

**Propuesta para la potencialización del turismo cultural en el sector la candelaria de  
la ciudad de Bogotá a través de una aplicación móvil**

Wendy Dayany Avendaño Meléndez

Miguel Ángel Carreño Rodríguez

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Arte, Comunicación y Cultura  
Hotelería y Turismo  
Bogotá, D.C.  
2018

**Propuesta para la potencialización del turismo cultural en el sector la candelaria de la ciudad de Bogotá a través de una aplicación móvil**

Wendy Dayany Avendaño Meléndez

Miguel Ángel Carreño Rodríguez

Asesor del Trabajo

José Alfredo Díaz Valbuena

Trabajo de grado para optar al título Profesional en Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana

Facultad de Arte, Comunicación y Cultura

Hotelería y Turismo

Bogotá, D.C.

2018

## Dedicatoria

Quiero dedicarle este logro en primer lugar a mi mamá,  
Olga Meléndez, eres la mujer más fuerte que conozco en el mundo,  
este logro es por ti y para ti, gracias por confiar en mí y en mis cualidades,  
gracias por darlo todo por mí y por nuestra familia. ¡Eres la mejor!

También este logro es dedicado a mi sobrina,  
nunca te rindas y ten presente que todo lo que te propongas,  
lo cumplirás, con esfuerzo y dedicación.

*Wendy Dayany Avendaño Meléndez*

Quiero dedicar este proyecto a mis padres, pues ellos son  
quienes me han apoyado durante todo este proceso de aprendizaje,  
han dado todo de sí, para hacer todo de mí.

A mi hermano también le agradezco,  
pues es una motivación para salir a delante  
y ser un ejemplo para él.

*Miguel Ángel Carreño Rodríguez*

## **Agradecimientos**

En primer lugar queremos agradecer de una manera muy especial a las personas que de alguna u otra manera han colaborado en el desarrollo de este proyecto, en primer lugar, al Docente, tutor y guía de este proyecto José Alfredo Díaz, y a su vez a la Docente, tutora y guía Carolina Cárdenas, quienes han dedicado esfuerzos y han estado al pendiente del desarrollo de esta investigación, guiándonos, corrigiéndonos y expresándonos todos sus puntos de vista, para que este trabajo de grado pudiera realizarse de la mejor manera, por otro lado también ustedes han sido fuente de información valiosa, importante y pertinente, que realmente apreciamos y reconocemos.

También agradecemos a nuestros padres, familiares y amigos, quienes han dedicado su esfuerzo, comprensión y dedicación, al estar al pendiente del desarrollo de este proyecto, pues gracias a ellos se han obtenido los ánimos de continuar y tomar fuerzas para terminar este proyecto, nuestra carrera universitaria y la variedad de proyectos que nos fijemos y propongamos en la vida. Gracias a nuestros padres por guiarnos y motivarnos día a día a desarrollar el máximo potencial de cada uno de nosotros.

## Resumen

En Colombia se ha demostrado que el turismo ha sido un factor muy importante para su crecimiento y desarrollo económico pues se cataloga como el segundo eslabón que más aporta en el producto interno bruto. Al mirar de cerca el movimiento del turismo en el sector de la Candelaria, en Bogotá, se observa que el tipo de turismo que se realiza en esta zona es turismo cultural y se pueden evidenciar varios factores que se pueden mejorar para hacer que la experiencia del turista sea mejor, como lo son la seguridad, el transporte y la información, este último ítem es en el cual se basa este proyecto para ser desarrollado y dar una iniciativa diferente que ayude al progreso distrital.

La propuesta de la aplicación móvil que se desarrolla en el presente trabajo cuenta con los atractivos turísticos más importantes del sector de La Candelaria, así como un estudio detallado de las necesidades de los turistas, también se conocerá como la tecnología ha impactado el sector del turismo y de igual manera los gustos y preferencias del mercado actual de La Candelaria.

La aplicación se desarrolla bajo GPS y los turistas podrán ver imágenes de los principales atractivos en tiempos pasados, para que pueda establecer un comparativo con lo que está presente en la actualidad. Igualmente, la aplicación contiene la información turística en español y en inglés y se planea en un futuro incorporar otros idiomas que son fuertes en el turismo que se desarrolla en la capital colombiana.

*Palabras clave:* Turismo, tecnología, sector de la Candelaria, sistemas GPS, turismo cultural, aplicación móvil.

## **Abstract**

In Colombia, it has been shown that tourism has been a very important factor for its growth and economic development since it is classified as the second most important link in the gross domestic product. Looking closely at the movement of tourism in the sector of La Candelaria, in Bogotá, it is observed that the type of tourism that takes place in this area is cultural tourism and several factors that can be improved to make the experience of the tourist is better, as are security, transport and information, this last item is on which this project is based to be developed and give a different initiative to help the district progress.

The proposal of the mobile application developed in this work has the most important tourist attractions in the sector of La Candelaria, as well as a detailed study of the needs of tourists, it will also be known how technology has impacted the tourism sector and in the same way the tastes and preferences of the current market of La Candelaria.

The application is developed under GPS and tourists can see images of the main attractions in times past, so you can establish a comparison with what is present today. Likewise, the application contains tourist information in Spanish and English and it is planned in the future to incorporate other languages that are strong in the tourism that takes place in the Colombian capital.

## Tabla de contenido

1.	Proyecto .....	15
1.1	Planteamiento del problema .....	15
1.1.1	Descripción. ....	15
1.1.2	Delimitación.....	15
1.1.3	Pregunta de investigación.....	16
1.2	Marco referencial .....	16
1.2.1	Marco teórico. ....	16
1.2.2	Marco conceptual. ....	25
1.3	Objetivos .....	26
1.3.1	Objetivo general. ....	26
1.3.2	Objetivos específicos. ....	26
1.4	Metodología.....	26
1.4.1	Enfoque.....	26
1.4.2	Tipo de investigación. ....	26
1.4.3	Descripción del sujeto.....	26
2.	La tecnología en el sector turístico .....	28
2.1	Antecedentes históricos de la tecnología.....	28
2.2	Internet .....	29
2.2.1	Páginas Web. ....	33
2.2.2	Plataformas Web. ....	34
2.2.3	Aplicaciones móviles.....	34
2.3	Turismo. Aplicaciones y las diferentes tecnologías .....	35
2.3.1	Aplicaciones móviles.....	39
2.3.2	Nuevos modelos de negocio basado en aplicaciones móviles. ....	41
2.3.2	Destinos turísticos inteligentes.....	44

2.4 Conclusión.....	46
3. Atractivos turísticos de interés cultural de La Candelaria .....	48
3.1 Delimitación de la zona.....	48
3.2 Entrevista .....	50
3.3 Inventario atractivos culturales de La Candelaria.....	56
3.3.1 Museos.....	57
3.3.2 Iglesias y centros religiosos.....	69
3.3.3 Sedes político – administrativas. ....	80
3.3.4 Sitios de interés cultural .....	87
3.4 Listado atractivo turísticos.....	98
4. Demanda turística sector de La Candelaria .....	100
4.1 Estudio .....	101
4.2 Análisis encuestas .....	102
4.3 Perfil del cliente del sector La Candelaria ciudad de Bogotá.....	110
5. Propuesta aplicación móvil.....	113
5.1 Descripción .....	113
5.2 Sistema de posicionamiento global .....	114
5.3 Contenido de la aplicación.....	116
5.4 Descripción del video.....	158
6. Conclusiones .....	159
7. Recomendaciones.....	161
Anexos.....	162
Anexo 1 .....	162
Anexo 2 .....	163
Referencias .....	165

## Lista de figuras

Figura 1. Primer viaje organizado por Thomas Cook Time toast (2009) .....	29
Figura 2. ARPANET.....	30
Figura 3. Procesos de compra .....	32
Figura 4. Página Web Nissi Group (2012).....	33
Figura 5. Aplicaciones móviles.....	34
Figura 6. Robots en hoteles. CNN español (2015) .....	36
Figura 7. Agencias de viajes virtuales Agencias de viajes (2017).....	38
Figura 8. Aplicaciones móviles de turismo Playas de México (2015).....	40
Figura 9. Mapa Candelaria.....	48
Figura 10. Mapa sector .....	49
Figura 11. División por barrios. IDT .....	50
Figura 12. Inventario Museo histórico de la policía nacional Elaboración propia .....	58
Figura 13. Inventario Museo de arte colonial Elaboración propia .....	59
Figura 14. Inventario Museo de Bogotá Elaboración propia .....	60
Figura 15. inventario museo casa de la moneda Elaboración propia.....	61
Figura 16. inventario museo militar Elaboración propia .....	62
Figura 17. Inventario Museo de Botero Elaboración propia.....	63
Figura 18. Museo Casa del Florero Elaboración propia .....	64
Figura 19. Casa del Marques de San Jorge Elaboración propia.....	65
Figura 20. Museo Siglo XIX. Elaboración propia. ....	66
Figura 21. Museo del Oro. Elaboración propia.....	67
Figura 22. Observatorio astronómico Elaboración propia.....	68
Figura 23. Catedral primada. Elaboración propia. ....	69
Figura 24. Capilla del sagrario. Elaboración propia. ....	70
Figura 25. Palacio arzobispal. Elaboración propia. ....	71
Figura 26. Iglesia de San Agustín. Elaboración propia.....	72
Figura 27. Iglesia de San Francisco Elaboración propia.....	73
Figura 28. Iglesia nuestra señora del Carmen. Elaboración propia.....	74
Figura 29. Iglesia de La Candelaria Elaboración propia.....	75
Figura 30. Iglesia la Bordadita. Elaboración propia. ....	76
Figura 31. Iglesia de San Ignacio Elaboración propia .....	77

Figura 32. Iglesia de La Orden Tercera Elaboración propia.....	78
Figura 33. Iglesia de La Veracruz Elaboración propia. ....	79
Figura 34. Palacio de Nariño Elaboración propia.....	80
Figura 35. Capitolio Nacional Elaboración propia .....	81
Figura 36. Palacio de Justicia Elaboración propia. ....	82
Figura 37. Palacio Liévano Elaboración propia.....	83
Figura 38. Museo-Casa de los comuneros. Elaboración propia.....	84
Figura 39. Palacio de San Carlos. Elaboración propia.....	85
Figura 40. Banco de la República. Elaboración propia.....	86
Figura 41. Plaza de Bolívar. Elaboración propia. ....	87
Figura 42. Colegio San Bartolomé Elaboración propia. ....	88
Figura 43. Teatro Colón Elaboración propia. ....	89
Figura 44. Teatro Camarín del Carmen Elaboración propia. ....	90
Figura 45. Biblioteca Luis Ángel Arango Elaboración propia .....	91
Figura 46. Plaza del chorro de Quevedo. Elaboración propia. ....	92
Figura 47. Centro Cultural Gabriel Garcia Marquez Elaboración propia. ....	93
Figura 48. Parque Santander Elaboración propia.....	94
Figura 49. Universidad del Rosario Elaboración propia.....	95
Figura 50. Plazoleta del Rosario Elaboración propia.....	96
Figura 51. Plazuela Camilo Torres Elaboración propia.....	97
Figura 52. Listado inventario Elaboración propia .....	98
Figura 53. Turistas. Elaboración propia.....	102
Figura 54. Edad. Elaboración propia.....	103
Figura 55. Visitas. Elaboración propia. ....	104
Figura 56. Motivos de visita. Elaboración propia.....	104
Figura 57. Tipo de turismo. Elaboración propia. ....	105
Figura 58. Información. Elaboración propia.....	106
Figura 59. Información atractivos. Elaboración propia. ....	107
Figura 60. Medios de información. Elaboración propia. ....	107
Figura 61. Medios digitales. Elaboración propia.....	108
Figura 62. Uso aplicaciones. Elaboración propia. ....	109
Figura 63. Aplicaciones de turismo. Elaboración propia.....	109

Figura 64. Uso de aplicaciones. Elaboración propia.....	109
Figura 65. Información adicional. Elaboración propia. ....	110
Figura 66. Características de la demanda Elaboración propia .....	112
Figura 67. Activar la ubicación. Elaboración propia. ....	115
Figura 68 Comparativo Archdaily.co .....	116
Figura 69. Bogotour Elaboración propia .....	116
Figura 70. Información de La Candelaria Elaboración propia.....	117
Figura 71. Información Museo histórico de la policía nacional Elaboración propia .....	118
Figura 72. Información Museo de arte colonial Elaboración propia .....	119
Figura 73. Información Museo de Bogotá Elaboración propia.....	120
Figura 74. Información Casa de la moneda Elaboración propia.....	121
Figura 75. Información Museo militar Elaboración propia .....	122
Figura 76. Información Museo de Botero Elaboración propia .....	123
Figura 77. Información Casa del Florero Elaboración propia .....	124
Figura 78. Información Casa del Marqués de San Jorge Elaboración propia.....	125
Figura 79. Información siglo XIX Elaboración propia .....	126
Figura 80. Información Museo del oro Elaboración propia.....	127
Figura 81. Información observatorio astronómico Elaboración propia .....	128
Figura 82. Información Catedral Primada Elaboración propia .....	129
Figura 83. Información Capilla del sagrario Elaboración propia.....	130
Figura 84. Información Palacio Arzobispal Elaboración propia.....	131
Figura 85. Información Iglesia de San Agustín Elaboración propia.....	132
Figura 86. Información Iglesia de San Francisco Elaboración propia .....	133
Figura 87. Información Iglesia Nuestra Señora del Carmen Elaboración propia .....	134
Figura 88. Información iglesia de La Candelaria Elaboración propia .....	135
Figura 89. Información iglesia La Bordadita Fuente: Elaboración propia.....	136
Figura 90. Información iglesia de San Ignacio Elaboración propia.....	137
Figura 91. Información iglesia de La Orden Tercera Elaboración propia .....	138
Figura 92. Información Iglesia de La Veracruz Elaboración propia.....	139
Figura 93. Información Palacio de Nariño Elaboración propia .....	140
Figura 94. Información Capitolio Nacional Elaboración propia.....	141
Figura 95. Información Palacio de justicia Elaboración propia.....	142

Figura 96. Información Palacio Liévano Elaboración propia .....	143
Figura 97. Información Casa de los Comuneros Elaboración propia .....	144
Figura 98. Información Palacio de San Carlos Elaboración propia .....	145
Figura 99. Información Banco de la República Elaboración propia .....	146
Figura 100. Información Plaza de Bolívar Elaboración propia .....	147
Figura 101. Información Colegio San Bartolomé Elaboración propia .....	148
Figura 102. Información Teatro colón Elaboración propia.....	149
Figura 103. Información Teatro Camarín del Carmen Elaboración propia .....	150
Figura 104. Información Biblioteca Luis Ángel Arango Elaboración propia.....	151
Figura 105. Información Plaza del chorro de Quevedo Elaboración propia.....	152
Figura 106. Información Centro Cultural Gabriel García Márquez Elaboración propia .....	153
Figura 107. Información Parque Santander Elaboración propia.....	154
Figura 108. Información Universidad del Rosario Elaboración propia .....	155
Figura 109. Información Plazoleta del Rosario Elaboración propia.....	156
Figura 110. Información Plazuela Camilo Torres Elaboración propia .....	157

## Introducción

El sector de la Candelaria, actualmente es la localidad número 17 de la ciudad de Bogotá, es una de las localidades más famosas tanto por locales como por extranjeros, esto se debe a que cuenta con una riqueza patrimonial e histórica que se ha construido a lo largo de los años, pues desde allí es donde ha surgido la metrópolis actual, hoy día la capital de Colombia, pero esta localidad no solo ofrece su historia a quienes la visitan, sino, también diferentes muestras culturales a través de la comida que brinda, las personas que habitan allí, y por supuesto el famoso arte urbano que se suele realizar allí.

La Candelaria es uno de los lugares de mayor foco a nivel turístico en la ciudad de Bogotá ya que allí recibe aproximadamente el 40% de ellos, aparte de ser uno de los sitios con mayor posesión de atractivos turísticos, en la Candelaria se puede encontrar variedad de gastronomía, tanto autóctona y típica de la ciudad como gastronomía a nivel internacional, allí se realizan diferentes muestras culturales como bailes, marchas, arte urbano, entre otras formas de expresión, es decir, la Candelaria es uno de los sitios más diversificados de la ciudad, debido a la concentración de turistas que en un día común se pueden encontrar.

Para el sector de la Candelaria es muy importante cumplir con las expectativas de los turistas, ya que de esta manera se generan experiencias que hace un desarrollo óptimo del turismo en la zona, pero ¿Qué ocurre cuando la información que los visitantes y turistas obtienen no es completa?, se dejan de visitar puntos de interés turístico importantes, y esto deja de generar experiencias que pudiesen ser memorables para aquellos visitantes del sector; la misión del presente proyecto es proponer la potencialización del turismo cultural en el sector de la Candelaria de la ciudad de Bogotá a través de una aplicación móvil, con el fin de que el turista tenga la posibilidad de explorar más sitios, de tener información clara del lugar que esté visitando, y además hacer un uso de la tecnología adecuado para el desarrollo de uno de los eslabones más importantes de la economía del país, como bien se conoce es el turismo.

El alcance de la tecnología en el turismo aún es muy incipiente, debido a que hasta el momento se empieza a pensar como innovar y como mejorar las expectativas y experiencias de los turistas, este proyecto toma la iniciativa de aplicar dos conceptos distintos para hacer algo diferente que contribuya al desarrollo de la economía del país, como lo es el turismo y la tecnología, sin embargo no son los únicos pilares que se deben tener en cuenta para el desarrollo total del turismo en determinada zona.

Se trata de facilitar y mejorar la experiencia del turista o visitante usando como herramienta una aplicación móvil, que provea información actualizada de los determinados sitios de interés turístico, además de información de lugares cercanos como restaurantes, bares, casas de cambio, monumentos, plazas, iglesias, entre otros, funciona bajo un sistema de geolocalización GPS el cual hace que sea una herramienta interactiva, motivando e incentivando a que la experiencia de turismo en la Candelaria sea diferente.

## **1. Proyecto**

### **1.1 Planteamiento del problema**

#### **1.1.1 Descripción.**

El turismo es una de las actividades que más se han realizado a lo largo de la historia y actualmente, enfrenta diferentes barreras que pueden hacer un poco más difícil el seguir realizando esta actividad a nivel mundial. El proceso de globalización y las visas, las barreras idiomáticas y lingüísticas han generado que la persona o el sector que desee explotar el turismo desarrolle habilidades extra, como hablar diferentes idiomas, incluir a la población en condición de discapacidad y desarrollar actividades de turismo que incluya a todas las personas. Uno de los obstáculos turísticos que más se presentan en Colombia, es el proceso de guianza, ya que, no hay los suficientes guías certificados, que hablen diversos idiomas y que estén disponibles en el momento y en el lugar que se necesiten.

En la Candelaria, existen muchos turistas extranjeros los cuales manifiestan, a través de redes sociales, comentarios con otros turistas e incluso, en los estudios de mercado que ha lanzado el Instituto Distrital de Turismo, que no pueden desarrollar la actividad turística a cabalidad, porque no encuentran información completa y actualiza; si encuentran esa información, no hay personas que le puedan brindar la información en su lengua natal, ya que son pocos los que hacen recorridos para personas que manejan diferente idioma y por lo general, quienes lo hacen hablan español e inglés, y no se tienen en cuenta otras lenguas. Muchas personas acuden a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para poder desarrollar el turismo, pero también afirman que no hay algún medio que les llame la atención, que sea de fácil manejo y que contenga la información turística que desean, ya que, si las hay solamente contienen información de hoteles, reservas, vuelos y demás medios complementarios para poder desarrollar el turismo.

Es por eso que el presente proyecto busca suplir una necesidad del turista de obtener la información completa, veraz y actualizada. Ello se realizará mediante una aplicación móvil turística que contenga la información que se necesita, en el momento que se necesita y en el idioma que el turista lo desee.

#### **1.1.2 Delimitación.**

El presente proyecto se desarrollará en La Candelaria, localidad 17 de la Ciudad de Bogotá, a este sector es a donde llegan la mayor parte de turistas. La Candelaria es la localidad más pequeña de la ciudad de Bogotá, está conformada por 183,89 hectáreas. Según el DANE en este sector

habitan un aproximado de 23.727 personas, en donde la mayoría de población son jóvenes y en edad laboralmente productiva. En cuanto a la parte turística, el Instituto Distrital de Turismo, afirma que, a La Candelaria, llega aproximadamente el 40% de los turistas que llegan a la capital colombiana anualmente.

En el sector de La Candelaria, se desarrolla principalmente el turismo cultural y las personas que visitan este sector provienen de muchos países, uno de los grandes problemas que esto conlleva es la capacidad de llegar a todos los turistas sin importar su origen, idioma, condición física o demás variables, no hay suficientes guías turísticos que suplan con la actividad, que hablen diferentes idiomas y además que hagan parte de los guías certificados a nivel nacional. Su elaboración se basará en investigar todos los productos y servicios turísticos en la ciudad de Bogotá, clasificar los diferentes productos y servicios turísticos.

### **1.1.3 Pregunta de investigación.**

¿Cómo la tecnología puede ayudar a la potencialización del turismo cultural en el sector La Candelaria de la ciudad de Bogotá?

## **1.2 Marco referencial**

### **1.2.1 Marco teórico.**

El turismo es una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial. Su importancia ha ido en crecimiento debido a nuevas aperturas y alianzas que se han hecho en los diferentes países. “El turismo fue la primera actividad del comercio internacional mundial en el año 1999, por encima del sector del automóvil, que durante muchos años ostento el primer puesto” (Cabarcos, 2006), lo cual significa que el turismo aporta significativamente a la economía mundial desde hace más de una década. Gran variedad de turistas desea viajar a nuevos lugares y conocer diversos sitios turísticos de interés, lo cual está haciendo que espacios que anteriormente no eran tan conocidos y que por ende no tenían una buena oferta turística, empiecen a ser más atractivos a nivel regional, nacional e incluso mundial. Por tal motivo, con la finalidad de potencializar los atractivos turísticos, actualmente los países han buscado constantemente nuevas metodologías que apoyen y faciliten la potencialización de su respectiva región como destino turístico.

Muchos gobiernos se indagan la manera adecuada de explotar su país o región como destino turístico, de diferentes maneras se busca resaltar las regiones como destinos, entre ellos la creación o potencialización de los productos, la infraestructura o los diferentes atractivos que pueda tener el lugar. “La creación de nuevos productos turísticos, adaptados a la realidad social caracterizada

por las tecnologías, el medio ambiente, la competencia entre otros, son calve para mejorar la competitividad de un destino” (Díaz, 2011) La diferenciación del producto turístico va a depender en su mayoría en la capacidad que este tenga para posicionarse de manera exitosa por encima de sus competidores, lo cual asegura la sostenibilidad del destino y producto turístico.

Para llevar a cabo las alternativas de producto turístico más favorable para una determinada zona se fundamenta conocer los recursos existentes, pero no solo la cantidad, sino también la calidad. Identificar y clasificar para poder inventariar y valorar los recursos, no es tarea fácil, y más si se piensa que los tipos de recursos existentes en el entorno son múltiples. En la elaboración de un producto turístico se deben clasificar los recursos existentes del lugar para saber si se puede llevar a cabo un turismo de gran magnitud o por el contrario un turismo que movilice grupos de personas en menor cantidad, también esta clasificación influye para establecer cuál es el tipo de turismo que se podrá realizar en dicho lugar. Estos productos turísticos pueden ser todo elemento de atracción, elementos naturales, elementos culturales, deportivos, todo elemento construido por el hombre, entre otros, esto abarca todo lo referido a la estructura socio-económica, la idiosincrasia y las características raciales, la artesanía, el folclor y la gastronomía, sin dejar de lado todas las actividades culturales.

Siempre se debe realizar un correcto inventario de los recursos turísticos para conocer cuál es el tipo de turismo que se realizará en el lugar. Esta actividad “[...] consiste en una relación de los recursos existentes en un territorio, en el cual se identifican, clasifican y describen” (Díaz, 2011), por lo que mediante una herramienta como la es el inventario de recursos turísticos, podemos organizar y dividir en grupos los diferentes recursos existentes que hay, además poder clasificar y organizar recursos nuevos.

Cada lugar debe establecer cuáles son los productos turísticos más fuertes y desarrollar alternativas que ayuden a fortalecer el atractivo para que nuevos visitantes lleguen e iniciar así un desarrollo turístico importante. Muchos países y ciudades se esfuerzan constantemente para realizar esta labor, sin embargo, algunos atractivos no toman la importancia que se desea, ya que, su producto turístico no se relaciona directamente con el tipo de turismo que se realiza allí. “Para que el destino turístico sea también un producto turístico no es suficiente con disponer de recursos, sino que es indispensable que esos recursos y atractivos estén integrados con los servicios” (Ejarque, 2005). El producto turístico se compone de varios elementos y entre ellos está el destino turístico, es decir que este es dependiente de algunos elementos como, servicios para que se pueda

disfrutar turísticamente. Cabe aclarar que los servicios deben estar enlazados de alguna manera al recurso, por ejemplo, un parque natural no se puede disfrutar turísticamente a menos que se organicen visitas guiadas, excursiones o alguna actividad similar.

El impacto que ha tenido el turismo en la actualidad en muchas ocasiones es muy bien recibido, mientras que en otros lugares no es tan aceptado, debido a que la actividad turística siempre impactará el lugar de destino, estos impactos se pueden dar en manera positiva o negativa, por ello, (Díaz, 2011), afirma que “Antes de implementar cualquier iniciativa, se debe adoptar una serie de decisiones que logren minimizar los riesgos, económicos y medioambientales. Es por esto que se debe confirmar que una zona posee potencial para poder desarrollar una determinada modalidad turística”. Se debe evaluar si determinado espacio tiene las características para ser una zona de acogida de visitantes, por lo que el potencial turístico de un lugar está determinado principalmente por la oferta, ya que con esta se evalúa e identifica los recursos existentes.

