", el Concejo de Bogotá determinó el lanzamiento y adaptación de la Política Distrital de Turismo para Bogotá, por parte del Alcalde Mayor de la ciudad.

Que el citado Acuerdo en el artículo 1º determinó que el objeto del mismo es "*establecer las directrices para la elaboración y construcción de la política distrital de turismo para Bogotá mediante la creación del sistema distrital de gestión del turismo que promueva Bogotá-Región como un destino turístico sostenible y reconocido a nivel nacional e internacional*".

Que el Sistema Distrital de Gestión Turística es un conjunto de normas, programas, instituciones y recursos para garantizar la competitividad, sostenibilidad financiera, social, ambiental y técnica del sector turístico de la Ciudad, a través de una política concertada y participativa entre los diferentes actores.

Que la Política Distrital de Turismo tendrá como fines principales la promoción, el fomento, la articulación interinstitucional, la puesta en valor del patrimonio natural y cultural del Distrito, la competitividad y conectividad con los destinos turísticos de la Ciudad – Región, así como el fortalecimiento empresarial de la industria turística.

Que en el artículo 4º del Acuerdo [305](#) de 2007 se señaló que la formulación de la Política Distrital de Turismo deberá orientarse en los principios básicos de igualdad, libertad, ética, coordinación y articulación, proyección, sostenibilidad, competitividad, reconocimiento, conservación, evaluación y seguimiento, integración social, corresponsabilidad, participación, credibilidad, formalidad y emprendimiento en la prestación del servicio turístico e identidad y equidad.

Que en mérito de lo expuesto,

DECRETA:

Artículo 1. Adopción. Adoptar la "*Política Distrital de Turismo para Bogotá D.C. y su zona de influencia Región Capital*", concebida como el conjunto de lineamientos estratégicos que orientan la gestión del turismo en la Ciudad y su zona de

influencia, de manera concertada y participativa entre los actores públicos y privados dentro de un marco de mutua cooperación.

TÍTULO. I

MARCO GENERAL

Artículo 2. Objetivo de la política. Configurar un modelo de desarrollo turístico sostenible y competitivo para la ciudad y su zona de influencia, Región Capital, que le brinde al sector un soporte institucional transversal requerido por sus propias características, que propenda por el posicionamiento de la Ciudad en los mercados nacionales e internacionales como un destino atractivo bajo criterios de diferenciación, especialización y adecuada gestión, de forma tal, que permita aumentar los niveles de satisfacción del visitante actual, incrementar el volumen de viajeros y su gasto en la Ciudad, impactando positivamente en el desarrollo económico mediante la generación de riqueza colectiva y la distribución del ingreso.

Artículo 3º. Definiciones. Definiciones técnicas relevantes:

Turismo: comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Turismo de negocios: incluye los segmentos de reuniones, convenciones, viajes de incentivo, ferias y exposiciones, que mueven cada vez más visitantes debido a la internacionalización de las empresas.

Turismo cultural: basado en las atracciones culturales que posee el destino, ya sean permanentes o temporales, tales como museos, actuaciones teatrales o musicales, orquestas, etc., o basado en las características culturales y/o sociales de una población que dispone de un estilo tradicional de vida o de unas características propias..."

Turismo de salud: se basa en los viajes a instalaciones o destinos con la intención de obtener cuidados médicos, realizar una rehabilitación, hacer una cura de salud o un tratamiento de belleza.

Ecoturismo: tiene su base en el medio ambiente y en su conservación, normalmente en áreas remotas, donde el equilibrio entre la vida animal y vegetal en relación con la presencia humana debe ser cuidadosamente sostenido.

Turismo rural: referido a las actividades que tienen lugar en un ambiente rural, con las costumbres y actividades que se viven en los ambientes lejos de las ciudades y áreas industrializadas, tales como pueblos, granjas, etc.

Desarrollo sostenible: aquel que conduce al desarrollo económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus necesidades.

Artículo 4. Lineamientos estratégicos. Para consolidar un modelo de desarrollo turístico para la ciudad de Bogotá y su zona de influencia Región Capital, los lineamientos estratégicos se centrarán en: el fortalecimiento institucional; mercadeo y promoción; inclusión y desarrollo social; competitividad y Región Capital.

Parágrafo: En la implementación y desarrollo de los frentes estratégicos derivados de esta política, el Instituto Distrital de Turismo guardará eficiente coordinación y articulación con otros esfuerzos, planes y programas que adelante la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y sus entidades adscritas, otras instancias distritales, departamentales y del orden nacional.

TÍTULO. II

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

CAPÍTULO. I

FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

Artículo 5. Objetivo. El lineamiento de fortalecimiento institucional tiene como objetivo brindar a Bogotá D.C. y su zona de influencia Región Capital, los instrumentos de articulación y coordinación de las instancias públicas y privadas que generen un entorno eficiente y altamente competitivo, soportado en sinergias de la cadena productiva con sus servicios complementarios y de apoyo.

Artículo 6. Sistema Distrital de Gestión Turística. El Sistema Distrital de Gestión Turística -SDGT- creado por el Acuerdo 305 de 2007, comprende el conjunto de actores sectoriales (privados) e instituciones (públicas) que bajo un marco normativo y legal, planea, diseña, implementa y articula programas y planes estratégicos con el objetivo de garantizar la sostenibilidad integral, y propender por un entorno eficiente y altamente competitivo para Bogotá y su zona de influencia Región Capital.

Artículo 7. Estructura. El Sistema Distrital de Gestión Turística tendrá dos instancias mediante las cuales operará hacia la consecución de su objetivo de la siguiente manera:

1. **Mesas Locales de Competitividad Turística.** estarán lideradas y serán reglamentadas por cada Alcaldía Local, con la participación y asistencia técnica del Instituto Distrital de Turismo, mediante su gestión general y apoyadas en la asignación de un "Promotor de Competitividad Turística", para las localidades que de acuerdo con su potencial turístico se clasifiquen como prioritarias.

2. **Comité Distrital de Competitividad Turística.** Estará integrado por:

a. El Secretario Distrital de Desarrollo Económico o su delegado, quien lo presidirá.

b. El Director del Instituto Distrital de Turismo, quien además será el Secretario Técnico del Comité.

c. Los miembros de la Junta Directiva del Instituto Distrital de Turismo.

d. Las instancias públicas distritales requeridas para la implementación de esta Política.

e. Los representantes de los gremios del sector privado sectorial.

f. La Cámara de Comercio de Bogotá.

g. El Bureau de convenciones y visitantes de Bogotá.

h. La Policía de Turismo.

i. Los representantes de las mesas locales de competitividad turística.

j. Un representante de las instituciones de educación superior de nivel técnico, uno de nivel tecnológico y uno de nivel profesional.

k. Un representante del Centro de Estudios y Estadística del Turismo de Bogotá.

Parágrafo Primero. Cuando se considere oportuno, participarán como invitados representantes de otras instancias que puedan apoyar el cumplimiento de los objetivos del Sistema Distrital de Gestión, entre las cuales se encuentran el Viceministerio de Turismo, el Fondo de Promoción Turística, Proexport, y la Gobernación de Cundinamarca.

Parágrafo Segundo. El Comité Distrital de Competitividad Turística a través de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y del Instituto Distrital de Turismo, coordinará los planes y acciones a nivel regional y nacional.

Parágrafo Tercero. La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico reglamentará lo relacionado con la conformación y funciones de las Mesas Locales de Competitividad Turística y del Comité Distrital de Competitividad Turística en lo que no esté previsto en este Decreto.

Artículo 8. Plan Integral de Seguridad Turística. El Instituto Distrital de Turismo liderará el diseño e implementación de un "Plan Integral de Seguridad Turística" que incluya, tanto el planeamiento y atención a la seguridad de los visitantes de la ciudad, como la vigilancia en los atractivos más visitados, en coordinación con la Secretaría Distrital de Gobierno, la Policía Nacional, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Policía de Turismo.

Artículo 9. Centro de Estudios y Estadística del Turismo de Bogotá. Crear un "Centro de Estudios y Estadística del Turismo de Bogotá", el cual constituirá en el polo de investigación y análisis al servicio del sector turístico de la Ciudad, dirigido por el Instituto Distrital de Turismo, con el objeto de proveer a la mencionada entidad, de la base de información y conocimiento sectorial; de investigaciones y estudios sociales y económicos; de producción, recopilación y unificación de estadística sectorial; de la medición y el seguimiento del impacto económico (directo e indirecto) de la actividad turística en la ciudad, y de indicadores de seguimiento a la capacidad instalada.

Parágrafo. La conformación del Centro de Estudios y Estadística del Turismo de Bogotá se realizará mediante convocatoria abierta, en la cual, se invitará a participar a las entidades con interés académico y de investigación en el sector, para que constituyan el Centro desde el cual se aplicarán metodologías de gestión del conocimiento como palanca para el desarrollo institucional, académico y del sector privado.