Al momento de tener clara la iniciativa y saber que el tipo de turismo que se realizará en el lugar no va a afectar de manera negativa se debe realizar un inventario turístico, en donde se defina cuál actividad se pueda realizar en el lugar y hacia donde se inclinará el turismo y su tipología. “Una vez que los recursos turísticos estén identificados y tipificados, se deben evaluar, es decir, que de alguna manera muestren el potencial o interés turístico que despierte en el turista.” (Díaz, 2011), puesto que la importancia del destino no está dada solamente en los recursos que pueda llegar a poseer el destino, sino que, el turista también presta importancia a la calidad de la infraestructura y facilidades de acceso, que posee el lugar. Para hacer un correcto inventario se debe calificar los recursos existentes y nuevos, para saber sus características externas, y del mismo modo, conocer los factores internos relacionados con la demanda y características del recurso, de esa forma se podrá evaluar el potencial que posee dicho recurso.

El inventario que se hace busca satisfacer las necesidades de los turistas y hacer que los destinos tomen mayor fuerza y mayor importancia turística. Las facilidades turísticas que debe haber en el lugar son eje fundamental para poder realizar un turismo adecuado y para que los visitantes se interesen cada vez más por el lugar. La oferta que se debe ofrecer cada día debe ser más amplia debido a que no solo hay un prototipo de turista, por el contrario, en esta actividad se puede encontrar diversos tipos de personas que quieren realizar turismo de diferentes maneras, teniendo en cuenta sus principales motivaciones y disponibilidad que pueda llegar a tener.

La demanda turística es la cantidad de bienes y servicios turísticos que los individuos desean adquirir (tanto los que efectivamente se compran, como los que se desean comprar pero que no se adquieren). Dentro de esta demanda existen muchos factores, muy distintos entre ellos, que pueden alterar la decisión final de compra debido a la combinación de variables, que por otro lado son de muy difícil control: el turismo tiene como peculiaridad que las variables se determinan en lugares diferentes, unas en el país de destino (calidad del destino y el servicio, precio, etc...), y otras en el país de origen de los turistas (renta del consumidor, legislación laboral sobre el tiempo libre, los gustos, etc...). Pero también hay variables que se establecen en lugares que no son ni el país de acogida ni el de origen, son las denominadas variables de relación y comprenden los costes de transporte, la evolución de otros países competidores, índices de cambio de divisas, la aplicación de los nuevos modelos tecnológicos en el destino, entre otros.

Una persona al escoger un destino va a depender de factores como el salario y el tiempo libre que tiene en el país de origen, pero además de esto también depende de los gustos, de la localidad del destino, facilidades que se le puedan ofrecer al turista tanto en el momento de estar adquiriendo el producto, como en el momento de llegar al lugar. Los visitantes día a día quieren llegar a más lugares en donde puedan realizar nuevas actividades teniendo en cuenta calidad en los servicios, sin embargo, al pasar los años se pueden ver turistas que quieren hacer mayores desplazamientos en tiempos cortos, para así realizar el mejor aprovechamiento del tiempo libre, se puede ver que el turista ya no busca solo en donde hospedarse, sino también las actividades, tanto recreativas como culturales, que se puedan hacer en el lugar.

Se puede afirmar que cada día el turista huye de un periodo vacacional estático y persigue un turismo activo, por lo cual, se fija y busca aquellos destinos que pueden ofrecerle un patrimonio histórico y artístico con el que puede enriquecerse personalmente. Anteriormente se veía el turismo estático como una opción, y en muchos casos, como una única opción para realizar turismo, las personas llegaban a diferentes lugares para pernoctar, disfrutar de su estadía en el lugar aprovechando al máximo los recursos que tuviera el destino, pero sin salir de su área de hospedaje o confort, pero actualmente es diferente; ahora existe ese tipo de turista que prefiere viajar a diversos lugares o hacer diversas actividades en el menor tiempo posible pero conociendo los lugares turísticos más representativos de cada región.

Países que son altamente turísticos como Estados Unidos y España, han definido de manera muy clara cuáles son sus productos turísticos, esto, acompañado a una buena prestación de

facilidades e infraestructura turística han logrado potencializar los diferentes lugares, convirtiendo así el turismo como una de las principales fuentes económicas. Algunos otros países han trabajado arduamente para que el turismo también aporte significativamente al crecimiento y desarrollo de los países, aun así, en algunos lugares no se ha podido impactar de la misma manera que en otros, ya que los espacios que se ofrecen son totalmente diferentes. Aquellos espacios turísticos “[... no son otra cosa que territorios donde se encuentran determinados componentes de una oferta turística estructurada a partir de atractivos, productos y servicios, accesos y demás elementos que hacen posible la estancia y el disfrute de tales elementos por los visitantes” (Rodríguez, 2011), es posible que muchos territorios a nivel mundial tengan las mismas características, pero uno de los factores diferenciadores más influyentes es la manera en que el estado explota aquellos recursos, las personas encargadas de realizar y desarrollar planes para potencializar los recursos deben ser personas que tengan vocación turística para que de esta manera influyan en los demás y se logre llegar a un objetivo común, es decir que como en muchas ocasiones no se tienen los recursos turísticos, existen otras, en las cuales se tiene el recurso turístico pero no se sabe hacer el debido aprovechamiento o los planes no son suficientes para el tipo de actividad que se pueda hacer allí. Por ello, se debería tener una idea lo suficientemente clara para poder determinar lo que es un producto turístico con potencial, puesto que es lo primero que se debe tener en cuenta antes de realizar cualquier proyecto, así mismo, se debe conocer el entorno y todo lo que pueda afectar a dicho producto y destino.

Actualmente con el incremento de la actividad turística se puede ver que en todos los lugares del mundo se realiza turismo en mayor o en menor medida, ya que, debido a la búsqueda constante de realizar diferentes tipos de turismo, de tener nuevas experiencias y de llegar a espacios poco explorados las personas han descubierto nuevos destinos y por ello se puede afirmar que no hay un lugar en el mundo a donde no lleguen turistas, (Ejarque, 2005). Hoy en día no es sorprendente que los turistas de cualquier parte del mundo lleguen a los lugares menos predecibles porque gracias a la evolución de los medios de comunicación y tecnología, cualquier destino turístico puede ser explotado y se puede convertir en un lugar de importancia turística para la población o sector donde se encuentre ubicado, lo cual resulta en cierta parte beneficioso, ya que, con esto llega el desarrollo social y económico de la zona o región.

Colombia es un país en donde se ha fortalecido de manera significativa el turismo mediante sus diferentes espacios, explotando así el turismo natural, turismo cultural, de aventura, entre otros.

Los planes de ordenamiento territorial (POT) cada vez le apuntan más a la explotación del turismo en sus diferentes formas, y aunque algunos de esos esfuerzos no han sido suficientes debido a la infraestructura del lugar, las instalaciones, el estado de las vías de acceso, o incluso la poca publicidad que se pueda hacer en el destino, hay que tener en cuenta que el ministerio de comercio, industria y turismo y en especial el viceministerio de turismo han hecho mucho énfasis en promover la aplicación de la tecnología en los diferentes destinos turísticos y en las nuevas formas de hacer turismo. Para que de esta manera se pueda potencializar esta actividad económica y así lograr ingresos significantes para el turismo y lograr reinvertirlos en pro del mismo.

Uno de los mayores problemas que hay en la explotación de destinos turísticos son aquellos en donde el turista no tiene la disponibilidad de tiempo completo para realizar un viaje o una estadía en un lugar por mucho tiempo, los lugares que desea conocer el turista y el itinerario que le pueda ofrecer una agencia de viajes, en muchas ocasiones no se ajusta a sus gustos y preferencias, sumando esto con el tiempo que se le brinde a la actividad turística como tal, las probabilidades de que el visitante este totalmente satisfecho disminuyen.

Al ver las necesidades de los turistas, se ha establecido a través del tiempo una serie de avances tecnológicos para la correcta implementación y mejora constante de la forma de hacer turismo. Los paquetes turísticos, los recorridos guiados, la exploración individual, las visitas virtuales y demás formas de turismo pueden ser una alternativa para desarrollar actividades de turismo de una manera más global, especializada o generalizada. Buscando así, una variedad de opciones para que el turista escoja de qué manera realizar turismo.

La tecnología ha sido una de las fuentes principales para la realización del turismo y es de gran importancia conocer que desde el primer viaje que se organizó en la historia hasta la actualidad se siguen implementando avances tecnológicos. Incluso se puede decir que la tecnología hace parte de la vida de las personas y casi todas las actividades que se realizan han tenido un aporte tecnológico en mayor o menor proporción.

Según (Sancho, 2008) “el desarrollo tecnológico implica la introducción en el mercado de productos, procesos y servicios, con ventajas innovadoras en tecnología o con nuevas aplicaciones de tecnologías ya conocidas”, por lo que las empresas deben aprovechar y utilizar estas innovaciones para ser competitivos en un mercado cada vez más especializado, por tal motivo se ha recurrido a avances tecnológicos, comenzando desde los ordenadores y software necesarios para identificar el segmento de demanda objetiva, hasta los productos más innovadores y

sofisticados, como los son sistemas de geolocalización (GPS), lector de códigos PQR, recorridos en realidad virtual, tours virtuales 360°, entre otros.

“La revolución tecnológica presente en la industria turística alcanza distintos componentes como son las telecomunicaciones, ordenadores personales, equipos multimedia, teleconferencias, video, videotexto, video-tecnología interactiva, comunicaciones móviles, sistemas computarizados de reserva, sistemas informativos de gestión, redes informáticas, etc.” (Sancho, 2008), por lo cual se puede ofrecer una ventaja competitiva al usar una o más de estas herramientas tecnológicas.

El desarrollo turístico en paralelo con el de las redes sociales ha afectado el canal de venta tradicional, Según (Sellers Rubio, 2001) “desde la concepción clásica, evolucionando hacia el comercio electrónico hasta el actualmente denominado comercio móvil. El cambio en los canales de venta, a su vez ha propiciado nuevas formas de ofrecer productos turísticos”, por lo que una agencia de viajes competitiva en la actualidad para ofrecer distintos productos y servicios deben estar asociados con las diferentes tecnologías y aplicaciones móviles para seguir compitiendo en el mercado.

Hace algunos años se usaba la tecnología para realizar publicidad y llegar a personas que no conocían ciertos productos, inclusive anteriormente la tecnología en los medios de comunicación, era usada tan solo como un medio en donde dos personas podían interactuar. Los teléfonos e Internet nacieron supliendo la necesidad de comunicación y poco a poco las personas se fueron adaptando a los cambios tecnológicos que se les ofrecía hasta llegar a la actualidad en donde la conexión a Internet ya no es un lujo o un servicio diseñado solo para algunos pocos.

La tecnología ahora hace parte de la vida del hombre y aquella persona que no esté continuamente conectado queda en desventaja frente a cualquier situación o solicitud en el mundo laboral, académico, personal, entre otros. Las tecnologías de la información y las comunicaciones constituyen un campo muy activo para ofrecer un valor añadido al turista. Los destinos deben proporcionar herramientas tecnológicas capaces de ofrecer información personalizada, interactiva, etc. Actualmente es muy común el uso de herramientas como guías o páginas Web que cubren las necesidades básicas de los turistas. Se tratan de recursos insuficientes, pues la evolución de los dispositivos móviles ha provocado un cambio en la forma en que los turistas interactúan y obtienen información.

La implementación de las tecnologías de la información en el turismo requiere un adecuado estudio e inversión, para de esta manera lograr lo que se desea con el turismo, en el lugar que se desea y teniendo en cuenta factores importantes y relevantes tanto para el turista como para las personas que están involucradas como prestadores de servicios. Actualmente vemos la tecnología en todas partes y el turismo, no es la excepción, el ritmo de vida de las personas hace que se esté en la búsqueda constante de la solución de problemas a la mayor brevedad posible.

Un caso concreto del uso que se le está dando a las nuevas tecnologías es la realidad aumentada, que permite desarrollar aplicaciones que enriquecen la experiencia turística. En este ámbito, resulta de especial interés la personalización de la información a través de sistemas de recomendación. La realidad aumentada es una tecnología que está empezando a aplicarse en el turismo. Esta técnica permite que el mundo real, visualizado por la cámara de un dispositivo como un Smartphone, pueda enriquecerse con elementos virtuales que coexisten con la imagen capturada por el dispositivo o por las diferentes alternativas que ofrece el mismo, ya sea sistemas de geolocalización (GPS), códigos PQR y demás.

Pero no es solo de esta manera en la que se puede ofrecer turismo mediante la tecnología puesto que se pueden encontrar páginas Web que permitan realizar la compra de vuelos, reservar habitaciones de hotel o encontrar venta de paquetes turísticos. “Actualmente los destinos turísticos se promocionan a través de múltiples medios, aunque debemos reconocer que en estos momentos el más importante es internet y en especial las aplicaciones móviles.” (Florido B, 2016). Podemos ver que cada día existen mayores facilidades para los turistas, la metodología de hacer las compras en el ámbito turístico ha cambiado de forma significativa, puesto que actualmente los usuarios quieren ver información actualizada, promociones recientes y conocer opiniones de otros viajeros para estar más seguros de las compras que se vayan a realizar.

Si se observa desde el lado del tejido empresarial del destino turístico, las aplicaciones ayudan a las empresas ampliar el abanico de clientes potenciales, así como ofrecer productos y obtener mayores beneficios. Tenemos que tener claro, que los clientes de hoy son más activos y están mejor informados, ellos son al fin y al cabo los que con su comportamiento y hábitos hacen que las empresas a través de las nuevas tecnologías tengan que ser más innovadoras, sobre todo entre los segmentos jóvenes, ya que éstos son los principales usuarios de las nuevas tecnologías, principalmente aquellas de información y comunicación.

Los destinos turísticos que tengan como herramienta las aplicaciones móviles, poseen la ventaja de diferenciarse de los demás destinos, dado que, al ser una herramienta multiusos, se pueden ofrecer servicios y productos personalizados a sus públicos más importantes, es decir, se está mejorando la experiencia del turista y optimizando su tiempo. Como se expone en el artículo de Wang “La conexión constante con las fuentes de información en línea permite a los turistas ser más flexibles mediante el aprovechamiento de planificación en línea, por lo tanto, los turistas pueden ajustar sus actividades y planes, y, en consecuencia, los usuarios se vuelven más confiados en sus viajes.” (Wang, Xiang, & Fesenmaier, 2016) A medida que el turista pueda obtener mayor cantidad de información de viajes o itinerarios, se puede ver a un usuario más interesado por seguir usando las aplicaciones y al añadirle a esto un valor agregado como ofertas o precios reducidos por el solo hecho de adquirir dicha aplicación o página Web, generará en él una sensación de satisfacción.

El uso de la tecnología como cualquier otro medio de comunicación tiene mayores impactos, experiencias y resultados positivos que negativos, puesto que según Benítez Florido “las apps son beneficiosas para ambos, si lo observamos desde el punto de vista del turista, éste posee una herramienta multifuncional que le aporta información y le ayuda a tomar mejores decisiones durante su viaje en el destino turístico”. (Florido B, 2016) Como resultado a los aspectos positivos que ha generado el uso del turismo tecnológico tenemos que se han examinado los diferentes comentarios de las aplicaciones que están disponibles en la actualidad para los turistas y se han identificado catorce impactos diferentes de uso de los Smartphone, algunos de los más importantes son:

1. Resolución de problemas.
2. Búsqueda de información.
3. Flexibilidad del viaje.
4. Emociones.
5. Intercambios de experiencias
6. Memorias de almacenamiento.

Es importante destacar que estos estudios demostraron que el uso de la tecnología basada en la ubicación juega un papel clave al momento de adquirir un producto, ya que pueden verse aspectos importantes de personalidad y de los principales gustos y preferencias de los usuarios. (Florido B, 2016)

Como resultado final, los organismos públicos y privados que gestionan la promoción de los destinos turísticos a través de la herramienta Mobile marketing, deben tener claro está tecnología móvil para su posicionamiento e interacción directa con los turistas, dado que el viaje comienza en el momento que el turista tiene en su dispositivo móvil la información del destino turístico que ha seleccionado.

### **1.2.2 Marco conceptual.**

- Comercio móvil: La capacidad de comprar productos en cualquier lugar a través de dispositivos inalámbricos con acceso a Internet. Actualmente se realizan nuevos modelos de compra, ya que se realizan descargas de aplicaciones y visitas a páginas web, lo cual, aunque en muchas ocasiones no le genere un costo al usuario final, si genera un proceso de compra y ganancias para los creadores de las diferentes aplicaciones.
- Plataforma Web: Es una herramienta cibernética, la cual, reúne diferentes elementos como: carros de compras, interacción con compradores o vendedores, programadores de horarios, ventas e itinerarios, entre otras características en donde se debe tener en cuenta la necesidad del cliente.
- Página Web: Documento diseñado para poder acceder desde diferentes navegadores, como Google Chrome, Internet Explorer, entre otras. Por lo general ofrecen una apariencia estática y se usa principalmente para hacer publicaciones y ofrecer información de un tema en específico.
- Aplicaciones móviles: Reúne diferentes características de las herramientas mencionadas anteriormente, ya que en su mayoría ofrece un sistema interactivo de comunicación entre usuarios, clientes y vendedores. La característica principal de esta herramienta es que está disponible en Smartphone y por ende depende de una tienda virtual, que permita realizar la compra o la descarga de su aplicativo.
- Sistema de geolocalización: Es un sistema de posición y localización a través de satélites que permite determinar la posición de un objeto, una persona o un vehículo a nivel mundial. Es comúnmente conocido por sus siglas en inglés GPS, *Global Positioning System* y está disponible en casi todos los celulares, mayormente en los Smartphone o Tablet.
  - Unidad de planeación zonal: Conocido por sus siglas UPZ, según el Instituto Distrital de Turismo, hace referencia a los instrumentos de planeación que establecen la reglamentación

para un conjunto de barrios o sectores en específico, dependiendo de las características y actividades predominantes del lugar.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo general.**

Presentar una propuesta para la potencialización del turismo cultural en el sector de La Candelaria de la ciudad de Bogotá a través de una aplicación móvil.

#### **1.3.2 Objetivos específicos.**

- Analizar el desarrollo que ha tenido la tecnología en el sector turístico.
- Identificar los atractivos turísticos culturales del sector La Candelaria de la ciudad de Bogotá relacionados con la propuesta tecnológica.
- Determinar las necesidades de la demanda para los atractivos culturales de La Candelaria.
- Proponer el contenido didáctico de la aplicación turística móvil de turismo cultural del sector de La Candelaria.

### **1.4 Metodología**

#### **1.4.1 Enfoque.**

El enfoque que se le dio al presente proyecto fue de tipo mixto, ya que se emplearon encuestas a turistas y visitantes del sector de La Candelaria para conocer cuáles son las necesidades de la demanda y por otro lado se realizó una entrevista a personas que estén calificadas, en este caso se realizó la encuesta al señor Javier Baquero del Instituto Distrital de Turismo, quien desempeña funciones en el área de fortalecimiento del destino turístico en la capital colombiana.

#### **1.4.2 Tipo de investigación.**

El tipo de investigación es descriptivo, ya que, se procede a un análisis de una problemática encontrada en la actualidad y se busca detallar como está la situación y que factores afectan al turismo en el sector de La Candelaria en la actualidad, ello con el fin de establecer cuál puede ser una solución y determinar una medición de la viabilidad del presente proyecto al aplicarlo a la vida real.

#### **1.4.3 Descripción del sujeto**

Se entrevistó a todas las personas que estén de turistas o visitantes en el sector de La Candelaria. Para conocer cuántas personas se debieron encuestar, se tuvo en cuenta la cantidad de turistas que llega a la ciudad de Bogotá, cuantos llegan al sector de La Candelaria y de allí se extrae una

muestra, que represente a la población de turistas que llegan a esta localidad, para así conocer cuáles son sus gustos, preferencias y necesidades.

Estas encuestas se realizaron en el mes de abril, directamente en el sector de La Candelaria, preguntando a las personas que estaban haciendo recorridos turísticos, si podrían resolver un pequeño cuestionario. El cuestionario contenía un total de 13 preguntas, incluyendo si provenían de Colombia o de otros territorios internacionales. Una de las principales problemáticas presentes en el desarrollo de las encuestas, fue que una proporción de las personas a encuestar hablaban diferentes idiomas y se tuvo que realizar una traducción de las encuestas para que ellas fueran respondidas a cabalidad. A partir de esas encuestas, se obtuvo resultados importantes, como cuál es el perfil del turista del sector, que es lo que necesitan y que falencias tiene el sector para el completo desarrollo de sus actividades.

Por otro lado, se realizó una entrevista a una persona perteneciente a una institución gubernamental y que a su vez tenga incidencia en el turismo y en su realización o normalización, por ello se realiza la entrevista al señor Javier Baquero del Instituto Distrital de Turismo y de allí se extraen datos para poder realizar el inventario turístico del sector objeto de estudio, sin embargo, al tener la entrevista con el señor Javier, se puede evidenciar que no hay un inventario turístico actualizado y completo del sector, por ello los autores del presente trabajo realizaron el inventario de la zona, teniendo en cuenta los principales atractivos turísticos y los formatos de diseño de inventario que ha sido utilizado en los últimos años.

## **2. La tecnología en el sector turístico**

El presente capítulo tiene como objetivo analizar el desarrollo que ha tenido la tecnología en el sector turístico, y para esto se trae a colación varios temas a profundidad como lo son los antecedentes históricos de la tecnología, el impacto que ha tenido el internet en el turismo, las diferentes aplicaciones que actualmente se encuentran en el mercado para el desarrollo del turismo y destinos turísticos inteligentes. A partir de todos esos temas se aclaran conceptos básicos que ayudarán a entender mejor el comportamiento del turismo y la relación que tiene con el mundo tecnológico y del internet a lo largo de los últimos años.

### **2.1 Antecedentes históricos de la tecnología**

La tecnología ha llegado al mundo desde hace varios años y se ha desarrollado a tal punto en donde vemos que se aplica la tecnología casi en todos los campos y en la vida cotidiana de las personas alrededor del mundo, la tecnología se ha convertido, casi que, en una necesidad básica del ser humano. Como avances tecnológicos, se puede hablar desde que el hombre inició a inventar objetos con el fin de mejorar y facilitar su vida diaria, instrumentos para mejorar la salud de las personas, la movilidad, con el automóvil y los diferentes medios de transporte, por otro lado, inventos como el teléfono, televisor y demás elementos que mejoran en gran medida la forma de comunicarse de las personas y otros avances que han cambiado drásticamente la vida de la sociedad.

Al definir de manera concisa qué es la tecnología se puede notar que diferentes autores lo definen de diferentes formas, sin embargo, según el Doctor e Ingeniero César Jiménez se puede definir la tecnología como “El resultado del saber que permite producir artefactos o procesos, modifica el medio, incluyendo las plantas y animales, para generar bienestar y satisfacer las necesidades humanas” (Calderón, 2007 ) Según ello se puede afirmar que la tecnología involucra cualquier medio o artefacto, el cual haya sido estudiado y a su vez esté orientado a la mejora del bienestar de la sociedad y a la satisfacción de necesidades de los grupos de interés.

Al hablar de la tecnología dentro del turismo, cabe resaltar que ha sido una parte importante y fundamental en el desarrollo del mismo. Los medios de transporte, el primer viaje organizado por Thomas Cook a través del alquiler de un tren para el transporte de turistas, (gráfico 1) los aviones y demás innovaciones han sido cruciales para la historia turística. Sin embargo, a pesar de que inventos de mucho tiempo atrás han ayudado al mejoramiento continuo de la forma de hacer turismo, la llegada del internet ha sido uno de los aspectos que más ha revolucionado el mundo de

la hotelería y el turismo, debido a que cada vez son más los espacios en donde se usa internet como fuente de publicidad, compra y venta de habitaciones de un hotel, alquiler de casas vacacionales e incluso por este medio se pueden compartir experiencias de los turistas o visitantes, lo cual incentiva a las personas a buscar nuevas experiencias y por ende a realizar turismo en todas sus formas.

Debido a lo anteriormente mencionado, el internet será el eje principal del presente capítulo en donde se conocerá, cuando llega la tecnología al mundo y de qué manera ha modificado la forma de vivir de las personas y el contexto en donde se desarrolló y seguirá desarrollándose.



Figura 1. Primer viaje organizado por Thomas Cook  
Time toast (2009)

## 2.2 Internet

Internet empieza su creación en el año de 1969, debido a las necesidades que tenían los militares de Estados Unidos, de crear una red de información y comunicación que fuera capaz de servir después de los ataques de los enemigos a los ordenadores o a las líneas de red. En un principio se podían comunicar alrededor de 3 o 4 ordenadores, este servidor de red recibió el nombre de



a él para conocer cuáles eran las ofertas existentes para luego acercarse a un punto físico a realizar el proceso de compra, después de ello, empezaron a llegar los diferentes modelos de comercialización vía internet, en donde se compraban productos por medio de diferentes métodos de pago.

Internet en el turismo generó un gran impacto debido a las compras que se pueden hacer actualmente por ese medio, y es que ya el turismo tiene un fuerte soporte en la parte tecnológica, puesto que debido a la llegada de las aplicaciones muchas empresas vieron la posibilidad de llevar el internet y sus servicios comerciales a las personas de una manera más rápida y sin dejar de lado las facilidades que debe prestar. Buhalis y Law afirman que desde los años 70 las tecnologías de la información y la comunicación, han transformado el mercado turístico de manera sustancial, pero ha sido desde el año 2000, con los efectos de la llegada de Internet, cuando comenzó la verdadera transformación. (Vallespín Arán & Molinillo, 2014).

A través del tiempo las maneras de comunicación han ido evolucionando sustancialmente y con ello la actualización en cada empresa y en cada sector, ya que, de esta manera las industrias o empresas pueden estar mucho más cerca de sus clientes y llegar a mercados mucho más grandes. Gracias a la evolución que ha tenido el sector de las comunicaciones se ha dado la globalización empresarial; y en el turismo, actualmente existen diversas herramientas que mejoran la calidad de la comunicación entre los prestadores de servicios turísticos y el usuario que desea adquirir el servicio o incluso se permite un contacto directo entre los destinos o atractivos turísticos y los turistas o visitantes. Hoy en día se puede evidenciar una herramienta universal como lo es internet, donde a través de esta herramienta se puede encontrar cualquier cosa que busque el usuario, así mismo, puede ser aprovechada por los emprendedores que deseen captar un nicho de mercado diferente.