Artículo 10. Programa de cooperación internacional. El Instituto Distrital de Turismo implementará un programa de cooperación internacional que de manera articulada con los programas Distritales relacionados, facilite el apalancamiento técnico y financiero para la implementación de los planes y programas derivados de esta política.

CAPÍTULO. II

MERCADEO Y PROMOCIÓN

Artículo 11. Objetivo. El objetivo del lineamiento de Mercadeo y Promoción es posicionar a la ciudad de Bogotá en el ámbito turístico panamericano manteniendo e incrementando los niveles actuales de visitas y el gasto promedio derivado de ellas, maximizando en lo posible los recursos turísticos disponibles.

Artículo 12. Acciones. El Instituto Distrital de Turismo con el acompañamiento de los actores del SDGT implementará las siguientes acciones:

1. Diseño y construcción de una marca de ciudad que permita contrarrestar efectos negativos de mala imagen y percepciones de inseguridad. La Marca indicada, servirá de base para el diseño e implementación de estrategias de posicionamiento diferenciado y especializado, y gestiones de mercadeo, promoción y venta del destino.

2. El Instituto Distrital de Turismo concentrará sus esfuerzos de investigación, en el estudio y análisis de dos aspectos fundamentales de la demanda actual de turismo: su caracterización y conocimiento a profundidad; y la medición y mejoramiento continuo de sus niveles de satisfacción. Las labores que se adelanten en relación a estos temas deben proveer mecanismos de actualización periódica, seguimiento y retroalimentación.

3. El foco de mercado y la orientación de esfuerzos y recursos en cuanto a la atracción de demanda a la Ciudad y sus alrededores, estará determinado por la siguiente tipología turística:

a. Turismo de negocios incluyendo los segmentos de reuniones, ferias, congresos, convenciones, incentivos y atractivos complementarios: culturales, religiosos, compras (centros comerciales, artesanía y joyería), gastronomía, golf y entretenimiento nocturno;

b. Turismo cultural, como soporte tanto al turista de negocios como a las otras tipologías mientras re-adquiere la dimensión de temática propia;

c. Turismo de salud;

d. Turismo étnico, colombianos residentes en el exterior y

e. Ecoturismo y turismo rural en los alrededores de la ciudad, siempre que se oferten facilidades de alojamiento y complementarias en cercanías al atractivo mismo por parte de las comunidades receptoras locales.

4. Se adelantarán investigaciones en mercados potenciales y emergentes sobre los tipos de demanda priorizada, sobre los cuales se emprenderán acciones concretas de mercadeo, promoción y venta.

5. En asocio con las alcaldías locales se priorizarán esfuerzos, recursos y acciones hacia el mejoramiento de la oferta-infraestructura, servicios básicos, complementarios y de apoyo- en las localidades, con clara vocación y potencial turístico relevante a la luz de las tipologías de demanda señaladas como de interés para la ciudad.

6. El Instituto Distrital de Turismo liderará esfuerzos públicos y apoyará tanto al Bureau de Convenciones y Visitantes, como a los gremios representativos del sector privado en el diseño, ejecución conjunta y cofinanciación de un "Programa de Atracción de Eventos Internacionales" a la ciudad de Bogotá.

7. El Instituto Distrital de Turismo liderará esfuerzos públicos y apoyará los privados, con el objetivo de incorporar a Bogotá en el portafolio de ofertas nacionales, regionales y latinoamericanas, multidesino por parte de los mayoristas nacionales e internacionales.

8. El Instituto Distrital de Turismo celebrará alianzas con instituciones públicas o de carácter mixto que tengan a cargo la promoción de otras ciudades a nivel nacional e internacional, con el fin de apoyar la inclusión en la oferta multidesino.

Parágrafo. El posicionamiento como destino en el marco de las tipologías priorizadas, demanda esfuerzos articulados en el mejoramiento de la configuración y variedad de la oferta que deben ser emprendidos a través del diseño y ejecución de planes estratégicos puntuales, y segmentados para cada caso a cargo del Instituto Distrital de Turismo.

Artículo 13. Lineamientos. La ejecución de recursos y el desarrollo de esfuerzos concretos orientados a la promoción y el mercadeo de la Ciudad, se adelantarán con base en los siguientes lineamientos:

1. Obtención de un posicionamiento especializado y diferenciado en la demanda, que permita los mayores rendimientos de las ventajas comparativas y competitivas del destino.

2. Las acciones deben soportarse siempre en una marca de Ciudad.

3. Integralidad en los esfuerzos comunicacionales, abarcando aspectos que trasciendan la publicidad o la impresión de material promocional.

4. Trabajar con base en el criterio de acercamiento de los recursos y esfuerzos públicos al cierre de ventas por parte del empresariado local y/o de los intermediarios profesionales en los mercados emisores. Para cada caso (nacional o internacional), se estudiarán e implementarán mecanismos puntuales de asociación convocada que permitan la cofinanciación pública – privada de los programas, de acuerdo con los intereses de la ciudad y del empresariado conector del mercado que los secundan.

5. Todos los esfuerzos deberán estar orientados y soportados bien por la caracterización de la demanda actual, y/o por estudios de mercado potencial que deriven en la gestión concreta sobre productos puntuales dirigidos a segmentos específicos de la demanda.

6. Realizar tareas de medición, seguimiento y retroalimentación a las actividades desarrolladas.

7. Implementación de estrategias de posicionamiento en los mercados internacionales para obtener de ellos su mayor capacidad de gasto, e implementación de estrategias de consolidación en el mercado nacional, con una mejor relación costo – beneficio, para el incremento del volumen de viajeros a la Ciudad.

Artículo 14. Plan Integral de Información Turística. El Instituto Distrital de Turismo diseñará e implementará un plan integral de información turística que tendrá, entre otros, los siguientes objetivos:

1. Incrementar el número de puntos de información turística disponibles para los visitantes, bajo un sistema de mejoramiento continuo que permita contar con sistemas tecnológicos interactivos, transaccionales y geo-referenciados en cada uno de ellos.

2. Incluir en los puntos de información ofertas comerciales de los operadores y prestadores de servicios locales.

3. Propender por la protección y seguridad de los visitantes de manera coordinada con la Policía de Turismo.

4. Diseñar y editar guías turísticas de la ciudad con contenido de programación de actividades turísticas y complementarias en las tipologías priorizadas.

5. Crear la línea telefónica de atención al turista, para el suministro de información y solución de problemas y dificultades.

6. Diseñar y editar mapas y guías especiales para los viajeros que ingresan a la ciudad en vehículo o a quienes los alquilan en la misma, con la información de interés para la conducción en Bogotá (ciclovías, contra-flujos, cierres programados, entre otros).

CAPÍTULO. III

INCLUSIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

Artículo 15. Objetivo. El objetivo del lineamiento de inclusión y desarrollo social es dar sostenibilidad al modelo de desarrollo turístico establecido en la política que se adopta por el presente Decreto.

Artículo 16. Acciones. El Instituto Distrital de Turismo, con el acompañamiento de los actores del Sistema Distrital de Gestión del Turismo y de otras instancias

distritales, implementará las siguientes acciones de fortalecimiento del capital social:

1. En coordinación con la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y otras instancias públicas relacionadas, diseñará, implementará y ejecutará una campaña de sensibilización para que a partir del conocimiento de la ciudad y de su potencial turístico, los habitantes conozcan su importancia como generador de riqueza colectiva y distribuidor del ingreso. Esta sensibilización deberá incluir también a quienes estén involucrados directamente en las actividades de servicio de la cadena productiva, pequeños empresarios, dependientes de operadores, hoteles y restaurantes, guías turísticos, vendedores, artesanos, taxistas, funcionarios de inmigración y aduanas y Policía de Turismo, entre otros.

2. En coordinación con las instancias públicas pertinentes y los gremios del sector privado, diseñará y ejecutará un programa de capacitación y acompañamiento a jóvenes de sectores vulnerables para el desempeño de labores técnicas de base en hoteles y restaurantes. Los programas de capacitación y acompañamiento a desarrollar serán los demandados por los empresarios y diseñados a la medida de sus necesidades.

3. En coordinación con la institucionalidad pública Distrital y los gremios del sector privado, promocionará la conformación de tejido social productivo, el cual se generará mediante el diseño y ejecución de un programa de suministro de activos de operación a hoteles, restaurantes y agencias de viajes, fabricados y/o elaborados parcialmente por organizaciones productivas de sectores vulnerables de la población de la ciudad.

4. En coordinación con las instancias e instituciones públicas pertinentes y con el sector privado, liderará un programa de turismo accesible para personas en situación de discapacidad, a atractivos y servicios turísticos.