Pero esto no quiere decir que las empresas por tener un portal web en internet ya sean del todo competitivas, sino, que tienen que buscar la manera de adaptarse y asimilar estas nuevas tecnologías para poder mejorar sus actividades comerciales, ofrecer productos diferentes y tener estrategias efectivas para poder llegar a su mercado objetivo. Entre otras cosas se quiere decir con esto que las empresas, en este caso prestadores de servicios turísticos, deben estar a la vanguardia de la tecnología, ya sea con portales web bien diseñados, aplicaciones móviles para sus usuarios y turistas, asistentes tecnológicos o herramientas que faciliten y logren una comunicación dinámica

entre ambas partes, ya que, sin ello, analizando el entorno en el que se vive hoy en día, estarían dispuestas a desaparecer.

Debido a que las personas son cada vez más activas en internet, se ha notado que los mismos usuarios han creado la necesidad de realizar todas sus transacciones vía internet, ya sea compras, ventas, movimientos bancarios e incluso tener experiencias totalmente diferentes gracias a una aplicación móvil o una plataforma web, (gráfico 3) ya no es suficiente con realizar publicidad y tener páginas activas para la recepción de peticiones, quejas o reclamos, sino que los usuarios buscan realizar compras con solo buscar lo que desean y que o bien, llegue a la puerta de sus casa, cuando es un producto, o hacer el consumo del servicio adquirido en el momento que lo desean, del mismo modo el turista, busca que la tecnología haga parte de su experiencia turística y que contribuya a la movilidad y los recorridos que se puedan realizar.



Figura 3. Procesos de compra

Republicana Radio (2015)

Dentro del ámbito de compra y venta de cualquier producto o servicio se hace necesario el tener que hacer un proceso eficaz de marketing y para ello internet ha sido de gran utilidad, siendo uno de los medios en donde más se comercializa y se hace promoción o publicidad de los servicios o productos turísticos. Los principios de mercadotecnia dejan en claro el uso de las 4 “P”, (Producto, precio, plaza y promoción) para lograr un acercamiento eficiente y eficaz con el cliente y en la actualidad debido a que las necesidades de los clientes están en constante cambio, las empresas deben, a su vez, realizar cambios para estar a la vanguardia y ofrecerles a los clientes lo que necesitan en el momento en que lo deseen.

Una de las características más importantes de los usuarios de la tecnología es que actualmente están buscando experiencias diferentes, ya que, no basta solamente con la adquisición de productos o con encontrar variedad de información en internet. El usuario de internet actual, busca la manera de tener experiencias novedosas. La realidad aumentada, sistemas de GPS, reconocimientos de rostro o de huellas digitales, juegos interactivos, así como las nuevas formas de lograr interacción con las demás personas y otras características que ofrece el internet ha tenido gran auge para los internautas.

Las empresas también han cambiado sus modelos de negocio e incluso ha cambiado la forma de obtener ganancias, ya que es muy común escuchar personas que incrementan sus ingresos a partir de “descargas” o “visitas” en sus aplicaciones, plataformas móviles, perfiles personales o empresariales entre otros.

Actualmente encontramos que por medio de internet hay diferentes medios de comunicación, entre los cuales se destacan las páginas web, las plataformas web y las aplicaciones móviles, las cuales tienen algunas características muy similares, pero a nivel general son totalmente diferentes y están pensadas o realizadas bajo un proceso tecnológico específico.

### 2.2.1 Páginas Web.



Figura 4. Página Web  
Nissi Group (2012)

En turismo, generalmente se usan páginas web para hacer publicidad y ofrecer información acerca de diferentes sitios turísticos y en algunas ocasiones, por medio de las páginas web se puede conocer sitios de interés turístico de una zona o región.

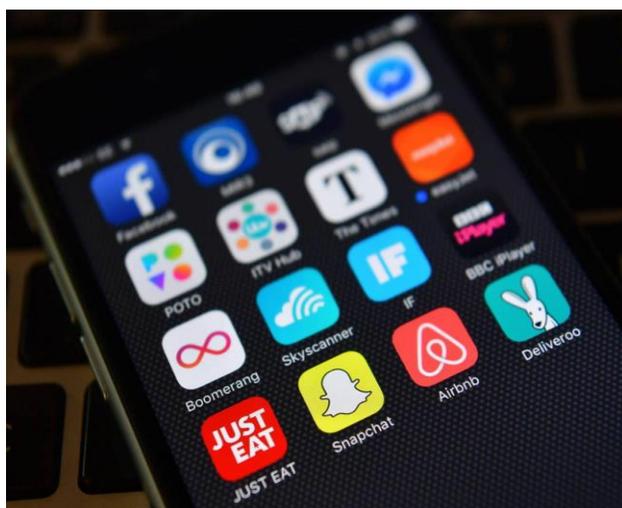
Actualmente, es muy común que las entidades públicas contengan una página web que informe a los posibles turistas acerca de actividades que se pueden realizar en los territorios y recomendaciones de lugares que ofrezcan servicios complementarios al turismo. (Gráfico 4)

### 2.2.2 Plataformas Web.

Una plataforma web hace referencia a aquellas aplicaciones que se han desarrollado vía internet, pero que funcionan únicamente por medio de los diferentes navegadores presentes en internet. Por medio de esta plataforma se pueden hacer diferentes actividades, como la compra de paquetes turísticos o de servicios por individual.

Muchas empresas han optado por realizar sus operaciones comerciales, a través de medios cibernéticos y por ello muchas empresas ofrecen a los clientes una plataforma, en donde no solo pueden hacer la adquisición de productos, sino que también se brinda una asesoría por medio de chat que están anclados a la página.

### 2.2.3 Aplicaciones móviles.



Son softwares diseñados especialmente para teléfonos y Tablet siendo estos los medios portables de las aplicaciones, con el fin de desarrollar alguna función en especial, ya sea de localización, de entretenimiento, de información o turísticos, en las cuales estas aplicaciones móviles, sirven como fuente de información medio de comunicación o puente entre el usuario y los prestadores de servicios turísticos. (Figura 5)

Figura 5. Aplicaciones móviles

El País (2011)

### 2.3 Turismo. Aplicaciones y las diferentes tecnologías

El turismo ha sido uno de los sectores que más incremento ha tenido en la importancia a nivel mundial y en Colombia no es la excepción, Según el periódico el tiempo, el turismo es el segundo sector que más divisas genera para el país, después del petróleo (El tiempo , 2016) Una de las principales características del turismo es que, debido a la incorporación de las nuevas tecnologías en el mundo moderno se ha hecho necesario implementar medios tecnológicos como fuente de innovación y de igual manera es frecuentemente usada para captar clientes de una manera más eficiente y eficaz.

En cuanto al turismo y la hotelería internet ha sido de gran ayuda, debido a que las personas acuden a medios cibernéticos para adquirir recorridos guiados, comparar precios de los servicios a adquirir e incluso obtener una vista en tiempo real de los lugares que desean conocer. “La distribución de servicios turísticos es uno de los negocios que ha experimentado un mayor incremento en las ventas a través de Internet, e Internet constituye un instrumento de vital importancia para la actividad de estas empresas” (Vásquez-Casielles, Río-Lanza, & Suárez-Álvarez, 2009) Existen varias aplicaciones o portales web inmersos dentro del turismo, lo cual ha servido de gran ayuda para las personas que desean comprar en el momento en que puedan y al precio que mejor se acomode a sus expectativas y necesidades.

Actualmente, la tecnología en el turismo se encuentra en cada uno de los espacios en los cuales se desarrolla esta actividad, por ejemplo en un hotel, en donde el servicio de internet Wi-Fi ha sido fundamental para los huéspedes, computadores portátiles o Tablet en las habitaciones e incluso algunos hoteles que han sido más arriesgados han incorporado robots para realizar el servicio a la habitación y labores de recepción al huésped transportando el equipaje desde la entrada hacia la habitación o viceversa, (gráfico 6) o plataformas en donde permite a los huéspedes realizar el proceso de Check-in por si mismos; en los restaurantes para hacer el pedido y ahorrar tiempos de desplazamiento de meseros y lograr un servicio más rápido y efectivo; uno de los servicios turísticos que más ha presentado cambios han sido las agencias de viaje y es que el cliente busca una manera diferente de realizar sus compras.

Existe el uso de portales web, aplicaciones móviles e incluso visitas guiadas con solo tener una conexión a internet, de igual manera las personas son cada vez más activas dentro del turismo y quieren ser parte fundamental del proceso de compra o selección de los servicios turísticos. Las agencias de viajes tradicionales y como se conocían comúnmente, han bajado notablemente sus

ganancias y su importancia dentro de este sector. “...lo más habitual es que una agencia de viajes tradicional desarrolle una “sucursal virtual”, configurando páginas web para comunicar su oferta, con la intención de reorientar y fortalecer su posición en los mercados actuales.” (Vásquez-Casielles, Río-Lanza, & Suárez-Álvarez, 2009)



Figura 6. Robots en hoteles.  
CNN español (2015)

Lo anteriormente mencionado junto a la necesidad que ha creado el cliente de organizar su itinerario o su plan de viaje por sí mismo con facilidad y con el apoyo de las tecnologías de la información y la comunicación, ha incrementado los constantes cambios que involucran toda la parte tecnológica y la aplicación de la misma como herramienta fundamental para la competitividad del sector turístico.

La promoción turística es, pues, dentro del lenguaje del turismo, una herramienta indispensable para dar a conocer los servicios y productos que se quieren ofrecer al potencial turista/viajero 2.0. (Vásquez-Casielles, Río-Lanza, & Suárez-Álvarez, 2009) Al usar medios tecnológicos para lograr una comunicación eficaz con el cliente, en este caso turista o viajero, se estaría usando herramientas tecnológicas y se deja atrás la comunicación directa que se basa en la construcciones de diálogos orales (conversaciones en agencias de viajes, en hoteles, en eventos empresariales, a través de llamadas telefónicas) y se empieza a convertir en una comunicación indirecta, la cual está basada dar información escrita (folletos, guías, revistas, prensa, anuncios publicitarios, páginas web, redes sociales), se debe tener en cuenta que la promoción y oferta de servicios turísticos a través de medios digitales ha tenido un gran impacto positivo en la forma en como el turista compra y adquiere sus servicios, lo hace de manera rápida, efectiva y cómoda, este proceso

de comunicación por medio de la web va dirigido al turista actual, quien se ve beneficiado con la implementación de estos aplicativos.

Citando a Ho, Lin y Chen, 2012 Las ventajas de la búsqueda online para el consumidor turístico son varias: su bajo coste, la facilidad a la hora de comparar productos, el acceso a información personalizada, la interactividad y la posibilidad de acceso a cualquier hora del día. (Vallespín Arán & Molinillo, 2014) de hecho, según un estudio de TGI el 75% de la población en Colombia ha consumido internet en el último mes. La población con acceso a internet es un porcentaje que va en aumento, (Revista dinero, 2016), hoy en día la cantidad de internautas que hay en Colombia componen una cifra que aumenta mes a mes, y cada vez son más las familias las que tienen acceso a internet, lo que indica que se puede sacar provecho de esto porque se puede llegar a más personas a través de herramientas cibernéticas.

Los turistas se van a ir enfrentando a procesos de compra tecnológicamente cada vez más completos, en los que las TIC se conforman como el eje central. Siguiendo esta idea, se da a entender que los turistas seguirán evolucionando su forma de obtener sus servicios o productos, es decir que la prestación de servicios turísticos se podrá distribuir a través de los Smartphone con aplicaciones y no necesariamente deben ser complejas, sino, que cada vez debe ser mucho más fácil para los turistas para que de esta manera sea accesible a la información y la compra de servicios en restaurantes, bares, transportes, hoteles, destinos... entre otras cosas.

Pero no solo se puede evidenciar la existencia de aplicaciones móviles o páginas web, sino, que también las redes sociales juegan un papel muy importante ya que a través de ellas se conecta todo el mundo, actualmente se encuentran entre las redes más famosas: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, esto es importante tenerlo en cuenta, ya que, por medio de estas redes se pueden desarrollar estrategias de marketing que ayuden a llegar a más público y de esa manera hacer publicidad de las aplicaciones que se pueden usar en los teléfonos móviles o compartir información que puede ser de utilidad para persuadir al público objetivo y hacer que estos usen la aplicación; esto hace que el turista cambie la manera de buscar información y de planificar su viaje ya que lo puede hacer desde la comodidad de su casa, de su oficina o cualquiera lugar que el desee.

Las agencias de viajes son los prestadores turísticos que más evolución han tenido en cuanto a la tecnología, (gráfico 7), ya que las agencias de viajes ya han creado páginas web, asesoría personalizada por medio de chat, plataformas móviles entre otras, que facilitan el proceso de compra de los turistas y logran realizar el proceso de manera más eficiente y eficaz.



Figura 7. Agencias de viajes virtuales  
Agencias de viajes (2017)

Uno de los países en donde más desarrollado está el turismo es España, y citando un estudio realizado por Amadeus 2014 (Rodríguez-Zulaica & Fernández-Villarán, 2016) afirman que existen alrededor de 5.500 agencias de viajes, de las cuales se desprenden más de 14.000 establecimientos o puntos de venta y se estima que más de la mitad de agencias de viajes existentes tienen presencia en internet, de ellas el 54% utiliza internet para venta de los servicios o productos turísticos, las demás solo la usan como un medio de publicidad y comunicación.

Sin embargo, las agencias de viajes que tienen el servicio de venta dentro de los portales web, solo ofertan vuelos y habitaciones o incluso alquiler de carros, y pueden llegar a vender estas opciones dentro de un denominado paquete turístico sin incluir destinos, sitios de interés o museos. Otra de las características que comparten las agencias de viajes es que aun todas están encaminadas a la venta del paquete vacacional y aunque algunas de ellas ofrecen el turismo de negocios como otra opción de realización de viajes no hay mayor interés por expandir su campo de aplicación o realizar una segmentación del mercado.

Una de las primeras agencias de viajes virtual fue EXPEDIA, la cual inició sus operaciones en el año 1996 y debido a la gran acogida que obtuvo decidió expandirse, ofertando vuelos, hoteles y algunas actividades en los destinos y a partir de allí se crearon algunas OTAs que ofertan productos y servicios similares a nivel mundial.

El reto más grande que puede presentar una plataforma móvil que preste servicios turísticos, puede llegar a ser la recolección de datos de los prestadores, atractivos y sitios de interés presentes en una región, ciudad o país, ya que, debido a la expansión que ha sufrido el turismo de manera global, son cada vez más los destinos turísticos que incluyen innumerables actividades por realizar. Genera un gran impacto que cada vez son más las personas que compran turismo on-line, llegando a ubicar al turismo como segunda transacción comercial más realizada vía internet por los colombianos, por tal motivo, los usuarios piden cada vez más aplicaciones o plataformas web cada vez más completas y que cumplan o superen sus expectativas a la hora de adquirir un servicio turístico de calidad.

Para satisfacer una demanda que cada vez está más sujeta a la tecnología, Colombia cuenta con algunas facilidades para la creación de un modelo de negocio que se desarrolle o que implemente las tecnologías de la información y la comunicación. El fondo nacional de Tecnologías de la información y las comunicaciones es una entidad colombiana promovida por el ministerio de las tecnologías de la información y las comunicaciones, la cual, se encarga de financiar proyectos empresariales que tengan alguna relación directa con el uso de internet y esta es una de las opciones que más personas toman para iniciar las actividades de la creación de aplicaciones, plataformas web o diferentes métodos de comercialización on-line.

Esta iniciativa ha incrementado sustancialmente los proyectos en los cuales pueden ser aplicados las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Su principal noción es apoyar a los nuevos emprendedores, siempre y cuando el desarrollo de las aplicaciones genere empleo y ayude a las comunidades o regiones a surgir y crecer económica, social y ambientalmente.

Las aplicaciones que se han creado usando el fondo nacional de Tecnologías de la información y la comunicación han sido desarrollados en diferentes ámbitos desde salud, transporte, servicios complementarios y demás sectores de la economía. Las aplicaciones móviles o las plataformas web han tenido bastante acogida en Colombia y a nivel global y de ellas también han sido parte fundamental las agencias de viaje virtuales y los nuevos modelos de negocio relacionados a la parte turística y hotelera.

### **2.3.1 Aplicaciones móviles.**

Las aplicaciones móviles han marcado la diferencia entre las formas de hacer turismo, ya que, anteriormente se tenía como única forma de hacer turismo, el servicio presencial, es decir, que el

cliente tenía contacto directo con una persona, la cual siempre lo asesoraba en su proceso de compra y de igual manera en su recorrido, en la actualidad el turismo se apoya en medios tecnológicos y cibernéticos. Por tal motivo, las aplicaciones, están en gran auge, ya que las personas quieren realizar todos los procesos de compra a través de su celular y por ello los usuarios llegan a ver su celular como un asistente personal, el cual puede ayudarlos en sus recorridos turísticos.

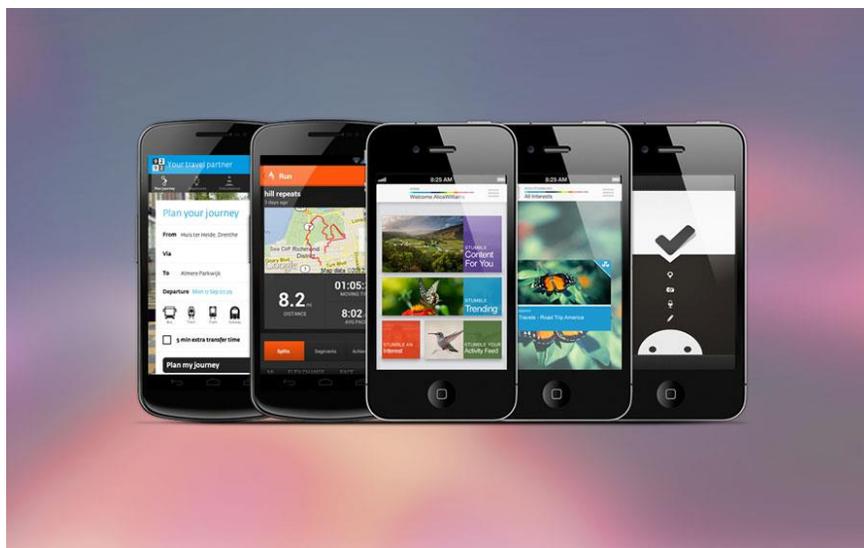


Figura 8. Aplicaciones móviles de turismo Playas de México (2015)

La tecnología se aplica a los diferentes campos y servicios que pueda ofrecer el turismo, “Ahora el viajero tiene una mentalidad diferente, el concepto de autoservicio está presente en el transcurso del viaje, ya que ahora puede reservar un vuelo, escoger un hotel o se puede comunicar con otros usuarios tan solo presionando un botón.” (Turismo y tecnología , 2012). El turismo que se desarrolla hoy en día tiene la particularidad de ser más personalizado y en lo posible con un aporte significativo de la tecnología, ya que, en su gran mayoría, las personas se desplazan a los diferentes sitios turísticos por recomendaciones que han recibido de otras personas, por la publicidad que se le haya hecho al destino por medio de las diferentes redes sociales o páginas e incluso por compartir a través de internet sus nuevas experiencias turísticas, resaltando los lugares que se han visitado.

Agencias de viajes, operadores de transporte turístico, hoteles, restaurantes e incluso guías turísticos han incorporado dentro de sus servicios, plataformas virtuales y aplicaciones móviles

que no solo sirvan como un canal de promoción y publicidad, si no que hagan parte del producto principal ofrecido en su modelo de negocio. (Gráfico 8)

Gracias a las facilidades que la misma tecnología ofrece, se pueden aprovechar diferentes recursos para hacer que el cliente o turista tenga experiencias inolvidables. El GPS ha sido de gran importancia para las nuevas aplicaciones que se están desarrollando en la actualidad, el cliente siempre desea saber en qué lugar esta y a que lugares puede acudir en determinado momento, los mapas y guías por escrito han quedado en el pasado, han sido reemplazadas por mapas virtuales, sistemas de geolocalización, realidad aumentada y demás características que hacen que el usuario prefiera tener todo en un solo lugar, como lo es en este caso en su celular.

### **2.3.2 Nuevos modelos de negocio basado en aplicaciones móviles.**

Actualmente se encuentran diversas tiendas de aplicaciones móviles como lo son App Store, Play Store o Windows Store, en donde se puede encontrar una gran diversidad de aplicaciones dirigidas a todos los públicos y a todos los sectores de la economía. Muchas de éstas que ofrecen servicios turísticos y también múltiples herramientas que hacen que el contacto con el usuario sea mucho más cercano y mucho más ameno, ya no es necesario tener un punto físico para poder vender productos o servicios y las empresas de turismo han sabido aprovechar todo el desarrollo tecnológico que se vive actualmente alrededor del mundo.

Las principales aplicaciones móviles turísticas que se encuentran en el mercado tienen que ver con todo el proceso de compra, ya sea, tiquetes de los diferentes medios de transporte, habitaciones de un hotel, recorridos turísticos, alquileres de autos y demás, incluso hay aplicaciones dirigidas al turismo en las cuales se puede comprar un paquete turístico completo o boletas para ingresar a los diferentes sitios de interés turístico. Debido a la gran cantidad de opciones que se encuentran en las tiendas móviles el usuario tiende a confundirse y no saber para qué sirve cada uno o cuál descargar.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo en donde se pueden observar las principales agencias de viajes virtuales en Colombia, así como otras aplicaciones móviles que han generado un gran impacto en los turistas. De esta manera se conocerá cuáles son las funciones principales de las aplicaciones y a que servicios puede acceder el turista por medio de ellas.

Agencia de viajes	Descripción	Imagen
Despegar	En esta plataforma se pueden comprar vuelos, hotel, alquiler de autos y realización de actividades siempre y cuando se tenga un asesor vía telefónicamente.	
Aviatur	Ofrece una asesoría por WhatsApp en donde se le da la opción al cliente de que comparta experiencias de manera informal por este medio y en caso que desee efectuar una compra la realice mediante un botón de pago enviado a su celular	
Price travel holding	Ofrece en su plataforma vuelos, hoteles, circuitos turísticos, cruceros y algo diferente son los seguros turísticos que ofrece a sus clientes	
Planificomiviaje.com	Agencia de viajes que funciona las 24 horas del día ofertando vuelos, trayectos de tren, actividades en los destinos, guardando la información en tiempo real.	
Tusproximasvacaciones.com	Brinda asesoría las 24 horas del día, ya sea vía telefónica o mediante el chat que ofrece la misma plataforma, ofreciendo así a sus clientes la compra de un paquete guiado por una persona quien es la que se encarga de brindar información adicional	
Mr.Trip	Esta plataforma brinda al usuario, vuelos, hoteles y paquetes turísticos, también cuenta con ofertas y un asesoría vía chat, aparte de tener puntos físicos y call center.	
DestinoJet	Esta agencia de viajes permite que el usuario ingrese su presupuesto para el viaje y de allí deja ver a sus clientes los destinos turísticos que puede visitar con el presupuesto de viaje	
Gurú Viajero	Es un asistente de viajes, el cual ofrece información de los sitios turísticos más importantes, así como, cuales atractivos visitar y permite a los viajeros crear un itinerario de viaje, pero no es un portal de compras, solo permite acceso a información y uso de mapas para ofrecer ubicación a sus usuarios, además de brindar a usuarios el número telefónico de los lugares que recomienda y las páginas web en donde pueden hacer las transacciones. Ofrece cuatro regiones y solo desarrolla operaciones en Colombia, las regiones o lugares a visitar son Bogotá, costa caribe, eje cafetero y Medellín.	
Aviatur y Aviatur Travel	En estas aplicaciones se puede hacer la adquisición de vuelos, paquetes turísticos, en los que incluye vuelo más hospedaje, alquiler de autos, tiquetes de tren o bus, su destino principal es Europa. Ofrece tarjetas de seguro y un número de WhatsApp en donde se brinda asesoría directa y personalizada	

Turismocity	Ofrece vuelos y hoteles, además de programar alertas para informar al cliente cuando existen ofertas muy económicas al destino que han programado y también tiene una plataforma de promociones en vuelos.	
Colombia mapa	Ofrece ubicación en tiempo real e indica a los usuarios actividades que pueden hacer en la ciudad y como llegar hasta el lugar que recomienda, además ofrece una versión Premium en donde puede hacer la navegación sin tener que estar conectado a internet.	
GetYourGuide	Ofrece a los usuarios recorridos turísticos a nivel mundial, es una aplicación de España en donde tiene en cuenta los principales atractivos de todas las ciudades del mundo, los tours se pueden hacer en bicicleta, caminata o en diferentes medios de transporte.	
Mtrip	Ofrece información de diferentes sitios turísticos a nivel mundial, no está incorporada en Colombia y solo es una guía informativa de los lugares que se pueden visitar y cuáles son las tarifas, pero aun así se tiene que tener una membresía o pagar mensualidades.	
CaliUp	Brinda información a los usuarios de las actividades que se pueden hacer en la ciudad de Cali, sin tener un espacio para hacer compra o reservación de productos, tan solo ofrece información de contacto de los lugares.	

Figura 9. Nuevos modelos de negocio.  
Elaboración propia.  
Imágenes tomadas de logos empresariales.

Para concluir, muchas de estas aplicaciones ofrecen casi los mismos servicios, sirviendo principalmente como intermediarios entre los prestadores de servicios turísticos y los usuarios, turistas o visitantes, gracias a esto es posible tener una mayor afinidad y aceptación del turismo por parte de las personas que quizá no la tenían antes, la información está a alcance mucho más rápido y breve, pero por otro lado se puede observar que estas aplicaciones ofrecen en su gran mayoría vuelos, hoteles, rutas turísticas, asesoría por chat y paquetes, aunque no está mal, se empieza a convertir en más de lo mismo, cuando se buscan cosas diferentes para que de esta manera los usuarios puedan escoger entre una y otra, dependiendo los productos finales que éstas ofrezcan.

### **2.3.2 Destinos turísticos inteligentes.**

“La actividad turística se caracteriza por un uso intensivo de la información, circunstancia que explica el notable impacto de las TIC en los procesos de consumo y producción en este ámbito” (Ivars Baidal, Solsona Monzonís, & Giner Sánchez, 2015), con el uso de las TIC todos los actores que intervienen en el sector del turismo deben actualizarse, por una parte se tiene en cuenta a los prestadores de servicios turísticos, estos deberían implementar nuevas e innovadoras tecnologías para poder ser competitivos en el mundo actual del consumismo y por otro lado está el consumidor que actualmente hace la compra de sus servicios turísticos a través de herramientas tecnológicas como lo son Smartphone, computadores, Tablet... entre otras.