CAPÍTULO. IV

COMPETITIVIDAD

Artículo 17. Definición. La competitividad es la capacidad de la organización (Ciudad-Secretaría de Desarrollo Económico-SDGT-Instituto Distrital de Turismo), para transformar sus recursos turísticos y su entorno, sus servicios y su conocimiento asociado; su capacidad productiva y el talento de su gente; con el respectivo apoyo tecnológico, en la solución de la problemática colectiva de sostenerse y desarrollarse.

Artículo 18. Infraestructura. En cuanto a infraestructura se desarrollarán las siguientes acciones:

1. **Elaboración del Plan Maestro de Turismo –PMT.** En coordinación con la Secretaría Distrital de Planeación se elaborará el Plan Maestro de Turismo, el cual deberá ser incorporado en el POT de la ciudad, con el fin de concretar acciones que permitan gestionar desde la perspectiva turística, el suelo urbano y rural de Bogotá D.C., y hacer productivo su uso, bajo principios de equilibrio territorial, socio económico y ambiental.

Para la elaboración del Plan Maestro de Turismo, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

a. Demarcación y declaración de zonas turísticas y de zonas de desarrollo turístico prioritario.

b. Tratamiento especial al espacio público al interior de estas zonas.

c. Planeamiento y demarcación de circuitos, senderos, peatonales turísticos y peatonalizaciones estratégicas.

d. Movilidad turística, fácil acceso a terminales de transporte público masivo y a atractivos al interior de la Ciudad.

e. Parqueaderos turísticos de apoyo en cercanías de los principales atractivos.

f. Señalización, servicios y equipamiento urbano de apoyo a la actividad turística.

g. Reglamentación de anuncios, letreros y vallas.

h. Análisis de conveniencia y determinaciones sobre la aplicabilidad en la ciudad del artículo 23 de la Ley 300 de 1996.

2. **Plan de Recuperación.** En conjunto con las instancias distritales, departamentales y nacionales a que haya lugar, el Instituto Distrital de Turismo liderará el diseño y ejecución de un plan de recuperación, puesta en valor, mantenimiento y ornato de los atractivos emblemáticos y sus entornos, de la Región Capital.

3. **Servicios de apoyo en terminales de transporte.** En coordinación con los operadores del aeropuerto El dorado y terminales de transporte terrestre, el Instituto Distrital de Turismo adelantará las gestiones pertinentes con el fin de contar con espacios para la instalación de puntos de información y completos servicios de apoyo a los turistas.

a. En coordinación con la Cámara de Comercio de Bogotá, los gremios representativos del sector privado y el Bureau de Convenciones, el Instituto Distrital de Turismo dirigirá esfuerzos con el fin de proveer a la ciudad de dos tipos de infraestructura particularmente requerida:

*Un escenario para la celebración de grandes reuniones y congresos acorde con el mercado empresarial de la ciudad, y,

*El equipamiento de transporte turístico especializado tanto para el movimiento de grupos como para la conformación de circuitos de transporte público turístico.

Estos esfuerzos incluirán el análisis e implementación de acciones Distritales que permitan aplicar el mecanismo de tasas compensadas previsto en el artículo 15 de la Ley 1101 de 2006.

b. El Instituto Distrital de Turismo promoverá un acuerdo con Transmilenio que provea a los visitantes de la ciudad de facilidades de transporte público e información turística de los atractivos de la ciudad.

c. El Instituto Distrital de Turismo y el Sistema Distrital de Gestión del Turismo apoyarán la gestión de la agencia "Invest in Bogotá" en la identificación de requerimientos, promoción de oportunidades y atracción de inversión extranjera directa en infraestructura física de servicios turísticos.

Artículo 19. Productividad. Con el fin de realizar las acciones que faciliten la conformación de un entorno competitivo en el marco de la productividad, el Instituto Distrital de Turismo, con el acompañamiento de los actores del SDGT y del orden nacional a que hubiere lugar, desarrollará las siguientes acciones:

a. Capacitación y/o asistencia técnica dirigida prioritariamente a los siguientes aspectos: Obtención de certificaciones de calidad y de sostenibilidad por parte de los prestadores de servicios como mecanismo de autorregulación; aprendizaje de segunda lengua; y aprendizaje de tecnologías de la información y las comunicaciones. Sobre los tres (3) aspectos priorizados, se diseñará un sistema de evaluación que permita medir el impacto de las acciones sobre el avance de indicadores específicos.