Hoy en día existe un concepto llamado ciudad inteligente, la cual enfoca su principal característica en reflejar todas las ciudades como centros de conocimiento, tecnología e innovación, gestión de la información y todo esto es apoyado por las TIC, y la principal motivación es basada en el desarrollo de internet, y es allí donde se plantea un nuevo concepto para el turismo, especialmente enfocado a los destinos que brindan todo lo mencionado anteriormente obviando que además de la parte tecnológica que se le pueda implementar, está la parte turística donde se evidencia un intercambio cultural, estos destinos son llamados ‘Destinos turísticos inteligentes’.

“Las relaciones entre los agentes locales y los procesos de innovación que encajan en el enfoque de destinos inteligentes, junto a visiones centradas en las posibilidades de las TIC en la gestión de los destinos, bajo el concepto de e-destination” (Ivars Baidal, Solsona Monzonís, & Giner Sánchez, 2015), Esto indica que el cambio y el impacto que ha tenido el turismo con la llegada de nuevas tecnologías ha sido grande, tanto así, que actualmente el turismo ha debido hacer un cambio estructural por los nuevos patrones de demanda que han surgido, por la aparición de nuevos modelos de negocios, nuevos enfoques en el medio ambiente y la implementación de economía digital, esto hace que la gestión de los destinos tengan otra percepción en cuanto a sus objetivos y es, pensar en la sostenibilidad de los destinos, buscar maneras de competitividad en el escenario actual de turismo, diferenciar las experiencias para el turista que le puede ofrecer el destino, hacer una comunicación eficiente con otros destinos en la región o sector a trabajar y aprovechar toda la explosión y el impacto de las tecnologías de la información (TIC) para apoyar el consumo y la producción del turismo, “Una relevancia creciente ante los avances tecnológicos y su rápida adopción por la demanda que han configurado un nuevo escenario turístico”. (Ivars Baidal, Solsona Monzonís, & Giner Sánchez, 2015)

Desde que se pueden aplicar procesos tecnológicos al turismo, se puede notar que hace un acompañamiento desde que inicia el principio hasta el fin, es decir, desde que el turista busca información y hace una planeación de su destino, ya que usa computadoras, Smartphone, internet, todas las herramientas que están a su alcance y lo hace en busca de generar expectativas y tener una buena experiencia, mientras el turista visita su destino también se puede notar un acompañamiento de la tecnología ya que siempre está en busca de nueva información que le amplíe su visión de lo que puede estar viviendo en ese momento en dicho destino o lugar de interés, por otro lado al finalizar ya sea su estadía, visita o paso por el destino, la tecnología vuelve a aparecer porque el turista calificará y recomendará o no dicho lugar, basado en su experiencia y en el cumplimiento de las expectativas que tenía al principio “Las TIC han impactado de manera notoria en el ciclo del viaje, desde su organización hasta la experiencia posterior.” (Ivars Baidal, Solsona Monzonís, & Giner Sánchez, 2015)

Por otro lado el tener procesos tecnológicos que apoyen la actividad turística tiene muchas ventajas como por ejemplo, el reducir costos operativos ya que si antes se necesitaba a alguien que diera la información y que estuviese capacitado para hacerlo, hoy en día con el simple hecho de buscarlo en la web es suficiente ya que allí se encuentra cualquier información incluso adicional a la que el usuario desea encontrar, también la manera de comunicarse con el usuario es una de las ventajas de los procesos tecnológicos aplicados al turismo, porque la manera en como se le brinda la información hoy por hoy se puede hacer de forma personalizada a través de chats, video llamadas y mensajes, esto hace que el cliente se sienta comprometido y también se genera un marketing relacional.

La accesibilidad a mas mercados es una de las ventajas más importantes, ya que, al tener una página web donde se brinde información de la compañía, es probable que más personas alrededor del mundo la encuentren y se vean interesados, esto da la posibilidad de expandirse como empresa y alcanzar un mercado más globalizado y por otro lado las ventas de servicios turísticos se hacen de manera individualizada, más eficiente y ajustada a lo que realmente necesita y busca el turista, ya no tiene que el ajustarse a lo que se le puede ofrecer, sino, por el contrario ya puede encontrar lo que realmente está buscando, es decir el producto se ajusta a la demanda y sus necesidades, Albacete y Herrera (2012) “sintetizan las ventajas de las TIC para la empresa a partir de diferentes trabajos: optimización de la eficiencia y reducción de los costes operativos; nuevas relaciones con los clientes que mejoran el servicio, la calidad y la satisfacción; perfeccionamiento de las

relaciones con los proveedores; acceso a mercados más globales, y planificación de los servicios turísticos más eficiente”. (Ivars Baidal, Solsona Monzonís, & Giner Sánchez, 2015).

Con la implementación de nuevas tecnologías los destinos están encaminados a cambiar su concepto ya que al generar un cambio y al convertirse en un destino inteligente, no solo le apunta simplemente a un lugar en específico, sino, también al entorno en el que está ubicado, y con ello llega el desarrollo y el progreso, porque afecta directamente al transporte, comercio en general, infraestructuras, entre otras cosas, el futuro de los destinos es el de tecnificarlos generando una sostenibilidad ambiental la cual no deteriore el lugar y dañe el entorno, por otro lado se busca alcanzar una sostenibilidad económica basada en el turismo ya que es uno de los renglones que más le aporta a la economía, pero para lograr el cambio de los destinos simples a destinos inteligentes se debe tener un apoyo de entidades públicas para lograr una buena gestión y alcanzar el objetivo, esto contribuye al crecimiento, desarrollo y tecnificación de la ciudad, para que perdure en el tiempo y sea rentable, de igual manera. “la identifican con aquella ciudad cuyas inversiones en capital humano y social, así como en infraestructuras de transporte tradicionales y de TIC, favorecen el crecimiento económico sostenible y una alta calidad de vida, con una sabia gestión de los recursos naturales a través de un gobierno participativo.” (Ivars Baidal, Solsona Monzonís, & Giner Sánchez, 2015)

La consolidación de una infraestructura tecnológica que vaya a la vanguardia hace que el destino se vuelva un destino inteligente pero de esta manera también contribuye al crecimiento de la ciudad o lugar donde se esté desarrollando, este debe garantizar el desarrollo sostenible y la accesibilidad para todos de este modo generar experiencias y expectativas que ayuden también a mejorar la calidad de vida tanto del residente o local, como del turista que hace parte del destino en algún momento; Los destinos turísticos incrementan la competitividad del lugar frente a otros que no implementan este concepto, facilita la interacción del entorno con el visitante, esto hace que se tenga una percepción diferente y mejorada lo que de igual manera contribuye a generar márgenes altos de calidad de vida en el destino, y por otro lado al aplicar el concepto de DTI se gestiona y se aprovechan de mejor manera los atractivos naturales y culturales, siendo una cadena simultánea que facilite la interacción del visitante con el lugar.

## **2.4 Conclusión**

La tecnología es crucial para todos los procesos, ventas, compras y demás actividades que se están realizando en estos tiempos. Es por ello que el turismo, como todos los sectores de la

economía deben incorporar medios tecnológicos dentro de los procesos de las empresas. Se puede llegar a considerar que una compañía o prestador de servicio turístico que no se encuentre en los buscadores más famosos o en las tiendas virtuales más reconocidas están propensas a desaparecer.

No hay que dejar atrás que en la actualidad las aplicaciones móviles, son los modelos de negocio que están en auge, y aunque es verdad que muchas empresas de servicios turísticos han implementado las aplicaciones móviles como medio para realizar sus actividades, también es cierto que en esos casos la aplicación móvil es solo un medio o un recurso de apoyo.

Debido a la cantidad de empresas que funcionan de manera virtual, hoy en día, la innovación puede resultar crucial para el éxito de las nuevas empresas que se van a crear. El cliente siempre busca la manera de adquirir nuevas experiencias y de hacerlas públicas para generar cierto status o simplemente para estar a la vanguardia y usar las herramientas que se están usando en el momento. Es por ello que, en tiempos de creación de agencias de viajes virtuales, una aplicación que incentive el turismo brindaría tanto a clientes como a prestadores de servicios turísticos, una buena alternativa para conocer lugares que no han sido tan conocidos y de vender aquellos recursos turísticos que no han sido totalmente explotados.

### 3. Atractivos turísticos de interés cultural de La Candelaria

#### 3.1 Delimitación de la zona

El presente proyecto se desarrollará con los principales atractivos turísticos culturales del sector de La Candelaria de la ciudad de Bogotá. Sin embargo, en el gráfico 10, se presentan los bienes de interés cultural de la localidad, incluyendo algunos atractivos que no están dentro de los límites de lo que se conoce como La Candelaria, entre aquellos atractivos se encuentran, el Museo del Oro, el Parque Santander y el Banco de La República. Aun así, el Instituto Distrital de Turismo (IDT), ha desarrollado un mapa llamado “National Monument. La Candelaria”, el cual, busca explotar el sector incluyendo los atractivos turísticos más importantes y representativos para la Candelaria y sus alrededores.

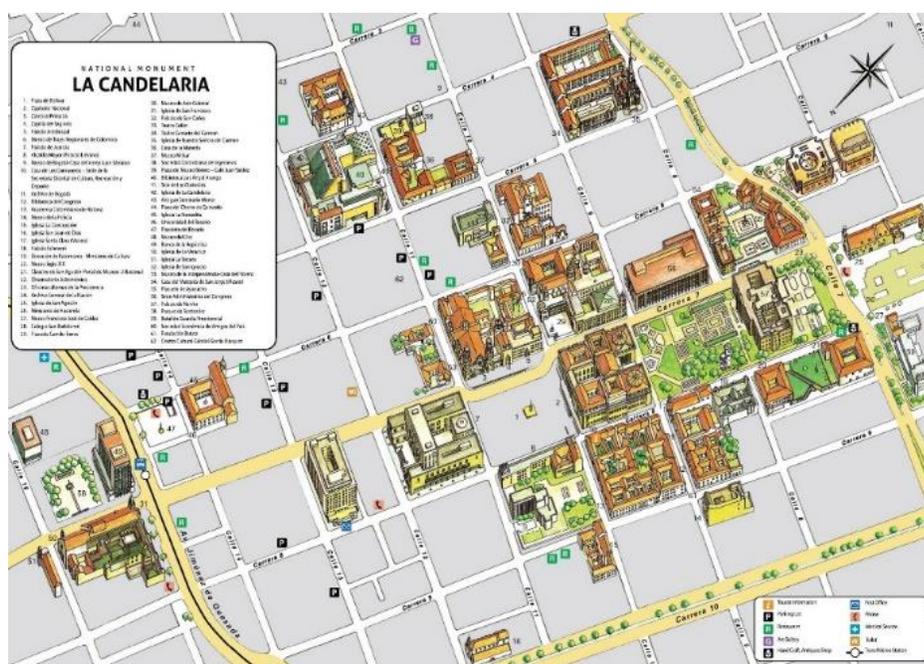


Figura 9. Mapa Candelaria

Tourist Map. IDT (2017)

La Candelaria es uno de los sectores y localidades más importantes de la ciudad de Bogotá, ya que, alberga diferentes escenarios en donde se ha desarrollado gran parte de la historia colombiana y de su capital. Es el sector más antiguo de la ciudad, por ende es allí donde se encuentran diferentes obras arquitectónicas, museos, eventos, restaurantes y acontecimientos históricos que dieron origen a la nación, porque por donde se mire entre sus calles siempre habrá una historia que contar o algo para ver, este importante sector ha sido y sigue siendo epicentro y testigo de hechos

importantes, de historia política y de eventos culturales que hoy en día son sitios de interés tanto para las personas que habitan en la ciudad como las personas que la visitan. Esta localidad “... fue constituida mediante la Ley 1 de 1992 que reglamentó la división territorial del Distrito Capital y le asignó la nomenclatura de Localidad 17” (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2007).

En el sector de la Candelaria existen diferentes sedes socio - políticas a nivel nacional y regional, como la presidencia, el congreso, la alcaldía, ministerios entre otros. Esta localidad está ubicada en la parte centro-oriental de Bogotá, siendo éste, el sector histórico, cultural y turístico, cuenta con aproximadamente 23mil habitantes, y a su vez cuenta con 206 hectáreas, lo que indica que es una de las zonas más pequeñas de la ciudad y por tal razón es la única localidad que cuenta solo con una Unidad de Planeación Zonal (UPZ). La UPZ con la que cuenta el sector es de tipo 8, el cual, hace referencia a los sectores de predominio dotacional, quiere decir que los bienes materiales e inmateriales que se encuentran en el sector requieren un tratamiento especial, ya que alberga una gran riqueza patrimonial. La Candelaria cuenta con construcciones y espacios de interés histórico, cultural y político y por tal razón en este sector las actividades a realizar involucran una serie de características y actividades diferentes a las de algunas otras.

La Candelaria, está dentro de la localidad Santa Fe y por tal razón sus límites hacia el norte, sur, oriente y occidente limitan con la dicha localidad. En el gráfico 11, podemos ver el sector de la Candelaria sombreado con color amarillo y a sus alrededores delimitado con un color morado la localidad de Santa Fe.



Figura 10. Mapa sector

Google maps.

Al ubicarse La Candelaria dentro de la localidad de Santa Fe, suele confundirse frecuentemente con sus límites y con los bienes que se encuentran alrededor de la Candelaria, generando incluso que los turistas, visitantes y hasta ciudadanos frecuentemente se ubiquen en algún punto que no pertenece a La Candelaria y aun así sientan que están dentro de aquella histórica localidad. La alcaldía mayor de Bogotá e institutos como el IDT, se refieren a que los límites del sector presentan problemas de claridad territorial, pero aun así ello no ha presentado inconvenientes al momento de promover los sitios de interés turístico de manera global.

Los barrios que conforman la Candelaria son: La Catedral, Centro Administrativo, Santa Bárbara, La Concordia, Las Aguas, Egipto Y Belén. Todos los barrios que pertenecen a esta localidad hacen parte fundamental de los recorridos turísticos que se han creado en el sector resaltando diferentes tipos de turismo.

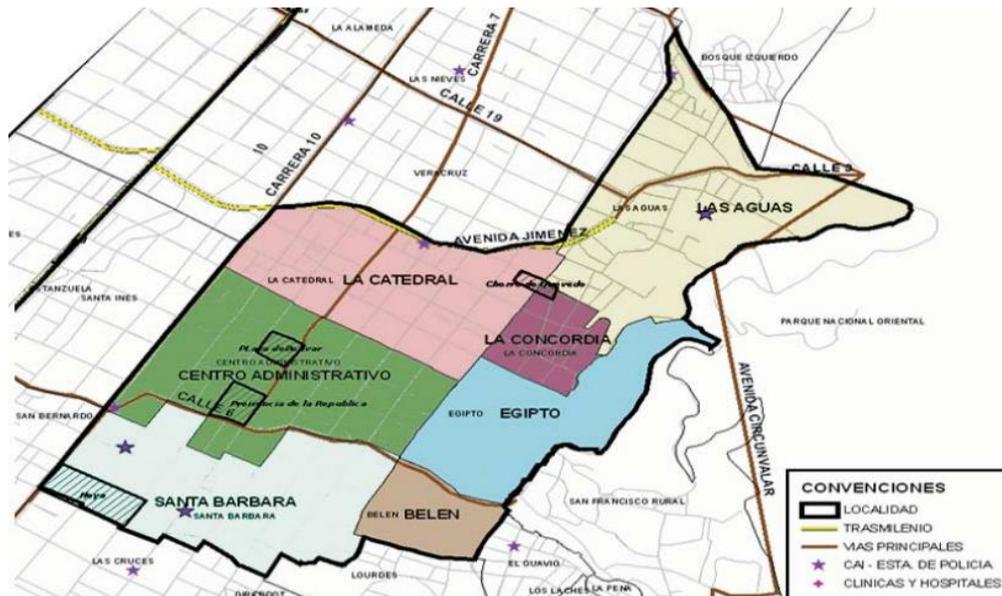


Figura 11. División por barrios. IDT

### 3.2 Entrevista

La siguiente entrevista se realiza el día 13 de abril del presente año a una persona vinculada al Instituto distrital de turismo. El señor Javier Baquero pertenece al área de gestión de destino y es el encargado de coordinar las acciones que se implementan para fortalecer el turismo en la ciudad de Bogotá.

1. ¿Qué es el IDT y que función desempeña en la actualidad?

El IDT es la entidad encargada de fomentar el desarrollo económico de la ciudad desde el sector turístico, ¿Cómo logra esto?, por medio de dos frentes principales, uno es la gestión de destino y el otro es la promoción de la marca ciudad, por el lado de la gestión de destino la misión es disponer toda la plataforma turística a los turistas, como hoteles, hostales, restaurantes, operadores turísticos, agencias de viajes tengan la posibilidad de fortalecerse de mejorarse, de mejorar su sostenibilidad y de mejorar la competitividad para recibir a los turistas, por el otro lado es la promoción de la marca ciudad es todo el ejercicio que hace el instituto para dar a conocer la ciudad fuera de Bogotá, esta es el área que promociona la ciudad, que promociona los atractivos turísticos de la ciudad, que promociona todas las características y todas las plataformas, y el fortalecimiento que tiene la ciudad para poder ofrecer a sus turistas, ¿Cómo lo hace? Por medio de varios caminos, en el caso de gestión de destino, lo hace por medio de la formación de programas y proyectos y de la ejecución de programas y proyectos, por el lado de promoción, lo hace por medio de acciones que muestren la imagen de la marca ciudad y la imagen de la toda la oferta turística que hay en Bogotá.

El Instituto distrital de turismo es una de las entidades importantes ubicadas ciudad de Bogotá en cuanto al turismo ya que desde allí se gestan proyectos para incentivar y desarrollar todo el turismo a nivel distrital, de la misma manera se preocupa por todos los factores que pueden o no afectar la calidad del turismo como la seguridad, la competitividad y sostenibilidad, entre otros factores importantes.

Es importante conocer que están haciendo las entidades públicas de la ciudad para el desarrollo del turismo, ya que de esta manera se puede analizar los principales problemas y plantear soluciones desde allí.

2. ¿Cómo ha sido el comportamiento del turismo a nivel nacional y a nivel distrital en los últimos años?

Voy a hablar primero a nivel mundial y después llegamos a Bogotá, uno de cada diez empleos a nivel mundial lo genera el sector turístico genera mil cuatrocientos trillones, 1.4 trillones de

dólares al año, adicional a eso tiene un aporte del PIB global del 10% , es decir, toda la plata que se genere en el mundo, el 10% es gracias al turismo, vengo a Colombia, en Colombia llevamos tres años con un crecimiento de dos dígitos mientras a nivel mundial el crecimiento es un solo dígito en este momento en Colombia el crecimiento es de dos dígitos y eso ha sido ha sido por los últimos tres años, es probable que el 2017 el crecimiento también haya sido de dos dígitos, alrededor del 13 o del 14%, eso nos abre un montón de posibilidades al sector turístico un crecimiento aceleradísimo, es por eso que en este momento Bogotá es vitrina turística a nivel mundial, y publicaciones como Wall Street Jr. y New York Times dicen que Bogotá es el lugar para vivir en el 2018.

El señor Javier Baquero afirma que la ciudad de Bogotá es reconocida internacionalmente por el desarrollo turístico que ha tenido a lo largo de los años, y hace una comparación a nivel mundial, aportando que el turismo ha sido durante un periodo de tiempo uno de los factores de desarrollo y de crecimiento económico alrededor del mundo, hace una visión general en cuanto a la situación actual del posicionamiento turístico a nivel distrital, con estas afirmaciones se espera que el desarrollo del turismo en la capital incremente de manera paulatina y se creen nuevos proyectos precisamente para lograr la meta.

### 3. ¿Qué falencias o que factores pueden afectar al turismo en Bogotá?

Hay dos debilidades importantes que hemos identificado, la primera es la seguridad, y la segunda es el transporte, si nosotros empezamos a desarrollar actividades y acciones para tener una plataforma turística competitiva totalmente y de alta calidad, pero la seguridad que le brindamos a los turistas es deficiente, no nos sirve de nada la plataforma, así mismo como si nosotros tenemos toda la plataforma turística dispuesta para ellos, pero les toma una hora u hora y media para desplazarse de un punto turístico a otro, no sirve, es importante resaltar que toda la actividad turística cuando se habla de gestión de destino gira entorno a tres pilares fundamentales, el primero es el producto, el segundo es el entorno, y tercero es el servicio, si en el caso de París por dar un ejemplo lo único que hubiera fuera la torre Eiffel no sería un lugar turístico, no depende solo del producto, depende también del entorno, si París tuviera un entorno muy favorable de buenos restaurantes y alojamientos muy buenos, pero no hubiera un

producto que observar o no existiera la torre Eiffel pasaría lo mismo, no sería lugar turístico, y lo último es el servicio, vuelvo al mismo tema, si París tuviera un excelente servicio, las personas fueran supremamente amables, y siempre dieran la bienvenida al turista, y el turista satisficiera sus necesidades gracias a la actitud y al servicio que tiene la ciudad, no serviría de nada si no hubiera un producto y un entorno, esta trilogía de la teoría turística es fundamental, y es ahí donde nosotros trabajamos un montón.

El turismo en la ciudad de Bogotá ha sido golpeado fuertemente por dos factores fundamentales a la hora de ofrecer servicios a turistas, como lo es el tema de la seguridad y el transporte, se deben desarrollar planes de acción para mitigar estas situaciones y más aun hablando de un punto de interés turístico tan importante para la ciudad como lo es la Candelaria, por otra parte es relevante hacer de los destinos turísticos una experiencia amigable con el visitante, es por ello que el señor Javier Baquero menciona la trilogía y como se complementan cada uno de los factores que podrían hacer que se desarrollara o se disminuyera el turismo.

4. ¿Considera que la tecnología puede mejorar el desarrollo del turismo a nivel mundial y en Bogotá?

Definitivamente la tecnología va a mejorar el sector turístico de Bogotá y a nivel mundial, es un hecho que nosotros todavía no sabemos el alcance de la tecnología dentro del sector turístico, porque la tecnología aún está muy incipiente y falta muchísimo, apenas nos estamos dando cuenta de cómo tecnologías, cómo la inteligencia artificial pueden operar dentro de sector turístico, ya hay actividades de inteligencia artificial que ayudan a los sectores hoteleros para tener un mejor servicio en el mundo, ya hay ferias internacionales como FITUR, que es la feria en España, que tiene concursos que se dirigen exclusivamente a fomentar la tecnología y la innovación, no sabemos el alcance de la tecnología ahorita, pero si estamos supremamente seguros y convencidos que quien no se adapte a la innovación de la tecnología dentro de los institutos turísticos del mundo se queda atrás.

La tecnología ha tenido grandes participaciones y algunas muy importantes y más en el campo del turismo ya que buscan satisfacer una manera eficiente las necesidades de los turistas y transformar la visión del usuario final, eso produce un desarrollo en la industria y económico también, así como lo menciona el entrevistado, actualmente se están estudiando diversas formas de aplicar la tecnología en el turismo que incluso empresas del sector están dispuestas a integrarse en el mundo tecnológico para estar a la vanguardia y prestar un servicio siempre buscando la calidad.

5. ¿Cómo el Instituto Distrital de Turismo (IDT) está potencializando a la ciudad de Bogotá?

Desde el 2015 venimos actualizando la política distrital de turismo, esa actualización la hicimos con ayuda del centro interdisciplinario de estudios económicos de la universidad nacional, con ayuda de la secretaria distrital de desarrollo económico y durante año y medio nos fuimos a las 20 localidades para averiguar cuáles eran los potenciales turísticos que tenían esas 20 localidades, consultamos a expertos internacionales que han participado dentro de la feria de FITUR, para que nos contaran como es que ellos ven el turismo en el futuro, estuvimos con gremios y asociaciones, como ANATO, como las asociaciones de hoteles, como las asociaciones de hostales, para que ellos también nos contaran cuál es su mirada, y nos reunimos con muchísimas personas para poder definir cuál va a ser la visión de Bogotá en el 2038, resolvimos que definitivamente en el 2038 lo que queremos es que Bogotá sea e destino turístico creativo de sur américa, y es desde ahí que tenemos todos nuestra forma de acción puesta.

El instituto distrital de turismo trabaja de la mano con diferentes entidades dispuestas al desarrollo del turismo en la ciudad de Bogotá, allí se tienen en cuenta entidades públicas y entidades privadas, para conocer los puntos de vista y buscar la innovación que haga que la ciudad sea más atractiva para los turistas que la visitan; también es importante destacar la importancia de la recepción de nuevas propuestas, la ejecución y el apoyo que se le da proyectos por parte de las entidades competitivas, que buscan el desarrollo a través de la tecnología, ya que de alguna manera puede llegar a ser un eje de evolución y mejora de la calidad en el sector.

6. La candelaria es una de las localidades que más turistas atrae, ¿Qué tan importante puede ser el desarrollo del turismo cultural en este sector?

El turismo cultural está muy ligado a una tendencia que se llama el turismo creativo, como una de nuestras misiones y visiones para 2038 de los nuevos lineamientos de la política distrital de turismo es que Bogotá sea el destino turístico creativo de sur américa , la candelaria juega un papel súper importante porque la candelaria es foco de creación de creatividad tiene una población estudiantil creativa supremamente importante, adicional a eso queda el centro y la historia de Bogotá, adicional a eso es un centro donde hay muchísimos teatros y donde se desarrolla muchísima cultura por medio de la gastronomía y el arte urbano la candelaria sigue siendo por excelencia un sitio turístico prioritario para la ciudad, y por otro lado ya estamos haciendo acciones y actividades para que la candelaria empiece a tener este carácter creativo prioritario de Bogotá, uno de esos son los laboratorios de innovación turística que se realizan en la localidad de la candelaria y que estamos muy contentos de que sean promovidos por la alcaldía local, quienes saben y conocen la importancia del sector turístico dentro de esa localidad.

El sector de la Candelaria es uno de los sectores turísticos más importantes de la ciudad ya que allí a sus adentros alberga la historia y la cultura de la capital, el potencializar este destino que ya visitan muchos turistas podría generar un gran desarrollo económico y turístico en la ciudad, principalmente porque es uno de los sectores donde hacen presencia hoteles, agencias de viaje, guías de turismo, restaurante, bares, entre otros establecimientos que se pueden ver beneficiados con el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Bogotá.

7. ¿El IDT maneja algún tipo de inventarios turísticos o de estados de bienes de interés o de atractivos turísticos?

El IDT tiene un inventario de 493 lugares turísticos, pero eso es un trabajo que se hace en conjunto con otras secretarías, como la secretaria de cultura y nosotros lo que hacemos es prestar la atención a aquellos sitios turísticos o aquellos sitios que son turísticos pero que no

están potencializados turísticamente solo el 10% de esos 493 sitios, son hoy en día conocidos como lugares turísticos de excelencia, una de nuestras misiones es potencializar y aumentar el número de lugares prioritarios turísticos de Bogotá.

Las entidades públicas como el instituto distrital de turismo cuentan con información disponible para el turista, así como mapas, guías, y listas, pero aun así es poca o muchas veces desactualizada la información que se obtiene, este proyecto incentiva la actualización y la generación de nuevos datos que pueden contribuir a potencializar un sector impactado por el turismo a lo largo de los años, que no solo puede ser aplicado en dicho sector, sino, de igual manera aplicarlo en los diferentes puntos a potencializar hablando turísticamente.

8. ¿El listado que tienen está disponible al público o solamente se manejan para fines administrativos?

Yo creería que ese inventario está disponible al público definitivamente, lo observatorio turístico que es otra de las líneas poderosas del instituto distrital del turismo lo que hace es que recoge muchísima información estadística del sector y muy probablemente dentro de esa información está el inventario turístico si no está colgado en web se puede solicitar directamente con el instituto distrital.

La información del inventario turístico está disponible para el público, pero la información que se encuentra allí no es la correcta muchas veces por falta de actualización o más información reciente, los medios por los cuales se pueden solicitar los documentos es a través de las plataformas virtuales que estas entidades disponen para quien le interese o en puntos físicos.

### **3.3 Inventario atractivos culturales de La Candelaria**

La Candelaria, es el sector en donde hay presencia de la mayor parte de atractivos turísticos culturales y en cada calle y cada lugar del sector se pueden encontrar diferentes espacios que hacen parte de la cultura y de la historia del país y de la capital colombiana. Los alrededores del sector y

las localidades que quedan contiguas a la Candelaria, también hace parte del listado de bienes culturales del lugar.

Para el presente proyecto se ha hecho un trabajo de campo el cual consistió en visitar los atractivos turísticos de la Candelaria y cercanías, así como entrevistar a personas del Instituto Distrital de Turismo, quienes a su vez ofrecieron información detallada y un mapa turístico de La Candelaria, incluyendo algunos atractivos turísticos presentes muy cerca de este sector. Se han escogido un total de 40 atractivos turísticos culturales del sector de La Candelaria. Estos atractivos han sido seleccionados a partir del mapa turístico que ha publicado el Instituto Distrital de Turismo, llamado “National monument. La Candelaria” (Anexo 1). Esta lista comprende un total de 62 atractivos turísticos en donde se encuentran museos, librerías, parques, plazas e iglesias. Los atractivos turísticos más fuertes del sector serán parte del siguiente inventario, los cuales, a su vez se incorporarán en la aplicación móvil y serán los productos principales del proyecto.

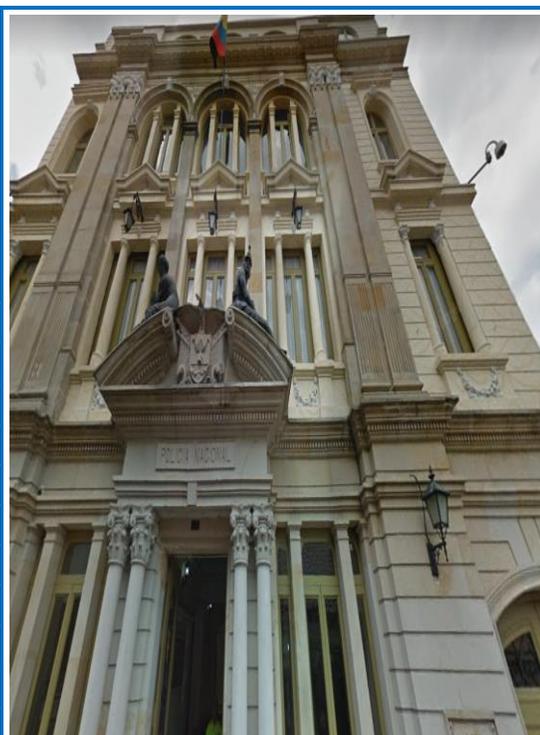
El inventario turístico se dividirá en tres grupos importantes, según sus características principales, los grupos en mención son:

1. Museos.
2. Iglesias y centros religiosos.
3. Sedes Político - administrativas
4. Centros de interés cultural.

### **3.3.1 Museos.**

Los museos han sido parte fundamental del desarrollo del turismo cultural que se desarrolla en varios sectores de los países a nivel mundial. Un museo es aquel lugar en donde se exponen diferentes elementos, materiales u objetos que tienen una representatividad para la región, la ciudad, el país o el mundo, en el sector de La Candelaria en la ciudad de Bogotá, se pueden encontrar diferentes museos que exponen objetos de diferentes temas a lo largo de la historia del país y las culturas étnicas que allí se encontraban.

1. GENERALIDADES																								
1.1 Nombre	Museo historico de la policia nacional																							
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC																					
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria																							
1.5 Administrador o propietario	Mayor Humberto Aparicio Nava																							
1.6 Dirección/Ubicación	CL 9 # 9 - 27																							
1.7 Teléfono/Fax	515 96 77 - 515 96 79																							
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso																						
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo																
1.10 Indicaciones para el acceso:																								
2. CARACTERÍSTICAS																								
2.1 Código asignado	001																							
2.2 Descripción	<p>El Museo Histórico policial y cultural sin ánimo de lucro, está al servicio de la sociedad y abierto al público; tiene como finalidad la exposición, apreciación de la historia y la evolución de la Policía Nacional en el país. En la actualidad el museo cuenta con un gran número de piezas en exposición donde se encuentran: armas, uniformes y vehículos institucionales. De igual manera se puede apreciar diferentes exposiciones de sucesos que han marcado la historia del país.</p>																							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN																								
CALIDAD					PUNTAJE																			
Estado de conservación (21)					20																			
Constitución del bien (21)					21																			
Respresentatividad General (28)					26																			
Subtotal					67																			
SIGNIFICADO																								
Local (6)					Regional (12)					Nacional (18)					Internacional (30)					18				
TOTAL										85														



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 12. Inventario Museo histórico de la policía nacional  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Museo de arte colonial								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	IDPC - Subdirección de intervención								
1.6 Dirección/Ubicación	KR 6 # 9 - 77 MUSEO DE ARTE COLONIAL								
1.7 Teléfono/Fax	3416017								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	002								
2.2 Descripción	<p>El museo exhibe pinturas, tallados en madera, muebles, joyería, libros y documentos de la época colonial. La colección más importante del Museo de Arte Colonial consiste en 76 pinturas al óleo y 106 dibujos de Gregorio Vásquez de Arce y Ceballos, quien fuera el pintor más importante del Nuevo Reino de Granada</p> <p>Museo de Arte Colonial es un espacio para la reflexión, construcción y divulgación de conocimiento sobre la cultura colonial. Fue inaugurado en 1942 en un edificio del siglo XVII que originalmente perteneció a un colegio de jesuitas.</p>								
									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
	CALIDAD				PUNTAJE				
	Estado de conservación (21)				18				
	Constitución del bien (21)				19				
	Representatividad General (28)				26				
	Subtotal				63				
	SIGNIFICADO								
	Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6				
	TOTAL				69				

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 13. Inventario Museo de arte colonial  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES																		
1.1 Nombre	Museo de Bogotá- casa del virrey Juan Sámano																	
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC															
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria																	
1.5 Administrador o propietario	Instituto distrital de patrimonio cultural																	
1.6 Dirección/Ubicación	KR 4 # 10 - 18																	
1.7 Teléfono/Fax	352 18 65 - 352 18 64																	
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso																
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo										
1.10 Indicaciones para el acceso:																		
2. CARACTERÍSTICAS																		
2.1 Código asignado	003																	
2.2 Descripción	<p>La Casa del Virrey Sámano fue conocida por sus vecinos como el Palacio Sámano, posible residencia en 1816 o 1818 del último virrey que tuviera la Nueva Granada, Don Juan Sámano. La edificación cuenta con dos plantas. Su fachada presenta en la segunda planta cinco balcones que dan hacia la carrera 4 y en la primera planta se hallan cinco portadas toscanas. En otra parte de su fachada, la que ocupa la calle 10, se encuentra un balcón corrido. En uno de los muros de su entrada principal se puede ver una placa grabada con la siguiente inscripción: "En la noche del 8 de agosto de 1819 el último virrey del Nuevo Reino de Granada, Don Juan Sámano, recibió en esta casa la noticia de la derrota de las armas españolas. De aquí salió huyendo el día 9 para no volver". Actualmente la edificación sirve de sede al Museo de Bogotá, institución centrada en la narración de la vida y el desarrollo urbano de Bogotá.</p>																	
																		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN																		
CALIDAD										PUNTAJE								
Estado de conservación (21)										19								
Constitución del bien (21)										20								
Representatividad General (28)										25								
Subtotal										64								
SIGNIFICADO																		
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					12													
TOTAL					76													

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 14. Inventario Museo de Bogotá  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Casa de la moneda								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	Juan Teodoro Vidal								
1.6 Dirección/Ubicación	Calle 11 # 4 - 93								
1.7 Teléfono/Fax	3431111								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo			
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	004								
2.2 Descripción	Fundada por el ingeniero español Alonso Trujillo de Yebra en el año 1621. En esta casa museo se exhiben más de ocho mil piezas, entre ellas billetes a lo largo de la historia, títulos valores, artículos de prensa y diferentes documentos cruciales para la historia del país.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					17				
Constitución del bien (21)					18				
Representatividad General (28)					27				
Subtotal					62				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18				
TOTAL					80				



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 15. inventario museo casa de la moneda  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES																			
1.1 Nombre	Museo militar																		
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC																
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria																		
1.5 Administrador o propietario	Ejercito nacional de Colombia																		
1.6 Dirección/Ubicación	Calle 10 # 4 - 92																		
1.7 Teléfono/Fax	2813086				2813131														
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso																	
		Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo													
1.10 Indicaciones para el acceso:																			
2. CARACTERÍSTICAS																			
2.1 Código asignado	005																		
2.2 Descripción	<p>El interior del museo fue construido a finales del siglo XVIII y perteneció a la familia del capitán Antonio Ricaurte. Posterior a su muerte empezaron las remodelaciones, utilizando un corte republicano entre los años 1911 a 1913. Ha tenido diferentes usos a lo largo de la historia, puesto que hacia la decada de 40's funcionó la oficina de suministro del estado, después fue una sede de inspección de policia, para finalmente convertirse en museo en donde hay uniformes, maquetas e incluso armas que han sido utilizadas a lo largo de la historia por la armada nacional, la fuerza aérea colombiana y el ejercito.</p>																		
																			
										3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
										CALIDAD					PUNTAJE				
										Estado de conservación (21)					19				
										Constitución del bien (21)					19				
										Respresentatividad General (28)					26				
										Subtotal					64				
										SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18														
TOTAL					82														

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 16. inventario museo militar  
Elaboración propia



1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Casa del florero								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	Elvira Pinzón, directora. - Ministerio de cultura								
1.6 Dirección/Ubicación	Carrera 7a. # 11 - 28								
1.7 Teléfono/Fax	334 41 50				336 03 49				
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	007								
2.2 Descripción	Este museo fue construido a finales del siglo XVI y principios del siglo XVII, se caracteriza por su estilo clasico. Por su ubicación el balcón se alquilaba para diferentes reuniones socio-políticas que se realizaban alrededor del año de 1810 y diversos historiadores afirman que en la planta baja de esta casa habian diferentes negocios comerciales.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					19				
Constitución del bien (21)					20				
Representatividad General (28)					26				
Subtotal					65				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18				
TOTAL					83				



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 18. Museo Casa del Florero  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Casa del Marqués de San Jorge								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	Fondo Promoción de cultura								
1.6 Dirección/Ubicación	Carrera 6 # 7 - 43								
1.7 Teléfono/Fax	243 10 48				2 43 16 90				
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo			
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	008								
2.2 Descripción	<p>Casa construida a finales del siglo XVII, en la actualidad es un museo en donde se pueden encontrar diferentes elementos y piezas de los antepasados, pertenecientes a diferentes culturas étnicas como La Calima y La Muisca entre otras.</p>								
									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					17				
Constitución del bien (21)					18				
Respresentatividad General (28)					23				
Subtotal					58				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18				
TOTAL					76				

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 19. Casa del Marques de San Jorge  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Museo del Siglo XIX								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	Instituto de Patrimonio Cultural								
1.6 Dirección/Ubicación	Carrera 8 No. 7-93								
1.7 Teléfono/Fax	2821439								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	009								
2.2 Descripción	<p>El Museo del Siglo XIX de la ciudad de Bogotá está localizado en el histórico barrio de La Candelaria, junto al Palacio de Nariño, fue fundado en el año 1980 y ha logrado reunir una valiosa colección de más de 2500 piezas que incluyen esculturas, dibujos, pinturas y grabados realizados en el país durante el siglo XIX, además de otros objetos históricos y de artes decorativas que permiten a los visitantes tener una idea del estilo de vida de la población de Santa Fe de aquellos tiempos.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					20				
Constitución del bien (21)					20				
Representatividad General (28)					26				
Subtotal					66				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					12				
TOTAL					78				



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 20. Museo Siglo XIX. Elaboración propia.

1. GENERALIDADES						
1.1 Nombre	Museo del Oro					
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC			
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria					
1.5 Administrador o propietario	Banco de la República					
1.6 Dirección/Ubicación	Carrera 6 # 15 - 88					
1.7 Teléfono/Fax	3432222					
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso				
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1 Código asignado	010					
2.2 Descripción	<p>Este museo fue fundado en el año 1938, contiene más de 50.000 piezas y objetos que hacían parte de las diferentes culturas y tribus indígenas que se desarrollaron no solamente en el país, sino en los países que están junto a la actual llamada Colombia. Se pueden encontrar diferentes tipos de piezas o cerámicas, los principales tienen que ver con rostros y accesorios de los antepasados</p>					
						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD		PUNTAJE				
Estado de conservación (21)		20				
Constitución del bien (21)		21				
Representatividad General (28)		25				
Subtotal		66				
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		30				
TOTAL		96				

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 21. Museo del Oro.  
Elaboración propia.

1. GENERALIDADES						
1.1 Nombre	Observatorio astronomico					
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC			
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria					
1.5 Administrador o propietario	Universidad Nacional - Facultad de Ciencias					
1.6 Dirección/Ubicación	CL 8 ADYACENTE AL PALACIO NARIÑO					
1.7 Teléfono/Fax	316 50 00 Extensión 11020					
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso				
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1 Código asignado	011					
2.2 Descripción	Este observatorio hace parte de un conjunto de edificaciones de la Casa de Nariño, fue el primero que existió en la América de habla hispana y es un resultado directo de las actividades de la expedición botánica. Su construcción en 1803 y fue inaugurado el 20 de agosto de 1804. En ese entonces el costo total de la obra fue de \$13.815.000 COP					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD		PUNTAJE				
Estado de conservación (21)		20				
Constitución del bien (21)		20				
Respresentatividad General (28)		26				
Subtotal		66				
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		12				
TOTAL		78				



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 22. Observatorio astronómico  
Elaboración propia

### 3.3.2 Iglesias y centros religiosos.

Colombia es un país mayormente religioso y las iglesias han sido parte importante de la historia que se ha desarrollado allí. La cantidad de iglesias y monumentos que se encuentran en la actualidad en sectores como La Candelaria pueden dar cuenta que... “La religión predominante en Colombia es la católica. Un 92% de la población nacional dice profesar el catolicismo o están registrados como católicos” (Colombia. com), por tal motivo, las iglesias que han estado presentes o que se han venido desarrollando en Colombia, siguen estando presentes en la actualidad, ya que, muestra la historia del país a lo largo del tiempo.

1. GENERALIDADES												
1.1 Nombre	Catedral primada											
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC									
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria											
1.5 Administrador o propietario	Monseñor Álvaro Tiberio Vidales Bedoya											
1.6 Dirección/Ubicación	AK 7 # 10 - 80 Dirección Despacho: KR 6 # 10 - 61											
1.7 Teléfono/Fax	341 19 54											
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso										
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo						
1.10 Indicaciones para el acceso:												
2. CARACTERÍSTICAS												
2.1 Código asignado	012											
2.2 Descripción	<p>A pesar de los terremotos y los errores arquitectónicos, que han hecho que fuera reconstruída varias veces entre 1538 y 1823, se ha mantenido imponente en el costado oriental de la Plaza de Bolívar a lo largo de varios siglos. El clérigo arquitecto capuchino Fray Domingo de Petrés, fue el responsable de su última remodelación. Sus paredes albergan restos de próceres y personajes de la vida nacional, entre los que se destacan: Gonzalo Jiménez de Quesada, Antonio Nariño, el pintor de la colonia Gregorio Vásquez de Arce y Ceballos. Adicionalmente, se encuentra bajo su Custodia Procesional una amplia colección de libros que data de 1612.</p>											
												
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN												
CALIDAD							PUNTAJE					
Estado de conservación (21)							21					
Constitución del bien (21)							21					
Respresentatividad General (28)							28					
Subtotal							70					
SIGNIFICADO												
Local (6)			Regional (12)		Nacional (18)							
					Internacional (30)							
					18							
TOTAL			88									

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

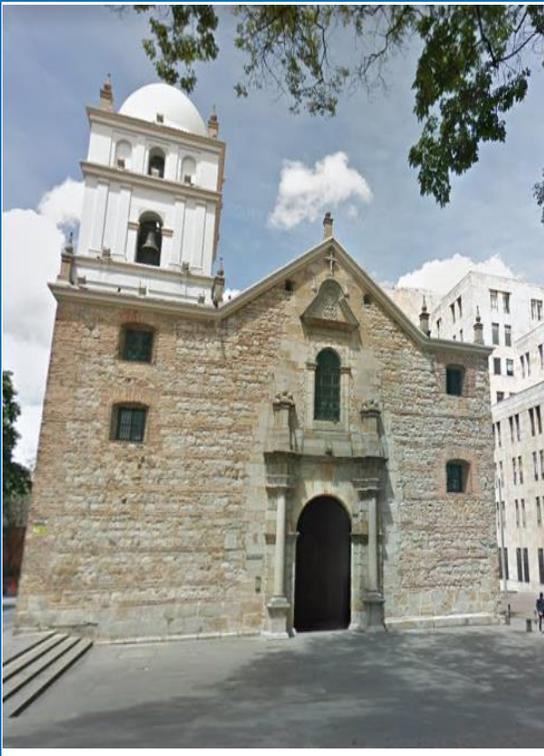
Figura 23. Catedral primada.  
Elaboración propia.

1. GENERALIDADES						
1.1 Nombre	Capilla del sagrario					
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC			
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria					
1.5 Administrador o propietario	Monseñor Tiberio Vidales Bedoya					
1.6 Dirección/Ubicación	AK 7 # 10 - 40					
1.7 Teléfono/Fax	341 19 54					
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso				
		Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1 Código asignado	013					
2.2 Descripción	<p>Las obras más valiosas del reconocido pintor Greogorio Vásquez de Arce y Ceballos, todo un legado de reliquias religiosas con temas del Antiguo y Nuevo Testamento, realizados en los años en los que permaneció preso, se albergan en su interior. La construcción que se inició en 1660 y se finalizó en 1700 fue realizada por el señor Gómez de Sandoval, quien finalmente no alcanzó a ver el templo terminado.</p>					
						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD		PUNTAJE				
Estado de conservación (21)		21				
Constitución del bien (21)		20				
Representatividad General (28)		26				
Subtotal		67				
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		6				
TOTAL		73				

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 24. Capilla del sagrario.  
Elaboración propia.



1. GENERALIDADES												
1.1 Nombre	Iglesia de San Agustín											
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC									
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria											
1.5 Administrador o propietario	Padre José María Sepúlveda - Padre Orlando Ibarra											
1.6 Dirección/Ubicación	CL 7 # 7 - 13 Dirección Despacho Parroquial CL 6C # 7 - 05 Convento San Agustín KR 7 # 6C - 25											
1.7 Teléfono/Fax	209 60 11											
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso										
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo						
1.10 Indicaciones para el acceso:												
2. CARACTERÍSTICAS												
2.1 Código asignado	015											
2.2 Descripción	<p>En 1575 se fundaría el primer convento de la comunidad de San Agustín en Santafé, ubicado cerca al río que más adelante tomaría el mismo nombre. La iglesia actual fue construida por Bartolomé y José de la Cruz entre 1642 y 1667, siendo la tercera edificación levantada en el mismo sitio. El techo de la edificación conformado por una estructura de par y nudillo cuenta con una bóveda elíptica, única en la Nueva Granada. La portada fue descrita por Enrique Marco Dorta como "de proporciones esbeltas"</p>											
												
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN												
CALIDAD							PUNTAJE					
Estado de conservación (21)							19					
Constitución del bien (21)							19					
Representatividad General (28)							26					
Subtotal							64					
SIGNIFICADO												
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						6						
TOTAL						70						

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 26. Iglesia de San Agustín.  
Elaboración propia.

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Iglesia de San Francisco								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	Padre Fernando Rodríguez								
1.6 Dirección/Ubicación	AV JIMENEZ # 7 - 10								
1.7 Teléfono/Fax	2867007								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	016								
2.2 Descripción	<p>La iglesia de San Francisco es un templo religioso de culto católico bajo la advocación de San Francisco de Asís de la ciudad de Bogotá, en Colombia. Se localiza en el barrio Veracruz, en la Avenida Jiménez con la carrera Séptima, donde constituye un conjunto compuesto a su vez por la iglesia de La Tercera y la de La Veracruz.</p>								
									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					17				
Constitución del bien (21)					18				
Representatividad General (28)					25				
Subtotal					60				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					12				
TOTAL					72				
Diligenciado por:			Wendy Avendaño - Miguel Carreño			Fecha:		14/04/2018	

Figura 27. Iglesia de San Francisco  
Elaboración propia.

1. GENERALIDADES																		
1.1 Nombre	Iglesia nuestra señora del Carmen																	
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC															
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria																	
1.5 Administrador o propietario	Arquidiócesis de Bogotá																	
1.6 Dirección/Ubicación	Carrera 5 N° 8 - 36																	
1.7 Teléfono/Fax	2814109																	
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso																
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo										
1.10 Indicaciones para el acceso:																		
2. CARACTERÍSTICAS																		
2.1 Código asignado	017																	
2.2 Descripción	<p>Su construcción inicio en el año de 1926 y logró su consagración en 1938. Es un lugar en donde predomina la arquitectura gótica, diseñada por Giovanni Buscaglione, esta iglesia tuvo diferentes usos, ya que, se convirtió en un hospital militar, para después en la presidencia de Rafael Nuñez retomar sus actividades religiosas.</p>																	
																		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN																		
CALIDAD										PUNTAJE								
Estado de conservación (21)										19								
Constitución del bien (21)										20								
Respresentatividad General (28)										25								
Subtotal										64								
SIGNIFICADO																		
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					12													
TOTAL					76													
Diligenciado por:			Wendy Avendaño - Miguel Carreño			Fecha:		14/04/2018										

Figura 28. Iglesia nuestra señora del Carmen.  
Elaboración propia.

1. GENERALIDADES												
1.1 Nombre	Iglesia de la candelaria											
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC									
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria											
1.5 Administrador o propietario	Padre Norbero Antonio Cabrera											
1.6 Dirección/Ubicación	Calle 11 # 10 -83											
1.7 Teléfono/Fax	3420924											
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso										
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo						
1.10 Indicaciones para el acceso:												
2. CARACTERÍSTICAS												
2.1 Código asignado	018											
2.2 Descripción	<p>Esta iglesia fue construida en el año de 1686, fue inaugurada principalmente para ser un convento aun así, la comunidad de Agustinos Recoletos, lo destinaron para otros usos, lo cual, provocó el cierre de la iglesia y casi que la demolición total. Al pasar los años se pudo reconstruir, mediante peticiones de los habitantes del sector e incluso en la actualidad, existen, dentro de esta iglesia varios cuadros, esculturas, retablos y adornos que hacen parte de los bienes culturales y religiosos de la nación.</p>											
												
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN												
CALIDAD							PUNTAJE					
Estado de conservación (21)							20					
Constitución del bien (21)							20					
Representatividad General (28)							26					
Subtotal							66					
SIGNIFICADO												
Local (6)			Regional (12)		Nacional (18)							
Internacional (30)			12									
TOTAL			78									

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

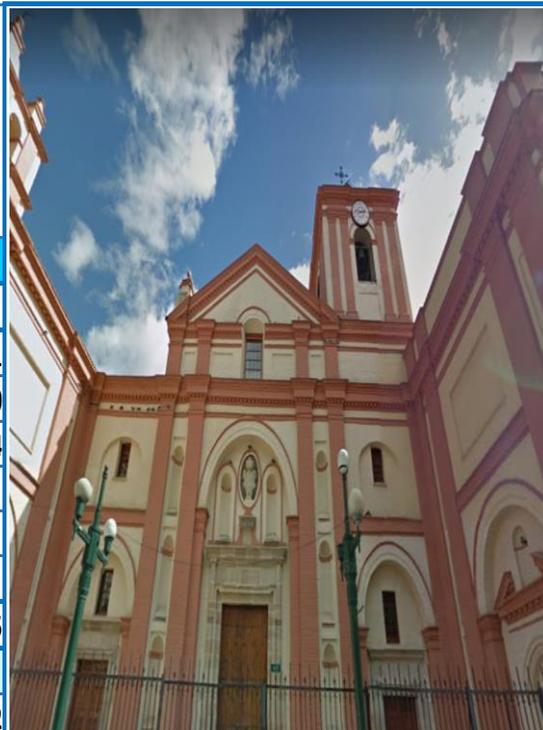
Figura 29. Iglesia de La Candelaria  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES												
1.1 Nombre	Iglesia la bordadita											
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC									
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria											
1.5 Administrador o propietario	NR											
1.6 Dirección/Ubicación	Carrera 6 # 13 - 49											
1.7 Teléfono/Fax	4225321											
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso										
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>					
1.10 Indicaciones para el acceso:												
2. CARACTERÍSTICAS												
2.1 Código asignado	019											
2.2 Descripción	<p>En el año de 1651 se concedió el permiso para poder construir la iglesia en este sector y hasta el año de 1653 hasta 1658, la iglesia fue construida paulatinamente. Ha sido blanco de varias reconstrucciones y una de las más importantes fue la intervención que recibió después del terremoto de 1785. Esta iglesia ha funcionado como colegio, universidad, claustro y finalmente como iglesia, la cual es su última actividad.</p>											
												
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN												
CALIDAD							PUNTAJE					
Estado de conservación (21)							19					
Constitución del bien (21)							19					
Representatividad General (28)							25					
Subtotal							63					
SIGNIFICADO												
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		6										
TOTAL		69										

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 30. Iglesia la Bordadita.  
Elaboración propia.