b. El Instituto Distrital de Turismo, en conjunto con la Cámara de Comercio de Bogotá y los gremios representativos del sector privado, diseñará e implementará un "Plan de formalización" de las actividades adelantadas por fami, micro y pequeñas empresas, hoy día informales. El Plan incluirá un sistema de evaluación que permita cuantificar y evaluar los resultados de su ejecución.

c. El Instituto Distrital de Turismo en coordinación con la Secretaría Distrital de Salud y demás instituciones competentes, trabajará en el diseño y establecimiento de un protocolo claro y transparente que contenga los principios legales y de normativa particular, para que a través de su estricto cumplimiento se facilite la obtención de licencias sanitarias para la apertura y la remodelación de establecimientos gastronómicos.

d. El Instituto Distrital de Turismo apoyará la conformación de cadenas productivas como mecanismo de diseño o fortalecimiento de producto, como fase previa al apoyo y cofinanciación al sector privado de actividades de mercadeo, promoción y venta.

e. El Instituto Distrital de Turismo conformará un banco de buenas prácticas turísticas y propenderá por su continua difusión en beneficio tanto del empresariado local como de la misma gestión del Instituto.

Artículo 20. Tecnología. El Instituto Distrital de Turismo desarrollará acciones endógenas y exógenas que en su conjunto deberán convertir el uso de las herramientas tecnológicas de la información y las comunicaciones en mejores resultados para el destino y para los empresarios en particular.

Al interior del Instituto Distrital de Turismo se emprenderán las siguientes acciones:

1. Diseño, implementación y operación de una herramienta transaccional e informativa al turista "Portal Turístico de Bogotá", con objetivo de venta, permitiendo desde él conexiones en tiempo real con los sistemas de reservas de los prestadores de servicios.

2. Trabajo específico de posicionamiento permanente del "Portal Turístico de Bogotá" en los motores de búsqueda frecuentemente utilizados.

3. Elaboración de un sistema de información turística geo-referenciado e interactivo para el uso de los turistas, disponible en el portal y en los puntos de información turística.

4. Diseño y alimentación de bases de datos tradicionales, de texto y de imágenes, que soporten tecnológicamente la gestión del "Centro de Estudios y Estadística del Turismo de Bogotá", y que apoyen la gestión del Instituto y de los empresarios.

5. Consecución de recursos no reembolsables mediante convenios internacionales, y acuerdos con entidades de los Gobiernos Nacional y Distrital, con la Cámara de Comercio de Bogotá y con los gremios sectoriales, para adelantar acciones de sensibilización y de diseño y ejecución de un programa de asistencia tecnológica al pequeño y mediano empresario.

CAPÍTULO. V

REGIÓN CAPITAL

Artículo 20. Acciones. La orientación distrital en materia turística en cuanto a los esfuerzos de consolidación de la Región Capital está determinada por las siguientes acciones:

1. El Instituto Distrital de Turismo diseñara y ejecutará un plan de recuperación, puesta en valor, mantenimiento, señalización y ornato de los atractivos emblemáticos de la ciudad y los entornos de la Región Capital.

2. Selección de productos ecoturísticos y de turismo rural comunitario en los alrededores de la ciudad, siempre que se oferten facilidades de alojamiento y complementarias en el atractivo mismo por parte de las comunidades receptoras locales, a ser apoyados de manera integral e incorporados en los programas de información, mercadeo, promoción y venta liderados por el Instituto Distrital de Turismo.

3. El Instituto Distrital de Turismo en coordinación con las entidades a que haya lugar, diseñará y ejecutará un programa de mejoramiento y mantenimiento de las condiciones de acceso y de señalización a los atractivos emblemáticos y de las tipologías ecoturísticas y turismo rural comunitario.

4. El Instituto Distrital de Turismo, en coordinación con las entidades a que haya lugar, diseñará y pondrá en operación el "Circuito Turístico de la Sabana" incluyendo los atractivos de valor a visitar en un día de recorrido, articulando acciones con los actores e instituciones involucradas, especialmente con los concesionarios viales, con el fin de lograr un "peaje turístico" que reduzca el costo del desplazamiento de turistas y residentes en la ciudad hacia los municipios de la periferia.

Artículo 21. Vigencia. El presente Decreto rige a partir de la fecha de su publicación en el Registro Distrital y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Bogotá, D.C., a los 2 días del mes de Octubre de 2008

SAMUEL MORENO ROJAS

Alcalde Mayor

MÓNICA DE GREIFF LINDO

Secretaria de Desarrollo Económico