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Iglesia de San Ignacio								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	Padre Germán Bernal								
1.6 Dirección/Ubicación	Calle 10 # 6 - 35								
1.7 Teléfono/Fax	3421639								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	020								
2.2 Descripción	<p>Es una de las iglesias más importantes a nivel nacional fue declarada bien de interes cultural en el año 1975. Posee colecciones del arte neogranadino y dentro de sus pertenencias esta la obra <i>La Lechuga</i> una obra emblematica del arte barroco colombiano que estuvo en exhibición en el museo de Louvre</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					21				
Constitución del bien (21)					20				
Respresentatividad General (28)					24				
Subtotal					65				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					12				
TOTAL					77				



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 31. Iglesia de San Ignacio  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES												
1.1 Nombre	Iglesia de la orden tercera											
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC									
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria											
1.5 Administrador o propietario	Arquidiócesis de Bogotá											
1.6 Dirección/Ubicación	Calle 16 # 7 - 39											
1.7 Teléfono/Fax	334 62 16											
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso										
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo						
1.10 Indicaciones para el acceso:												
2. CARACTERÍSTICAS												
2.1 Código asignado	021											
2.2 Descripción	<p>También es conocida como la iglesia de los estigmas o iglesia de la tercera, hace parte de la red de templos que están ubicadas en el centro de la capital colombiana y su nombre se da porque precisamente ocupa el tercer lugar en ubicación frente a las otras dos iglesias, La Veracruz y La de San Francisco. Esta iglesia es de gran relevancia arquitectónica debido a la madera tallada en sus techos y esculturas.</p>											
												
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN												
CALIDAD							PUNTAJE					
Estado de conservación (21)							20					
Constitución del bien (21)							20					
Representatividad General (28)							24					
Subtotal							64					
SIGNIFICADO												
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		12										
TOTAL		76										

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 32. Iglesia de La Orden Tercera  
Elaboración propia.



### 3.3.3 Sedes político – administrativas.

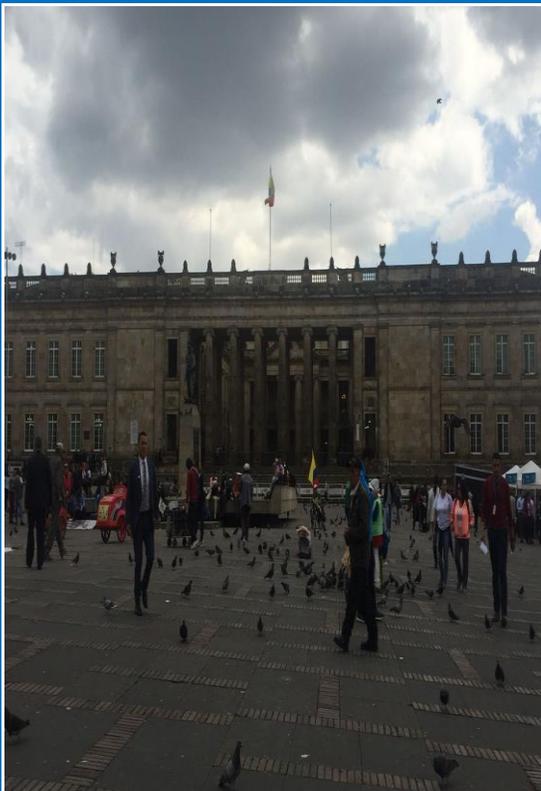
Las sedes político administrativas son aquellos lugares en donde actualmente se desarrollan actividades que tienen estrecha relación con la política, como lo son alcaldías, ministerios, el congreso y la casa presidencial, entre otros. Estos lugares resultan ser un atractivo turístico, ya que entorno a ellos se desarrolla la historia y la democracia del país y los cambios que ha tenido a lo largo de la historia de la capital y del país, e incluso de algunos países continuos a Colombia.

1. GENERALIDADES						
1.1 Nombre	Palacio de Nariño					
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC			
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria					
1.5 Administrador o propietario	Presidencia de la República					
1.6 Dirección/Ubicación	Carrera 8a. # 7 - 26					
1.7 Teléfono/Fax	596 06 31					
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso				
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1 Código asignado	023					
2.2 Descripción	Este es el lugar donde habita el presidente de la república y recibe su nombre en homenaje a Antonio Nariño quien vivió allí por un tiempo. La casa paso a ser del estado bajo el mandato del presidente Rafael Núñez quien vivió allí en 1885 y después de él vivieron todos los siguientes presidentes del país.					
						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
	CALIDAD	PUNTAJE				
	Estado de conservación (21)	21				
	Constitución del bien (21)	21				
	Representatividad General (28)	28				
	Subtotal	70				
	SIGNIFICADO					
	Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	18				
	TOTAL	88				
Diligenciado por:		Wendy Avendaño - Miguel Carreño		Fecha:		14/04/2018

1

Figura 34. Palacio de Nariño  
Elaboración propia

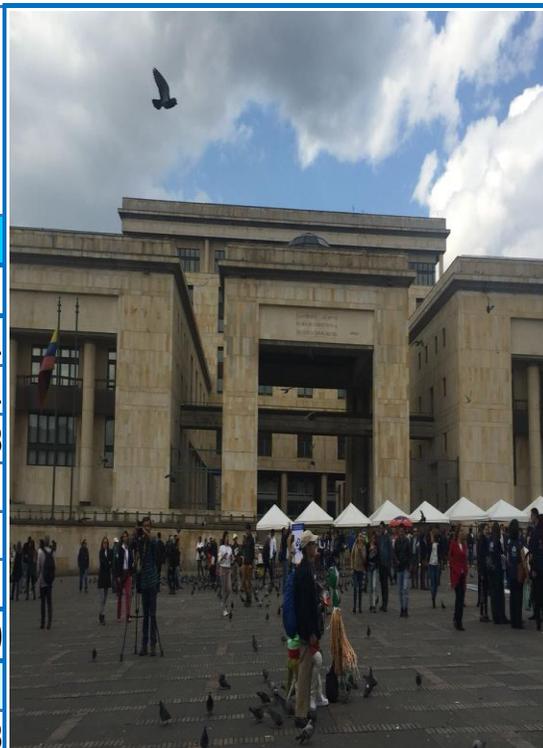
<sup>1</sup> Foto tomada de 1000 destinos.net

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Capitolio nacional								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	NA								
1.6 Dirección/Ubicación	Se localiza en el sector sur de la plaza de Bolivar								
1.7 Teléfono/Fax	382 30 00								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo			
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	024								
2.2 Descripción	<p>Esta construcción adopta un estilo neoclásico y renacentista es reflejo de la transformación política en Colombia. Fue construido bajo la presidencia de Tomás Cipriano de Mosquera en 1847 y finalizado totalmente en 1926. Este edificio cuenta con tres grandes salas: una para el Senado, otra para la Cámara de Representantes y una tercera donde se reúne el Congreso en pleno.</p>								
									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					20				
Constitución del bien (21)					20				
Representatividad General (28)					28				
Subtotal					68				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18				
TOTAL					86				

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 35. Capitolio Nacional  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES					
1.1 Nombre	Palacio de justicia				
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC		
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria				
1.5 Administrador o propietario	Consejo Superior De La Judicatura				
1.6 Dirección/Ubicación	CL 12 # 7 - 65				
1.7 Teléfono/Fax	565 85 00				
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso			
		Terrestre	x	Acuático	Férreo Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1 Código asignado	025				
2.2 Descripción	Edificio ubicado en la Plaza de Bolívar en la ciudad de Bogotá, sede y símbolo del Poder Judicial en Colombia, donde funcionan la Corte Suprema de Justicia, la Corte Constitucional, el Consejo de Estado y el Consejo Superior de la Judicatura desde el año 2004.				
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD		PUNTAJE			
Estado de conservación (21)		21			
Constitución del bien (21)		21			
Representatividad General (28)		28			
Subtotal		70			
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		18			
TOTAL		88			



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 36. Palacio de Justicia  
Elaboración propia.



1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Museo- Casa de los comuneros								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	Secretaría de Cultura Recreación y Deporte								
1.6 Dirección/Ubicación	KR 8 # 9 - 83								
1.7 Teléfono/Fax	327 48 50								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo			
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	027								
2.2 Descripción	<p>La Casa de los Comuneros, ubicada en la esquina suroccidental de la Plaza de Bolívar, en Bogotá, recibe este nombre para rendirle homenaje a la gesta revolucionaria que nació en 1781 en El Socorro, en territorios que hoy hacen parte del departamento de Santander. En 1654 la casa fue propiedad del escribano e historiador Juan Flórez de Ocariz, autor de 'Genealogías del Nuevo Reino de Granada'.</p>								
									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					21				
Constitución del bien (21)					19				
Representatividad General (28)					22				
Subtotal					62				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6				
TOTAL					68				

Diligenciado por: Wendy Avendaño - Miguel Carreño

Fecha:

14/04/2018

Figura 38. Museo-Casa de los comuneros.  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Palacio de San Carlos								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	Ministerio De Relaciones Exteriores								
1.6 Dirección/Ubicación	CL 10 # 5 - 51								
1.7 Teléfono/Fax	NA								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	028								
2.2 Descripción	<p>A finales del siglo XVI el sacerdote de la catedral Francisco Porras Mejía, mandó a construir una mansión, con piedras de cantera de la sabana y madera nativa de las selvas tropicales. Fue morada de familias de elite Neogranadina, que con los años quedo a cargo de fray Bartolomé Lobo Guerrero, creador del Colegio Seminario de San Bartolomé, después de la expulsión de las órdenes religiosas de América y la confiscación de sus bienes, se estableció en el inmueble la primera biblioteca pública de Santafé y el lugar en donde se escribieron los primeros periódicos de la ciudad, "El Redactor Americano" y el "Correo Curioso", dirigidos por el cubano Manuel del Socorro Rodríguez, a quien se le otorga el titulo de padre del periodismo colombiano.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					18				
Constitución del bien (21)					18				
Respresentatividad General (28)					19				
Subtotal					55				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					12				
TOTAL					67				



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 39. Palacio de San Carlos.  
Elaboración propia.

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Banco de la República								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	Gobierno nacional								
1.6 Dirección/Ubicación	Calle 7 # 14 - 78								
1.7 Teléfono/Fax	3 43 11 11								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	029								
2.2 Descripción	Ha sido creado desde el año de 1880, se encarga de la creación de billetes del país y del mismo modo, presta al gobierno servicios de colaboración financiera, tesorería y créditos.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					21				
Constitución del bien (21)					21				
Representatividad General (28)					24				
Subtotal					66				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18				
TOTAL					84				



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 40. Banco de la República.  
Elaboración propia.

### 3.3.4 Sitios de interés cultural

Los sitios de interés cultural son aquellos teatros, plazuelas, monumentos y estatuas que tienen un significado de gran relevancia para el sector o el país, ya sea por la conmemoración de algún personaje histórico o el lugar en donde vivieron personas importantes en el ámbito político y social colombiano. De igual manera los sitios de interés cultural, también representan las primeras instituciones educativas y aquellas que llevan un tiempo relevante para considerarse estructuras históricas y culturales.

1. GENERALIDADES													
1.1 Nombre	Plaza de Bolívar												
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC										
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria												
1.5 Administrador o propietario	IDU, IDPC (Monumento), Presidencia de La República												
1.6 Dirección/Ubicación	Entre las carreras 7 y 8, con calles 10 y 11												
1.7 Teléfono/Fax	NA												
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso											
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo							
1.10 Indicaciones para el acceso:													
2. CARACTERÍSTICAS													
2.1 Código asignado	030												
2.2 Descripción	<p>La Plaza Mayor, como se conocía esta plaza en los inicios de la ciudad, es uno de los lugares más importantes de la ciudad y del país pues es un importante escenario social, cultural y político, alrededor del cual se toman las decisiones más trascendentales para los colombianos y para la historia de Colombia. La Plaza Mayor, actualmente conocida como la Plaza de Bolívar en honor a El Libertador, fue fundada casi un año después de la creación de Bogotá.</p>												
													
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN													
CALIDAD							PUNTAJE						
Estado de conservación (21)							19						
Constitución del bien (21)							20						
Representatividad General (28)							26						
Subtotal							65						
SIGNIFICADO													
Local (6)			Regional (12)		Nacional (18)								
					Internacional (30)								
					18								
TOTAL			83										
<table border="1"> <tr> <td>Diligenciado por:</td> <td>Wendy Avendaño - Miguel Carreño</td> <td>Fecha:</td> <td colspan="4">14/04/2018</td> </tr> </table>							Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018			
Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018										

Figura 41. Plaza de Bolívar.  
Elaboración propia.

1. GENERALIDADES										
1.1 Nombre	Colegio San Bartolomé									
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC							
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria									
1.5 Administrador o propietario	Padre Rector Hugo Alexis Moreno									
1.6 Dirección/Ubicación	CL 10 # 6 -27									
1.7 Teléfono/Fax	444 25 30									
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso								
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo		
1.10 Indicaciones para el acceso:										
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1 Código asignado	031									
2.2 Descripción	<p>Es el colegio más antiguo de Colombia, pues ha funcionado ininterrumpidamente más de 400 años, desde 1604. En su sede se originó la Pontificia Universidad Javeriana en la Colonia (1623), y en su restablecimiento en 1930, al terminar la Hegemonía Conservadora. Allí mismo, en 1826 se fundó la Universidad Central de la República —antecesora de la Universidad Nacional de Colombia—, la cual agrupaba a la Biblioteca Nacional de Colombia, el propio Colegio de San Bartolomé y la universidad. Ha sido administrado unas veces por el Estado y otras veces por los jesuitas, en cuyas manos está hoy.</p>									
										
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
	CALIDAD				PUNTAJE					
	Estado de conservación (21)				20					
	Constitución del bien (21)				20					
	Representatividad General (28)				28					
	Subtotal				68					
	SIGNIFICADO									
	Local (6)				Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)	
					18					
	TOTAL				86					

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 42. Colegio San Bartolomé  
Elaboración propia.

1. GENERALIDADES												
1.1 Nombre	Teatro Colón											
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC									
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria											
1.5 Administrador o propietario	Ministerio de Cultura - Manuela Valdiri Pombo - Asesora RR.PP y pedagógicas											
1.6 Dirección/Ubicación	CL 10 # 5 - 32											
1.7 Teléfono/Fax	381 63 80 Conmutador - 381 6358 Taquilla											
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso										
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo						
1.10 Indicaciones para el acceso:												
2. CARACTERÍSTICAS												
2.1 Código asignado	032											
2.2 Descripción	<p>La construcción vigente hoy en día se realizó en 1886 bajo los planos y dirección del arquitecto Pietro Cantini. La obra como tal estuvo a cargo del constructor Eugenio López. Colaboraron personajes como Philipo Mastellari y Pietro Meranini como pintores y Cesare Sighinolfi y Luigi Ramelli como ornamentadores.</p> <p>De esta manera el 27 de octubre del año 1892 fue inaugurado oficialmente el teatro en conmemoración a la llegada de Cristóbal Colón al nuevo mundo, es por esto que el teatro lleva su nombre.</p>											
												
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN												
CALIDAD							PUNTAJE					
Estado de conservación (21)							21					
Constitución del bien (21)							21					
Respresentatividad General (28)							28					
Subtotal							70					
SIGNIFICADO												
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		18										
TOTAL		88										

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 43. Teatro Colón  
Elaboración propia.

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Teatro camarín del carmen								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	NR								
1.6 Dirección/Ubicación	CL 9 # 4 - 93								
1.7 Teléfono/Fax	NR								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	033								
2.2 Descripción	El camarín fue construido en 1655 para cumplir fines religiosos, luego paso a ser usado para fines militares y educativos. Actualmente es una sala de teatro con capacidad para 500 personas.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					16				
Constitución del bien (21)					19				
Respresentatividad General (28)					23				
Subtotal					58				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18				
TOTAL					76				



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 44. Teatro Camarín del Carmen  
Elaboración propia.

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Biblioteca Luis Ángel Arango								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	Enrique Abello - Director								
1.6 Dirección/Ubicación	Calle 11 # 4 - 14								
1.7 Teléfono/Fax	3431224								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	034								
2.2 Descripción	<p>Es una de las bibliotecas más importantes de Latinoamérica y una de las más visitadas en el mundo, al día recibe más de 5000 visitas. Es una de las bibliotecas más completas del país, cuenta con más de dos millones de ejemplares en seis pisos, dos sótanos y al rededor de 45000 metros cuadrados.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					21				
Constitución del bien (21)					21				
Respresentatividad General (28)					26				
Subtotal					68				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18				
TOTAL					86				



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 45. Biblioteca Luis Ángel Arango  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Plaza del chorro de Quevedo								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	Instituto desarrollo urbano								
1.6 Dirección/Ubicación	Carrera 1A # 12B BIS								
1.7 Teléfono/Fax	344 5000				338 6660				
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	035								
2.2 Descripción	<p>Es uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad, ya que, se dice que en este lugar fue en donde inició la historia y la creación de la capital colombiana, sin embargo aunque no hay, hasta el momento información oficial que haga constar ello, es uno de los pocos lugares en la ciudad, que conserva aun su estilo colonial y en donde hay representación de algunas cosas que eran útiles para los antepasados, como por ejemplo la fuente ubicada en la mita de la plazoleta, la cual representa la forma de obtener agua en tiempos pasados.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					18				
Constitución del bien (21)					19				
Respresentatividad General (28)					27				
Subtotal					64				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					12				
TOTAL					76				



Figura 46. Plaza del chorro de Quevedo.  
Elaboración propia.



1. GENERALIDADES																			
1.1 Nombre	Parque Santander																		
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC																
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria																		
1.5 Administrador o propietario	IDRD																		
1.6 Dirección/Ubicación	Carrera 7 # 15 - 50																		
1.7 Teléfono/Fax	NA																		
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso																	
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo											
1.10 Indicaciones para el acceso:																			
2. CARACTERÍSTICAS																			
2.1 Código asignado	037																		
2.2 Descripción	<p>En este parque existe un monumento dedicado a Francisco de Paula Santander, militar y político Colombiano quien luchó por la independencia americana frente a los españoles. Hoy en día alrededor del parque Santander existen diferentes edificaciones de importancia para el país como lo son el museo del oro, el edificio Avianca entre otros.</p>																		
																			
										3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
										CALIDAD					PUNTAJE				
										Estado de conservación (21)					19				
										Constitución del bien (21)					19				
										Representatividad General (28)					24				
										Subtotal					62				
										SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18														
TOTAL					80														

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 48. Parque Santander  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Universidad del Rosario								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	José Manuel Restrepo Abondano								
1.6 Dirección/Ubicación	Calle 12 c # 6 - 25								
1.7 Teléfono/Fax	2970200								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo			
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	038								
2.2 Descripción	<p>Llamado antiguamente como el Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, esta universidad fue fundada en el año de 1653 para dar inicio a la formación de filosofía, jurisprudencia, teología y medicina. Solo ciertas personas podían acceder a la educación, ya que, era un privilegio para algunos estratos sociales.</p>								
									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					21				
Constitución del bien (21)					21				
Representatividad General (28)					26				
Subtotal					68				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18				
TOTAL					86				

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 49. Universidad del Rosario  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES																			
1.1 Nombre	Plazoleta del Rosario																		
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC																
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria																		
1.5 Administrador o propietario	N/A																		
1.6 Dirección/Ubicación	Avenida Jimenez entre la carrera 6a. Y 7a.																		
1.7 Teléfono/Fax	N/A																		
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso																	
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo											
1.10 Indicaciones para el acceso:																			
2. CARACTERÍSTICAS																			
2.1 Código asignado	039																		
2.2 Descripción	<p>Es una de las plazoletas más antiguas de la ciudad, ha sufrido varias transformaciones a sus alrededores, sin embargo mantiene un aire colonial que recrea los espacios de la antigua Bogotá en donde convivían muchas personajes de gran importancia para la historia colombiana.</p>																		
																			
										3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
										CALIDAD					PUNTAJE				
										Estado de conservación (21)					20				
										Constitución del bien (21)					20				
										Respresentatividad General (28)					23				
										Subtotal					63				
										SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18														
TOTAL					81														

Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 50. Plazoleta del Rosario  
Elaboración propia

1. GENERALIDADES									
1.1 Nombre	Plazuela Camilo Torres								
1.2 Cundinamarca	Cundinamarca	1.3 Municipio	Bogotá DC						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	La Candelaria								
1.5 Administrador o propietario	IDPC - Subdirección de intervención								
1.6 Dirección/Ubicación	CL 10 KR 7 PLAZOLETA DEL COLEGIO DE SAN BARTOLOMÉ								
1.7 Teléfono/Fax	NA								
1.8 Distancia (Desde el municipio más cercano)		1.9 Tipo de Acceso							
		Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo			
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1 Código asignado	040								
2.2 Descripción	<p>Monumento de gran importancia para la ciudad ya que fue un personaje que encabezó el movimiento de la primera independencia de la Nueva Granada, hoy Colombia. Por su capacidad oratoria, pasó a la historia como El Verbo de la revolución</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					21				
Constitución del bien (21)					19				
Representatividad General (28)					25				
Subtotal					65				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					12				
TOTAL					77				



Diligenciado por:	Wendy Avendaño - Miguel Carreño	Fecha:	14/04/2018
-------------------	---------------------------------	--------	------------

Figura 51. Plazuela Camilo Torres  
Elaboración propia

### 3.4 Listado atractivo turísticos

A continuación, se presenta la tabla de los atractivos turísticos más importantes del sector de La Candelaria y sus alrededores. De igual manera se presenta la puntuación o calificación que se da a cada bien, teniendo en cuenta variables como vías e indicaciones de acceso, la conservación, el reconocimiento, facilidad y seguridad para recorrer el lugar. La puntuación se da de 1 a 5 en donde 5 es la valoración positiva más alta y 1 la valoración negativa más baja.

Código Asignado	Descripción atractivo	Clasificación	Calificación infraestructura				
			1	2	3	4	5
001	Museo de la policía	Museos			x		
002	Museo de Arte Colonial	Museos		x			
003	Museo de Bogotá - Casa del Virrey Juan Samano	Museos					x
004	Casa de la moneda	Museos					x
005	Museo militar	Museos			x		
006	Museo de Botero	Museos					x
007	Casa del Florero	Museos					x
008	Casa del Marques de san Jorge	Museos					x
009	Museo del siglo XIX	Museos			x		
010	Museo del Oro	Museos					x
011	Observatorio astronomico	Museos		x			
012	Catedral primada	Iglesias					x
013	Capilla del sagrario	Iglesias			x		
014	Palacio arzobispal	Iglesias					x
015	Iglesia de San Agustin	Iglesias					x
016	Iglesia de San Francisco	Iglesias			x		
017	Iglesia Nuestra Señora del Carmen	Iglesias			x		
018	Iglesia de la Candelaria	Iglesias					x
019	Iglesia la Bordadita	Iglesias	x				
020	Iglesia de San Ignacio	Iglesias	x				
021	Iglesia La Tercera	Iglesias		x			
022	Iglesia de la Veracruz	Sedes politico - administrativas			x		
023	Palacio de Nariño	Sedes politico - administrativas					x
024	Capitolio Nacional	Sedes politico - administrativas					x
025	Palacio de justicia	Sedes politico - administrativas					x
026	Alcaldía mayor (Palacio Lievano)	Sedes politico - administrativas					x
027	Casa de los Comuneros - Sede de secretaria distrital de cultura, recreación y deporte	Sedes politico - administrativas					x
028	Palacio de San Carlos	Sedes politico - administrativas			x		
029	Banco de la republica	Sitios interés cultural					x
030	Plaza de Bolivar	Sitios interés cultural			x		
031	Colegio San Bartolome	Sitios interés cultural					x
032	Teatro Colón	Sitios interés cultural			x		
033	Teatro Camarín del Carmen	Sitios interés cultural			x		
034	Biblioteca Luis Ángel Arango	Sitios interés cultural					x
035	Plaza del chorro de Quevedo	Sitios interés cultural			x		
036	Centro cultural Gabriel Garcia Marquez	Sitios interés cultural					x
037	Parque de Santander	Sitios interés cultural					x
038	Universidad de Rosario	Sitios interés cultural			x		
039	Plazoleta del rosario	Sitios interés cultural					x
040	Plazuela Camilo Torres	Sitios interés cultural		x			

Figura 52. Listado inventario  
Elaboración propia

El anterior inventario turístico se realizó en el mes de abril, por medio de un trabajo de campo, por parte de los autores del presente proyecto. Se hizo un recorrido por todos los atractivos turísticos de La Candelaria, en donde se pudo observar el estado de los bienes, la importancia de cada uno de ellos y la información turística que está disponible actualmente. De igual manera, se seleccionaron los atractivos con mayor accesibilidad, teniendo en cuenta, el listado de bienes culturales de la nación y aquellos que pudieran estar presentes en la aplicación móvil turística. Se necesitaban de bienes que estuvieran enlazados unos con otros y que cumplieran características de proximidad, para la incorporación del GPS en la zona, y aunque algunos de los lugares citados en el proyecto no cumplen una de las características mencionadas anteriormente cabe resaltar que, representan gran importancia a nivel turístico y cultural y por esa razón no podían estar por fuera del listado.

Teniendo como base un promedio general del estado de conservación y accesibilidad que hay en los diferentes lugares turísticos. Se puede observar que hay una buena conservación de los inmuebles, quizás el problema que más ataca a los atractivos es su accesibilidad, ya que, algunos de los lugares están cerrados y no permiten el acceso al público. Algunos de los inmuebles que permanecen cerrados, es debido a problemas de seguridad que hay en la zona y los propietarios o representantes de los lugares han optado por cerrar sus puertas y cuidar los bienes personales o los bienes que permanecen bajo su custodia en el lugar.

Aun así, los atractivos turísticos utilizados para el presente trabajo, cumplen ciertas características que permiten que, se realice un turismo cultural de manera más vivencial. Los atractivos más fuertes para el proyecto son aquellos que están a los alrededores de la plaza de Bolívar, así como la plaza misma, algunos museos que se conservan en buen estado como el museo de Botero, la casa de la moneda, museo colonial y el museo de Bogotá. Por otro lado, los atractivos menos fuertes serían la iglesia de La Bordadita y la iglesia de San Ignacio, ya que estas iglesias permanecen cerradas al público y aunque conservan un gran valor arquitectónico los propietarios han optado por no volver a abrir hasta un nuevo aviso.

#### 4. Demanda turística sector de La Candelaria

El turismo es una de las actividades que ha tenido un gran impacto alrededor del mundo y con el paso de los años, en Colombia se ha demostrado ser uno de los renglones más importantes para la economía, ya que, hasta el año pasado representó un 2.9% del producto interno bruto, según datos del Dane, el sector turístico ha favorecido la imagen del país durante el año 2017 “Dane, en el 2017 este sector presentó un crecimiento del 1,6% respecto al año 2016, logrando una participación del 2,9% en el PIB nacional” (Portafolio, 2018). Debido a este incremento tan significativo del turismo en Colombia, y específicamente en la ciudad de Bogotá, donde cada mes aumenta el flujo de turistas tanto nacionales como extranjeros a la capital, “Un crecimiento del 18%, respecto al año 2016, tuvo el flujo de viajeros extranjeros a la ciudad en el 2017” ( Conexion capital, 2018), Gracias a todo este gran desarrollo que se ha presentado en la ciudad de Bogotá, se han producido cambios en las necesidades de la demanda y en la oferta de los mercados turísticos afectado por diferentes factores como aspectos internos, estudios propios de la ciudad para el desarrollo de la actividad turística, aumento de la competencia (oferta), internacionalización de los destinos, cambios de gustos y tendencias y un factor más pero no el menos importante, el impacto de la tecnología como impulsor del turismo.

A través del tiempo la demanda del turismo ha tenido un cambio por la personalización en la prestación de los servicios turísticos, en donde los turistas deciden cuando, como y en qué momento hacer uso de su tiempo de manera individual y se deja de un lado la homogenización de los paquetes turísticos como tradicionalmente se hacían, según Betthencourt en el 2002 afirma que “la aparición de una demanda de servicios cada vez más personalizada, donde el turista diseña su tiempo de ocio de una manera individual que llega a desvirtuar la esencia del paquete turístico homogéneo que tradicionalmente ha ofertado el tour operador” (turismo, 2007), sin embargo satisfacer las necesidades de todos los consumidores con un único producto o servicio es difícil debido a los intereses de cada usuario, es por esto que se hace necesario el conocer mejor al mercado y apuntarle a los cambios que ellos demandan, después de todo son los turistas quienes definen el comportamiento de los mercados y de las tendencias en el sector del turismo.

Por otro lado la segmentación del mercado es una de las partes más importantes a la hora de conocer la demanda turística, ya que, esto contribuiría a saber gustos, preferencias, tendencias y demás características similares, Según en 1982, Mathieson y Wall afirma que, “Finalmente, las características del viaje también influyen en el proceso de toma de decisiones que tiene lugar en

un viajero potencial,” (turismo, 2007). Pero por otra parte toma sentido el conocimiento del comportamiento del mercado a través de la segmentación turística, es decir, esto ayuda a conocer el cómo, el porqué, qué y cuándo, usando como medio las principales variables de las características del viaje, pero estas características han tenido cambios significativos a medida que pasa el tiempo lo que provoca y explica que actualmente se encuentren formas de turismo individualizadas, a lo que responden muchas empresas dedicadas al turismo, orientando sus productos y servicios a la misma individualización de la demanda en el mercado, pero como argumenta Kotler en 1999, la teoría del marketing “todo mercado está constituido por grupos o segmentos de consumidores con diferentes necesidades” (Intermark, 2013) y aunque existan diferentes variables que ayudan a la segmentación del mercado tales como: la ubicación geográfica, el nivel socioeconómico, la cultura, los motivadores de viaje, el estilo de vida, el poder de compra, edad, etc. Esta variabilidad de factores, hace casi imposible implementar acciones de promoción y ventas que abarquen todo el mercado por igual, pero entrando en materia turística, se pueden hablar de más variables de segmentación específicamente para el sector turístico, tal y como lo explica el autor: “fuentes de información, experiencia previa del viaje, duración del viaje, medio de transporte utilizado, tipo de alojamiento, tamaño del grupo de viaje y destino” (turismo, 2007).

#### **4.1 Estudio**

La finalidad de este estudio es determinar las necesidades de la demanda turística en la ciudad de Bogotá específicamente en uno de los sectores más culturales como lo es el sector de la Candelaria, de ésta manera se establecen dos objetivos: (1) identificar segmentos de turistas mediante encuestas, (2) establecer el nivel de aceptación de la idea general del proyecto por parte de la demanda.

Se ha diseñado una encuesta, con una serie de preguntas enfocadas en tecnología y turismo, sin dejar de lado la parte geográfica, demográfica, conductual y sicográfica, todo esto orientado en la obtención de información por parte de los mismos turistas y visitantes, de la necesidad y nivel de aceptación de una aplicación móvil para el desarrollo del turismo cultural en el sector de la Candelaria en la ciudad de Bogotá.

Para determinar la muestra se tienen en cuenta los siguientes datos: El instituto distrital de turismo (IDT) publicó que en el año 2017 la ciudad de Bogotá recibió una cifra de 1.700.000 turistas, de los cuales el 40% de esta población hace parte de los turistas que llegan a visitar

principalmente el sector de la Candelaria, a partir de esto, se hace el cálculo de muestreo, el cual arrojó una cifra de 165 encuestas, para hacer la localización de esta muestra, se tienen en cuenta las personas (turistas o visitantes) que se encuentran visitando el sector, durante algunos días del mes de Abril.

El diseño de la encuesta se divide en tres partes, la primera está basada en algunas preguntas sociodemográficas como edad y lugar de procedencia, en segundo lugar, las preguntas están basadas en la información que han obtenido los turistas y visitantes en medio de su visita al sector de la Candelaria (motivo del viaje, información de los atractivos turísticos); y por último, en tercer lugar, las preguntas son enfocadas al nivel de aceptación de la tecnología como impulsor y desarrollador del turismo que se realiza en este sector (usaría medios digitales para obtener información, usaría aplicaciones móviles relacionadas con turismo).

#### 4.2 Análisis encuestas

La siguiente encuesta se realiza a turistas de la ciudad de Bogotá, con enfoque en el sector de la Candelaria, se realizan 165 encuestas las cuales hacen parte de la muestra.

¿Qué tipo de turista es usted?

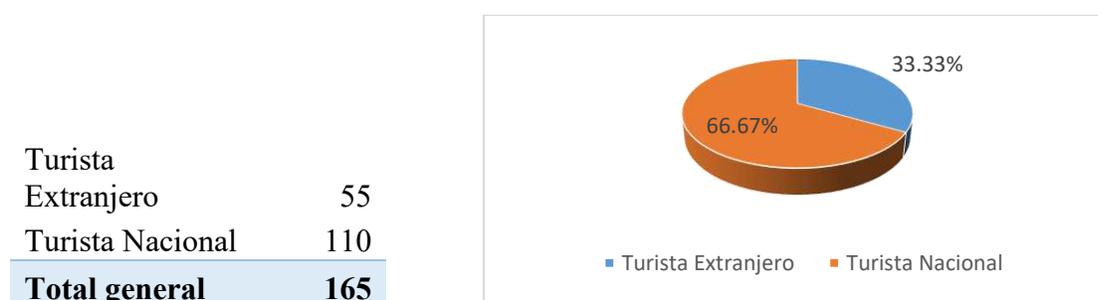


Figura 53. Turistas. Elaboración propia

Esta pregunta arroja el indicador que en la ciudad de Bogotá llegan principalmente turistas nacionales, sin embargo, una proporción importante, indica que está incrementando la cantidad de turistas extranjeros que llegan a la capital colombiana, con este índice se debe tener en cuenta que el destino turístico y todos sus atractivos deben tener guías que hablen diferentes idiomas y de igual modo, ofrecer información al público en otro lenguaje. Se puede notar que no solo llegan turistas que hablen español o inglés, sino que por el contrario ha habido un crecimiento de turistas de diferentes partes del mundo, una de las cosas que se pudo observar en el momento de realizar

las encuestas, es que, muchas personas son originarias de Alemania, Brasil, Holanda y otros países, en donde su lengua natal no es ni inglés, ni español.

## Edad

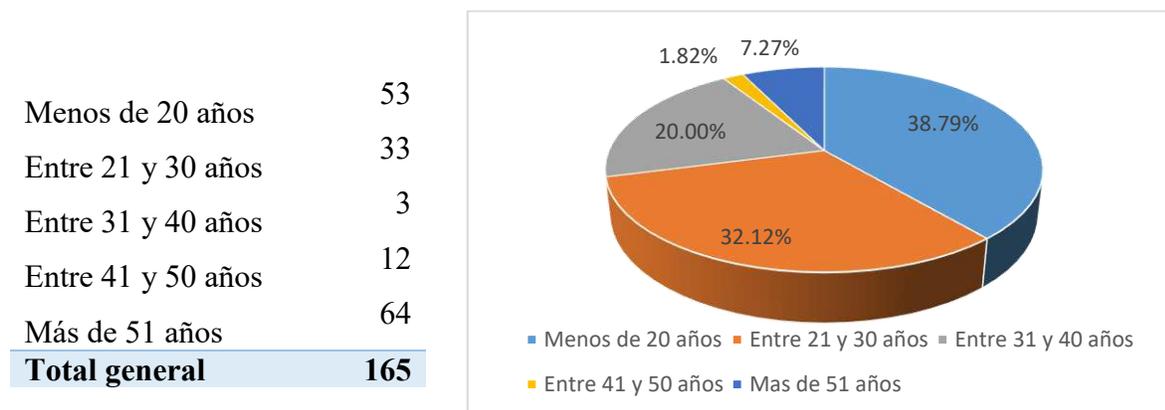


Figura 54. Edad. Elaboración propia

El 70,91% de la población, no supera los 30 años, lo cual puede llegar a indicar que los turistas de este sector son personas jóvenes y, por lo tanto, se deben incluir nuevos medios y formas de hacer turismo para poder llamar la atención de esta población de una manera más dinámica, buscando satisfacer sus necesidades, gustos y expectativas. Una de las tendencias entre los jóvenes es el uso de la tecnología, en todas las actividades que se realizan diariamente y el turismo no puede quedarse atrás de aquella tendencia. Aunque hoy en día la incorporación de los medios tecnológicos al cotidiano vivir funciona para personas de todas las edades, cabe resaltar que los jóvenes, en su mayoría, han creado algún tipo de dependencia a aquellos medios a tal punto de tomar una decisión de compra con base a la accesibilidad cibernética que los destinos ofrezcan, ya sea, comentarios generados en redes sociales, aplicativos móviles, fotografías, tipo de turismo que se pueda realizar, entre otros.

¿Visitó recientemente el sector de la Candelaria, Bogotá?

No	51
Si	114
<b>Total general</b>	<b>165</b>

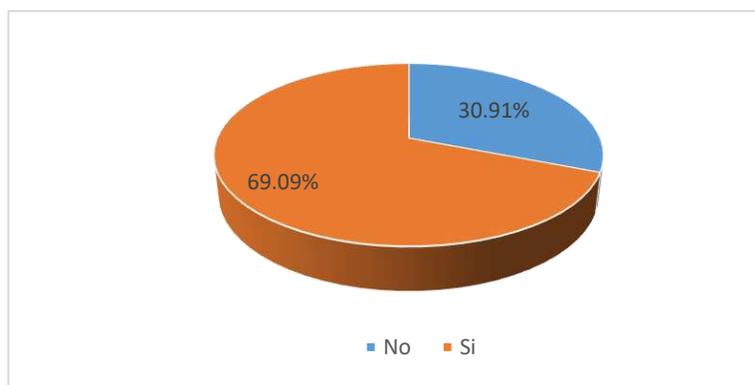


Figura 55. Visitas. Elaboración propia.

Una gran proporción de las personas que llegan al sector de La Candelaria, han visitado el sector en repetidas ocasiones y al hacer el trabajo de campo, se pudo observar que muchas personas realizan esta actividad en repetidas ocasiones, ya que quieren ver el cambio que han tenido los lugares y conocer, las nuevas alternativas de hacer turismo que se realiza en el sector, porque como bien se sabe, constantemente se hacen recorridos turísticos de diferentes tipos, por ejemplo, los recorridos turísticos que se hacen teniendo en cuenta los diferentes grafitis, las remodelaciones a las diferentes infraestructuras y la diversidad de actividades que se realizan constantemente en lugares como la Plaza de Bolívar o el paso peatonal de la séptima.

¿Cuál es su Principal motivo de visita al sector de la Candelaria, Bogotá?

Estudios (formación)	76
Negocios (trabajo, motivos profesionales)	14
Ocio y recreación	74
<b>Total general</b>	<b>164</b>



Figura 56. Motivos de visita. Elaboración propia.

Las actividades de ocio y recreación son las que más se usan para realizar viajes, contratar recorridos turísticos y visitar atractivos o sitios de interés turístico. Esta ha sido una tendencia que, aunque ha sufrido varios cambios y transformaciones, sigue marcando las preferencias y gustos de las personas. Cuando las personas viajen por otro interés diferente al de ocio y recreación, ya sea por trabajo o motivos profesionales, deja muy poco tiempo para realizar actividades lúdicas o visitas diferentes a las que están relacionadas con su trabajo, sin embargo, las personas y los jóvenes que viajan a la capital por motivos de estudio o de formación académica, si dedican parte de su tiempo a realizar actividades de visitas a los diferentes lugares, ya que se encargan más de realizar un turismo vivencial, que tiene en cuenta, visitar y conocer la mayor cantidad de atractivos en el menor tiempo posible.

Si su respuesta anterior es "Ocio y recreación" ¿Qué tipo de turismo realiza en la ciudad?

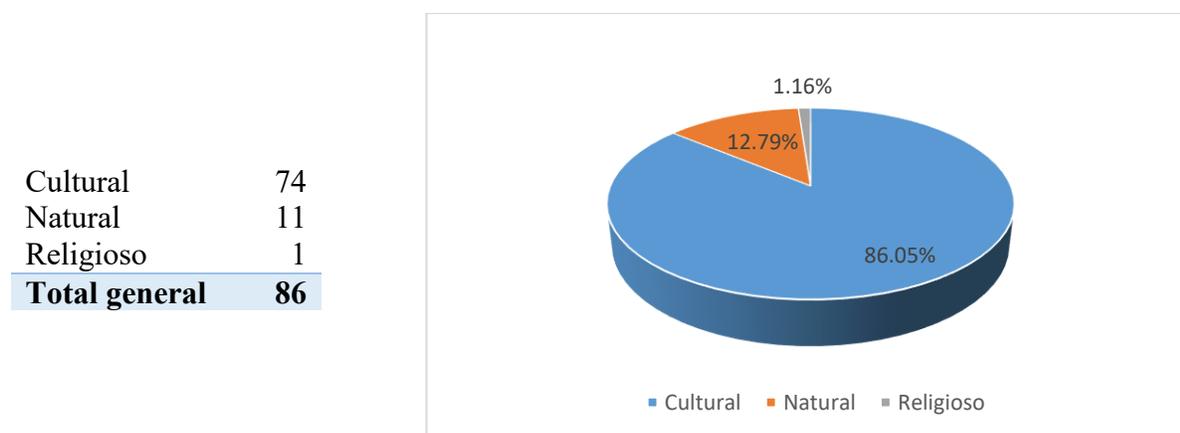


Figura 57. Tipo de turismo. Elaboración propia.

Como bien se sabe la Candelaria es uno de los sectores que más turistas atrae, principalmente por su historia y su cultura, y debido a ello, las personas toman como referencia este lugar como un destino cultural por excelencia y llegan allí a realizar actividades que involucren, la visita a museos, sitios en donde se encuentre una historia por contar o una escultura por ver, conocer lugares como la casa de Nariño, la alcaldía, entre otras, hacen que las personas sientan un acercamiento a la cultura colombiana y a los diferentes acontecimientos que han transcurrido a lo largo de los años. Por tal motivo, el principal tipo de turismo que se realiza en la ciudad de Bogotá, tiene que ver con turismo de ocio y recreación, motivados por la parte cultural que los turistas pueden encontrar en el destino.

¿Considera usted que actualmente recibe información de todos los atractivos turísticos de manera clara y completa?

No	101
Si	64
<b>Total general</b>	<b>165</b>

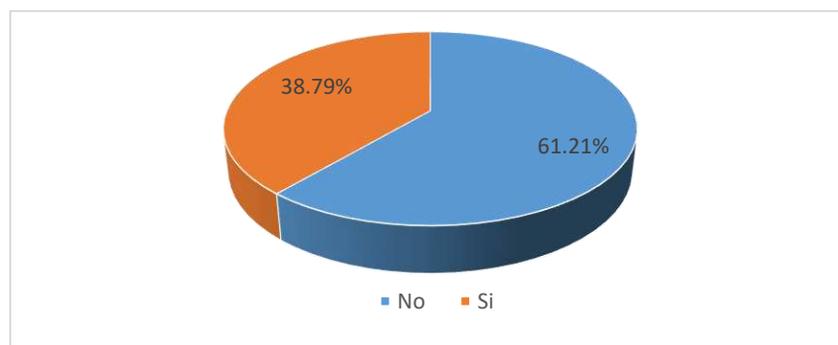


Figura 58. Información. Elaboración propia.

Muchas de las personas que llegan a la Candelaria consideran que no obtienen la información necesaria para poder iniciar y culminar los recorridos turísticos, de manera clara y verídica, una gran falencia que se encuentra en la Candelaria y en muchos lugares turísticos de Colombia es la poca disponibilidad de personas que hablen diferentes idiomas o que se especialicen en los tipos de turismo existentes. Las personas que vienen de países de habla inglesa, tienen una mayor posibilidad de conseguir información en su idioma, sin embargo, para convertir La Candelaria en un destino de talla internacional, se debe ofrecer información de manera accesible y para ello una de las mejores formas es incluir medios tecnológicos que puedan contribuir a este proceso.

¿Le gustaría obtener información de los principales atractivos turísticos de la zona de la Candelaria?

No	9
Si	156
<b>Total general</b>	<b>165</b>

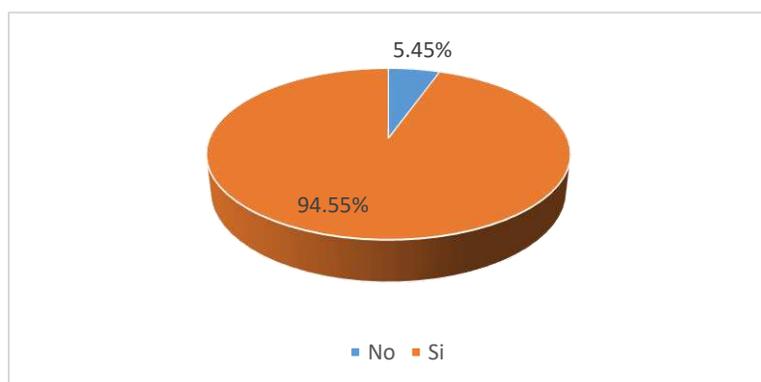


Figura 59. Información atractivos. Elaboración propia.

Un gran porcentaje de las personas les gustaría que se mejorara los canales de información de los atractivos turísticos, ya que, en su mayoría son poco prácticos e incluso no llegan a ser conocidos por las personas de una manera global y generalizada. Las 9 personas que han respondido negativamente en esta pregunta, hacen parte al grupo de personas que prefieren obtener información de manera vivencial, a partir de la experiencia, estas personas son aquellas que les gusta recorridos turísticos poco estáticos, ya que deciden salir a realizar turismo, sin hacer contrataciones de guías o de acompañantes, sin embargo, se considera que si las personas pueden usar su celular para ubicarse en el lugar que estén, quitaría el miedo de perderse en un lugar que no conocen y por consiguiente, aprovecharían el atractivo de una mejor y mayor manera.

¿Cómo le gustaría recibir información acerca de los atractivos turísticos del sector de la Candelaria?

Medios Digitales	113
Medios Físicos	52
<b>Total general</b>	<b>165</b>

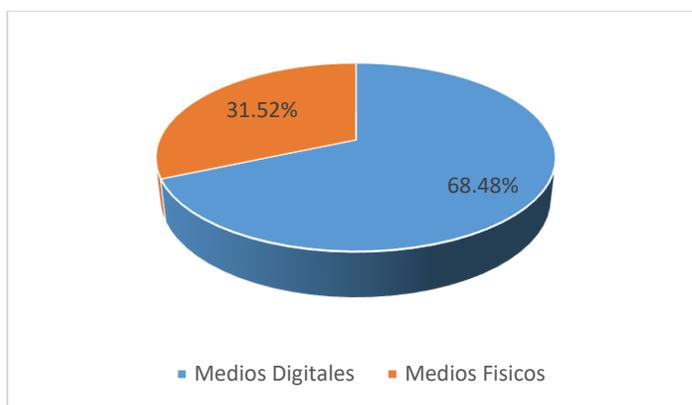


Figura 60. Medios de información. Elaboración propia.

Al tener un público mayormente joven, las personas deciden adquirir información a través de medios digitales, ya que los mapas, folletos y demás medios físicos ya han pasado a segundo plano. Muchas de las personas encuestadas, afirman que estos medios físicos solo serían útiles mientras se realizan los recorridos turísticos y después se desecharían, por el contrario, los medios digitales ofrecen la oportunidad de guardar la información y poderla revisar en el momento que lo deseen y lo necesiten. De igual manera, muchas personas ven el adquirir información por medios digitales, una alternativa que contribuye al medio ambiente, ya que esto significaría menos gasto de papel y demás implementos que no podrían ser aprovechados de una manera adecuada.

Si su respuesta es "Medios digitales" ¿Qué medios digitales le gustaría usar para recibir información sobre los atractivos turísticos?

Aplicacion Movil	55
E-mail (Correo electronico)	17
Periodicos digitales	11
Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)	35
<b>Total general</b>	<b>118</b>

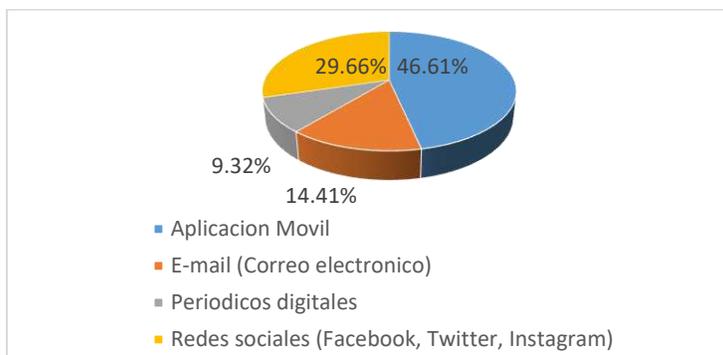


Figura 61. Medios digitales. Elaboración propia.

Las aplicaciones móviles han generado un gran impacto en el estilo de vida de las personas, a tal punto que, al usar un Smartphone, es necesario adquirir aplicaciones para su funcionamiento, Facebook, WhatsApp, Instagram y demás redes sociales son las aplicaciones más importantes en el momento y ha crecido la descarga de diferentes aplicativos como mapas, servicios de transporte, medios para escuchar música, juegos y demás reciben día a día millones de descargas y por tal motivo todas las aplicaciones móviles y el uso de las mismas es muy común entre las personas, actualmente. Por ello la mayoría de personas consideran que el uso de una aplicación móvil que resulte de fácil manejo y atractiva para el público lograría que las personas descarguen la aplicación y usen este medio de manera más frecuente que las demás. Las aplicaciones móviles y las redes sociales están en los primeros lugares de esta pregunta, sin embargo, la brecha entre las dos es significativa; y por otro lado los periódicos digitales son los medios que menos les gusta a los turistas, ya sea porque lo encuentran poco prácticos o porque no han tenido el auge que han tenido las aplicaciones móviles en la actualidad.

¿Usa usted de manera frecuente aplicaciones móviles en su teléfono?

No	30
Si	135
<b>Total general</b>	<b>165</b>

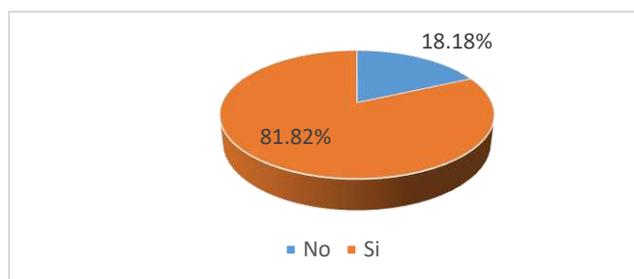


Figura 62. Uso aplicaciones. Elaboración propia.

Al tener una población mayormente joven, con una participación del 81,82%, usan de manera frecuente aplicaciones en sus teléfonos, ya que, por medio de ellas, las personas pueden realizar diferentes actividades que ayudan a conectarse con el resto del mundo y obtener información adicional sobre cualquier tema, pero, por otro lado, la minoría, representando el 18,18% de la población encuestada no usa aplicaciones en su teléfono móvil, ya sea por desconocimiento de estas, o desinterés.

¿Actualmente usa aplicaciones móviles de turismo?

No	109
Sí	56
<b>Total general</b>	<b>165</b>

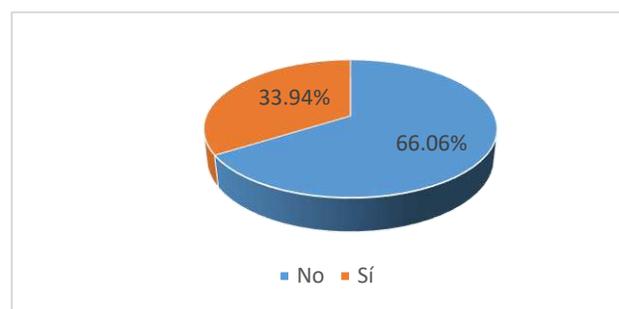


Figura 63. Aplicaciones de turismo. Elaboración propia.

Hoy en día los turistas aunque tienen su teléfono y la información a la mano, no están motivados a descargar una aplicación sobre turismo que les ayude en su viaje, probablemente porque la información que obtienen de otras fuentes es suficiente, pero por otro lado, según la anterior grafica la mayoría, siendo el 66.06% de la población encuestada, encuentra necesario el uso de una aplicación que les dé información adicional, esto ayuda al usuario a sentirse más en confianza con el lugar que está visitando.

¿Usaría una aplicación móvil interactiva la cual le indique lugares y sitios de interés turístico?

No	30
Si	135
<b>Total general</b>	<b>165</b>

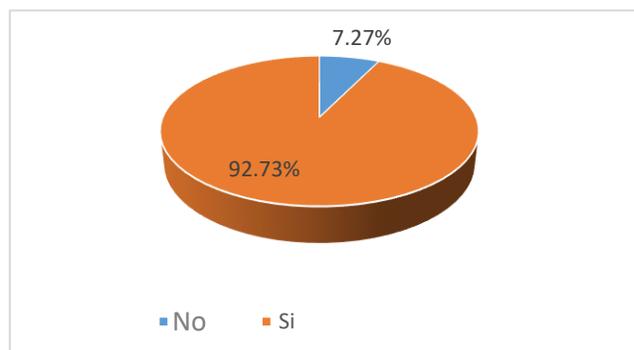


Figura 64. Uso de aplicaciones. Elaboración propia.

El 92.73% de la población encuestada es receptiva ante la idea de una aplicación que les ayude a facilitar su experiencia a la hora de recorrer los sitios turísticos de la ciudad, no solo porque es

una forma más fácil y sencilla de hacerlo, también se tiene en cuenta que se genera lazos de confianza entre la aplicación y el usuario final, por otra parte, la minoría siendo el 7,27% no usarían una aplicación de este tipo, debido a que la población adulta no es a menudo familiarizada con el uso de la tecnología, para este tipo de población quizá es más complicado y difícil su uso.

¿A parte de los sitios de interés, le gustaría obtener información de restaurantes, bares, hoteles, entre otros?

No	12
Si	153
<b>Total general</b>	<b>165</b>

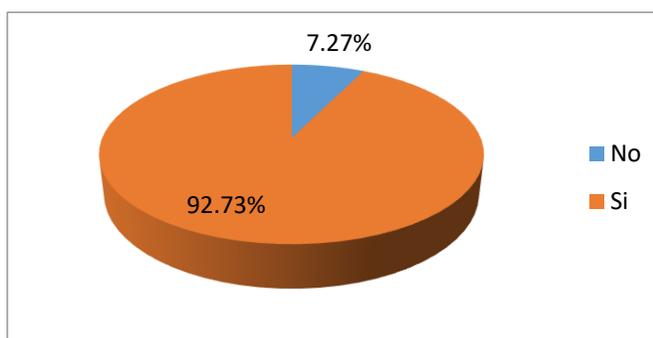


Figura 65. Información adicional. Elaboración propia.

La información que los turistas reciben, ya sea por parte de páginas web, dentro de los hoteles, o mapas turísticos de la ciudad no es suficiente, ya que el 92.73% de la población encuestada a reflejado en sus respuestas que desearían información no solo de sitios y lugares turísticos, sino, también de restaurantes, bares, hoteles, guías de turismo, casas de cambio, entre otros ítems, todo esto reunido en un solo lugar, es decir, de esta manera se incentivaría y se activaría el comercio en el sector, generando empleo para todos los actores del entorno, por otro lado el 7,27% de la población encuestada prefiere no obtener información adicional.

#### 4.3 Perfil del cliente del sector La Candelaria ciudad de Bogotá

En la ciudad de Bogotá se han desarrollado diferentes tipos de turismo para diferentes nichos del mercado. Existe el turismo cultural, turismo de naturaleza, turismo especializado en compras, turismo nocturno, urbano entre otros. En este caso, en el sector de La Candelaria se desarrolla principalmente e turismo cultural, debido a la gran cantidad de bienes materiales e inmateriales que representan la historia de la capital, la nación e incluso de algunos países aledaños a Colombia.

Contrario a lo que se puede pensar, el turismo cultural que se desarrolla en el sector de La Candelaria, son mayoritariamente jóvenes que están interesados en conocer la historia del país y en tener una experiencia vivencial de todos aquellos lugares que marcaron el destino político y social del país. Al ser una población joven, se sabe que están en busca de nuevas experiencias, de desarrollar turismo de diferentes formas y huir de los periodos vacacionales estáticos. Por tal

motivo, los jóvenes desean adoptar las nuevas herramientas tecnológicas para realizar los recorridos, ya que, la virtualidad puede ofrecer diferentes puntos de vista, diferentes ópticas y en muchos casos información más completa, general y verídica.

Los turistas se enfrentan a diversos retos muy complejos, entre ellos está, que las personas que les brindan información en muchas ocasiones son personas que no están debidamente calificadas o que no cumplen con los requisitos exigidos por el gobierno colombiano para prestar el servicio de guianza turística. Por ello, muchas personas llegan a contratar el servicio sin tener la absoluta certeza que la información que proviene de estas fuentes son 100% seguras. Otro de los retos más importantes para el sector es que, debido a la evolución que ha tenido el turismo en Colombia, se necesitan personas o fuentes de información que hablen diferentes idiomas. La internacionalización hace que sea necesario contar con las herramientas necesarias para lograr llegar a la mayor cantidad de personas posibles. Idiomas como el español y el inglés, que, aunque son dos de los más importantes a nivel mundial, ya no son suficientes. Muchas personas buscan adquirir información en su lengua natal y por lo menos se necesitarían medios o personal capacitado con al menos 5 idiomas a nivel mundial, incluidos el portugués y el mandarín.

En cuanto a la manera de realizar el turismo, las encuestas dejan ver que aparte de querer realizar turismo de formas diferentes al pasado, también el turismo está frente a una generación preocupada por el cuidado y la preservación del medio ambiente y por tal motivo, la papelería, como mapas turísticos y folletos físicos, pasan a segundo lugar. Los turistas ya no ven la necesidad de tener estos elementos, puesto que aseguran que solo con tener información en un celular o en un medio magnético, puede ser más útil y práctico.

PERFIL DE CLIENTE	
<b>Geográfico</b>	
Nacionalidad:	Turista nacional
<b>Demográfico</b>	
Edad:	Jóvenes entre 18 y 30 años
<b>Pictográficas</b>	
Estilo de vida:	Personas con gustos e interés en la cultura Gustos e inclinaciones a usar tecnología Estudiantes, tiempo libre ocio y recreación
<b>Conductuales</b>	
Interés en:	Turismo Cultural
Tecnología:	Uso de aplicaciones móviles Usarían la aplicación
Estimación:	Bogotour

Figura 66. Características de la demanda  
Elaboración propia

## 5. Propuesta aplicación móvil

### 5.1 Descripción

Este proyecto se centra en la propuesta de la creación de una aplicación móvil para la potencialización del turismo cultural en el sector de la Candelaria, teniendo en cuenta la investigación que se realizó, y teniendo en cuenta todos los avances tecnológicos que se han llevado a cabo en el sector turístico a través del tiempo; los Smartphone ya hacen parte de la vida cotidiana de la mayoría de personas alrededor del mundo, pues las cifras son increíblemente elevadas a la hora de hablar de tenencia de teléfonos móviles, “El primer semestre del año se despacharon 689 millones de teléfonos inteligentes. Si dividimos esa cantidad en la mitad de días que tiene el 2017, podría decirse que en el mundo se compran 3,7 millones de teléfonos inteligentes al día” (GARCÍA, 2017), de acuerdo con esto, se ha planteado una idea que podría revolucionar la industria del turismo y la tecnología en el país, pues son dos conceptos totalmente diferentes, pero que van de la mano si tenemos en cuenta toda la evolución que han tenido en el escenario colombiano.

En el turismo hasta el momento se han hecho grandes avances con ayuda de la tecnología, aunque el tema aun sea muy nuevo e incipiente, pero por otro lado, actualmente la expansión en la tenencia de dispositivos móviles y de la expansión del uso de las tecnologías, provoca poner la vista en nuevas ideas y en nuevos enfoques, algo que sea fácil de usar y que contribuya al desarrollo de un sector; en el presente proyecto se ha llevado a cabo una propuesta sobre el desarrollo de una aplicación móvil interactiva que mejore la calidad en la experiencia que un turista puede tener en el sector de la Candelaria en la ciudad de Bogotá.

La demanda del turismo es una cifra que cada día va en aumento en la ciudad de Bogotá y más aún en el sector de la Candelaria, pues se sabe que recibe aproximadamente el 40% de sus turistas, teniendo en cuenta esta cifra, podemos hablar de un desarrollo progresivo en el turismo receptivo, y al hacer un trabajo de campo con turistas reales, se puede observar que el visitante tiene toda la intención de recorrer y visitar los diferentes atractivos con los que cuenta la Candelaria pero muchas veces se encuentra con diferentes barreras y problemas que se lo impiden hacer de manera satisfactoria, uno de estos problemas es la falta de información correcta sobre los atractivos, por otro lado existe una barrera idiomática, pues para algunos turistas la comunicación, debido a su lenguaje, es compleja, y es desde allí donde se plantea la implementación de una aplicación móvil turística que ayude a mejorar la calidad en la experiencia de la estadía o recorrido de un visitante

o turista en el centro de la ciudad; aunque la seguridad también es uno de los problemas que golpea al turismo en dicho sector, este proyecto podría contribuir a la motivación de mejorar y hacer planes de acción para mitigar ese problema que radica no solo en el sector, sino, en toda la ciudad.

La aplicación móvil turística que se plantea en el presente proyecto, recibirá como nombre BOGOTOUR. Esta aplicación funcionara bajo un sistema de posicionamiento global, conocido como GPS por sus siglas en inglés, actualmente es una de las herramientas tecnológicas más importantes de la última década, pues permite conocer la ubicación exacta de un dispositivo en un espacio determinado, a través de mapas e imágenes digitales; la aplicación también funcionará con la cámara del dispositivo móvil, pues para que funcione correctamente se deben identificar las imágenes de los lugares donde se encuentra actualmente el visitante o turista, esto hace que exista una interacción directa entre el usuario, el entorno (atractivo) y la tecnología.

BOGOTOUR es una alternativa diferente para aquellos turistas y visitantes que no conocen el sector de la Candelaria y desearían hacerlo de una manera confiable y segura pues la información que allí se encuentra será la correcta derivada de un inventario turístico realizado en este proyecto, además de poder conocer la información de los puntos de interés turístico, como museos, plazas, monumentos, entre otros, y de poder hacer su propia ruta turística, el visitante también tendrá la posibilidad de encontrar lugares de interés cercanos como restaurantes, bares, casas de cambio, discotecas, tienda de suvenires y súper mercados, sin embargo, aunque suene como una aplicación la cual reemplaza un guía turístico, no es así, pues también se podrá contar con servicios de guianza si se desea, ya que se tiene en cuenta que el factor humano a la hora de generar experiencias es muy importante, además de todo esto, estará disponible en varios idiomas, pues de esta manera se puede mitigar uno de los factores problema como es la barrera idiomática.

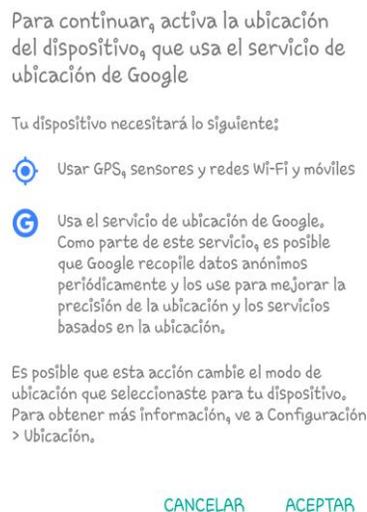
## **5.2 Sistema de posicionamiento global**

El sistema de posicionamiento global o GPS, es actualmente muy conocido entre todas las personas que usan Smartphone, Tablet, e incluso computadores. El GPS, está disponible en casi todos los teléfonos que están siendo utilizados recientemente, y es que, este sistema es de gran utilidad, ya que permite, que las personas se ubiquen en el lugar en donde están, permite que conozcan en donde están sus pertenencias, como celulares, vehículos, computadores y entre otros. En los tiempos modernos se usa el GPS casi en todas las aplicaciones, ya que, algunas empresas envían publicidad a sus clientes según la ubicación en donde se encuentren y la proximidad que tengan a sus clientes. Sistemas o aplicativos como Waze, el cual es un mapa que permite conocer

el estado de las vías y el mejor camino que un conductor debe tomar para llegar a su lugar de destino ha hecho que las personas siempre tengan el GPS activo en sus teléfonos, frente a cualquier eventualidad que pueda suceder, incluso, hay algunas personas que están desarrollando nuevos modelos de negocio basados en el GPS, como es el caso de unos anillos que se conectan al sistema de posicionamiento y envía señales, cuando la persona, se encuentre en riesgo de robo, hurto o demás riesgos a los que una persona se pueda enfrentar en su cotidiano vivir.

“El Sistema de Posicionamiento Global (GPS) es un sistema de radionavegación de los Estados Unidos de América, basado en el espacio, que proporciona servicios fiables de posicionamiento, navegación, y cronometría gratuita e ininterrumpidamente a usuarios civiles en todo el mundo.” (GPS.GOV, 2013) El GPS depende de tres variables principales, uno de ellos son los satélites que están en la órbita, las estaciones de seguimiento y control y finalmente los celulares o medios tecnológicos que tengan el GPS activo. Este sistema funciona de la siguiente manera: Los satélites que están en la órbita envían señales a las estaciones de seguimiento y control y ellos a su vez envían las señales a los receptores de GPS.

El presente proyecto usará ese sistema de GPS para que cuando las personas estén cerca a algún atractivo turístico, la aplicación arroje información de los sitios de interés cultural que han sido incluidos en el inventario de este documento. Al iniciar la aplicación se le solicitará al turista o al cliente que primero debe asegurarse de tener el sistema de posicionamiento global activo. Como se muestra en la siguiente imagen.



*Figura 67. Activar la ubicación.  
Elaboración propia.*

### 5.3 Contenido de la aplicación

La aplicación busca que las personas además de obtener información actualizada, también pueda establecer un comparativo gráfico entre el estado de los sitios de interés cultural en tiempos pasados y como se encuentran en la actualidad, como se muestra en el gráfico 15.1



*Figura 68 Comparativo  
Archdaily.co*

La imagen de la aplicación será la siguiente y recibirá el nombre de Bogotour.



*Figura 69. Bogotour  
Elaboración propia*

A continuación, se plantea la información de los atractivos turísticos que se usará para el desarrollo de la propuesta para la potencialización del turismo cultural en el sector de la Candelaria, para temas de accesibilidad, la información inicial esta propuesta en español y en inglés, junto con una imagen del atractivo y su estado físico hace un tiempo atrás.

La Candelaria	
	
Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá	
<p>Ubicada en el centro de la ciudad de Bogotá. En esta zona se encuentra ubicado el Centro Histórico, además de los edificios de los poderes del estado: La casa de Nariño, Sede de la presidencia de la República, el congreso, el palacio de justicia y el palacio de Liévano, sede de la alcaldía mayor de Bogotá- El sector cuenta con 40 espacios culturales que ofrecen una variada agenda, los cuales son aprovechados por su población flotante mayoritaria, que se concentra en la gran cantidad de universidades y entidades comerciales que allí pululan.</p>	<p>It is located in the downtown of Bogotá city. Here you will find the city's historic center. As well as key state buildings, such as the Casa de Nariño (official home of the republic president), congress, the Justice Palace and Liévano palace (headquarters of the mayor's office of Bogotá). The sector has 40 cultural spaces offering a variety of events that are enjoyed by the area's floating population, which is concentrated in its many universities and commercial enterprises.</p>

Figura 70. Información de La Candelaria  
Elaboración propia

Museo historico de la policia nacional	
	
Fuente: Skyscraper city	
<p>El museo ha organizado sus colecciones de forma cronologica, utilizando como hilo conductor los hechos policiales registrados desde la época precolombina: Conquista, colonia, república, contemporánea y moderna. Alberga 28 salas de exhibición donde se da a conocer la historia, organización, administración y funcionamiento de las diferentes direcciones de policia, oficinas asesoras y organismos descentralizados de la institución.</p>	<p>The museum has organized all its collection in a cronological order, taking into account police facts, since pre-Colombian age: Conquest, colony, republic, contemporary and modern. It has more than 28 roomsto expose history, organization, managment, the director head offices and differents units that belong to our institution.</p>

Figura 71. Información Museo histórico de la policía nacional  
Elaboración propia

Museo de arte colonial	
	
<p>Fuente: ElturismoenColombia.com</p>	
<p>Inaugurado en 1942 dentro de un edificio del siglo XVII, el museo conserva una importante colección de 72 pinturas de Gregorio Vásquez de Arce y Ceballos, el pintor más importante de la colonia además de otras obras de la escuela quiteña. Es la colección de arte colonial más importante y completa de Colombia. En el pasado el museo fue biblioteca nacional y sede de la universidad Javeriana en el periodo colonial.</p>	<p>Opened in 1942 inside the building of the XVII century, the museum conserves an important collection of 72 paintings by Gregorio Vázquez de Arce and Ceballos, the most important painter of the colony besides other works of the Quito school. It is the most important and complete colonial art collection in Colombia. In the past, the museum was a national library and the headquarters of the Javeriana University in the colonial period.</p>

Figura 72. Información Museo de arte colonial  
Elaboración propia

Museo de Bogotá	
	
Fuente: Civico	
<p>El museo cuenta con dos sedes, una de ellas es la antigua casa del Virrey Juan Sámano y la otra es la casa de la independencia, la cual fue totalmente restaurada y tiene una particularidad esencial que muestra la historia bogotana, ya que mezcla un estilo colonial con un estilo republicano. En el museo se encuentran exhibiciones permanentes y temporales, en donde se busca resaltar la cultura Bogotana y como han ido cambiando las costumbres y tradiciones a lo largo de la historia.</p>	<p>The museum has two venues, one of them is the old house of the Viceroy Juan Sámano and the other is the house of independence, which was completely restored and has an essential feature that shows the history of Bogota, since it mixes a colonial style with a republican style. In the museum there are permanent and temporary exhibitions, where the aim is to highlight the Bogotana culture and how customs and traditions have changed throughout history.</p>

Figura 73. Información Museo de Bogotá  
Elaboración propia

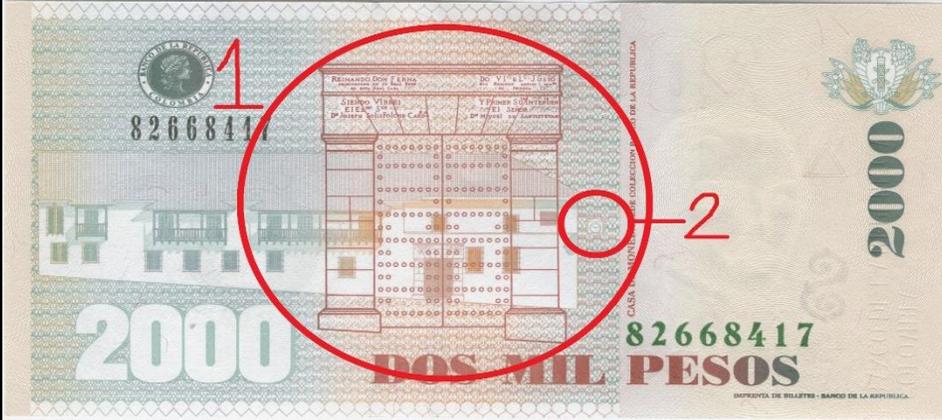
Casa de la moneda	
	
Fuente: Banco de la república	
<p>En el año de 1961 fue abierto al público un primer museo numismatico y allí se exhibió por primera vez una colección de billetes y monedas del banco de la república, sin embargo en 1985 cerraron las puertas del museo, mientras pasaba por un proceso de remodelación. Pero hasta el año de 1996 volvió a abrir sus puertas en una nueva sede, llamado el claustro colonial que es el lugar donde está actualmente. Su exhibición comprende una historia de los billetes, monedas y sistemas de trueque que estuvieron presentes en el pasado.</p>	<p>In 1961 a first numismatic museum was opened to the public and there was exhibited for the first time a collection of banknotes and coins of the republic bank, however in 1985 they closed the doors of the museum, while going through a process of remodeling. But until the year of 1996 it reopened its doors in a new headquarters, called the colonial cloister that is the place where it is currently. Its exhibition includes a history of banknotes, coins and barter systems that were present in the past.</p>

Figura 74. Información Casa de la moneda  
Elaboración propia

Museo militar	
	
Fuente: TripAdvisor	
<p>El museo militar fue fundado en 1982 bajo la presidencia de Julio César Turbay Ayala, se incorporaron elementos de un antiguo museo. Actualmente cuenta con 9 salones de exposición con las piezas más representativas de las fuerzas militares de Colombia. Esta exposición contiene todo tipo de armas como revólveres, pistolas, ametralladoras y fusiles, de igual manera en el patio exterior se encuentra una exhibición de aviones y también hay tres dioramas (maquetas con luz y sonido) en donde se puede observar la batalla del pantano de Vargas, La conquista del espacio y la misión de las fuerzas militares en la actualidad.</p>	<p>The military museum was founded in 1982 under the presidency of Julio César Turbay Ayala, elements of an old museum were incorporated. It currently has 9 exhibition halls with the most representative pieces of the Colombian military. This exhibition contains all kinds of weapons such as revolvers, pistols, machine guns and rifles, in the same way in the outer courtyard there is an aircraft exhibition and there are also three dioramas (models with light and sound) where you can observe the battle of the swamp de Vargas, The conquest of space and the mission of the military forces today.</p>

Figura 75. Información Museo militar  
Elaboración propia

Museo de Botero	
	
	
Fuente: Escaners	
<p>La exposición de este museo alberga de manera permanente 85 obras de los creadores del arte más representativo de finales del siglo XIX y principios de siglo XX. El pintor, escultor y dibujante Fernando Botero donó al museo más de 123 obras entre dibujos, acuarelas, óleos y esculturas en el año 2000. Su fin principal era permitir que sus obras fueran conocidas y accesibles al público. La sede del museo de Botero está en la hemeroteca Luis Lopez de Mesa, conocida también como La Casa de Exposiciones.</p>	<p>The exhibition of this museum permanently houses 85 works by the creators of the most representative art of the late nineteenth and early twentieth century. The painter, sculptor and draftsman Fernando Botero donated to the museum more than 123 works among drawings, watercolors, oil paintings and sculptures in the year 2000. His main goal was to allow his works to be known and accessible to the public. Botero Museum's headquarters is in the Luis Lopez de Mesa newspaper library, also known as La Casa de Exposiciones</p>

Figura 76. Información Museo de Botero  
Elaboración propia

Casa del florero	
	
Fuente: Cuadrante cultural	
<p>El museo se caracteriza por los muros blancos y sus puertas, ventanas, balaustradas y balcones verdes. La historia del museo data cuando la casa pertenecía al comerciante José González Llorante y poseía dentro de su mercancía, un florero, el cual quisieron tomar prestado cuatro habitantes del sector, este florero representaba un alto costo, ya que, toda la mercancía que se comercializaba en ese entonces provenían de España, por esa razón Llorente no prestó el florero, lo cual dio lugar a una gran discusión, hasta que el Florero se quebró. El museo aun conserva una parte del florero, así como también una serie de objetos que estuvieron presentes en esa época y que hace recordar la manera en que vivían los pobladores de ese entonces.</p>	<p>The museum is characterized by white walls and its doors, windows, balustrades and green balconies. The history of the museum dates back when the house belonged to the merchant José González Llorante and possessed within its merchandise, a vase, which four inhabitants of the sector wanted to borrow, this vase represented a high cost, since, all the merchandise that was marketed at that time they came from Spain, for that reason Llorente did not lend the vase, which led to a great discussion, until the Vase broke. The museum still conserves a part of the vase, as well as a series of objects that were present at that time and that reminds us of the way in which the inhabitants of that time lived.</p>

Figura 77. Información Casa del Florero  
Elaboración propia

Casa del Marqués de San Jorge	
	
Fuente: Colarte.com	
<p>Este museo fue construido a finales del siglo XVII y el dueño más representativo de este lugar fue el Marqués de San Jorge, el señor Jorge Miguel Lozano de Peralta, el marqués fue descendiente de aristocratas españoles y criollos, él heredó una gran fortuna y por tal razón recibió el título de Marqués, sus hijos fueron José María Lozano y Jorge Tadeo Lozano, quien ha sido una persona reconocida a nivel nacional. En el siglo XX la casa fue vendida al banco popular quienes a su vez la restauraron y la convirtieron en museo en el año de 1973 y hasta la actualidad se conserva como una de las casas mejor conservadas del sector.</p>	<p>This museum was built in the late seventeenth century and the most representative owner of this place was the Marquis of San Jorge, Mr. Jorge Miguel Lozano de Peralta, the Marquis was a descendant of Spanish and Creole aristocrats, he inherited a great fortune and therefore reason received the title of Marquis, his children were José María Lozano and Jorge Tadeo Lozano, who has been a person recognized nationally. In the twentieth century the house was sold to the popular bank who in turn restored it and turned it into a museum in 1973 and to this day it is still one of the best preserved houses in the sector.</p>

Figura 78. Información Casa del Marqués de San Jorge  
Elaboración propia