



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

Especialización en Gerencia Multimedia y Comunicación Digital

Mirador del Paraíso: Colores del Sur y Arte en las Alturas

Juan Pablo Fernández Gutiérrez - CC.1000179515 - Código 2282403

Juanfernandezg@usantotomas.edu.co

Laura Tatiana Mateus Cobos – CC.1001089479 – Código 2258704

lauramateusc@usantotomas.edu.co

Gloria Elizabeth González - CC.1019116767 - Código: 2261289

Gloriaelizabethg47@gmail.com

Andrés Emigdio Ortiz Gracia – CC. 1031154496 – Código 2477783

andresortizg@usantotomas.edu.co

**Noviembre 2025
Bogotá D.C, Colombia**



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Tabla de contenido

1. Título del proyecto.....	4
2. Tema.....	5
3. Introducción	5
4. Formulación del problema:	5
5. Pregunta General.....	6
6. Preguntas Específicas	6
7. Objetivo general.....	6
8. Objetivo específicos.....	7
9. Estado del arte	7
9.1 Análisis del Perfil Digital de Bogotá Colors	11
10. Justificación	12
11. Marco Teórico	13
Introducción.....	13
Memoria Barrial y Transformación Social.....	14
Movilidad Urbana y Accesibilidad.....	14
Turismo Comunitario y Desarrollo Económico.....	14
Arte Urbano y Narrativa Territorial.....	15
Revolución Digital y Mediatización.....	16
11.1. Antecedentes	16
Ruta del Color (2021-2023).....	16
Bogotá Colors y Kaboom.....	16
Experiencias Comparadas	17
11.2. Panorama del Turismo en Bogotá y su Impacto Local (2023-2024).....	17
11.3. Referentes Institucionales y Normativos en Bogotá, Colombia.....	20
Introducción.....	20



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Marco Normativo en Turismo	20
Normalización Turística	20
1.Las normas técnicas vigentes incluyen:	21
Organismos Internacionales de Turismo	21
El impacto de la Normatividad en el Desarrollo Económico	21
12. Metodología	22
12.1. Indagación documental:	22
12.2. Observación participativa (etnografía urbana):	22
12.3. Entrevistas cualitativas y enfoque comunitario:	22
12.4. Apropiación tecnológica y análisis de visibilidad digital:	23
12.5. Diseño participativo de la propuesta digital	23
13. Marco lógico	24
14.Árbol de problemas	27
15. Árbol de objetivos	28
16. Análisis De Involucrados	29
16.1 Involucrados Directos	29
Artistas urbanos y colectivos culturales (Bogotá Colors, Red Tejiendo Sur, Ruta del Color)	29
Comunidad local y emprendedores	29
Turistas y visitantes	30
16.2 Involucrados Indirectos	31
Instituto Distrital de Turismo (IDT)	31
Alcaldía mayor de Bogotá y Alcaldía Local de Ciudad Bolívar	31
Empresa TransMilenio, TransMiCable y Fuerza Pública (Policía Nacional y Metropolitana de Bogotá)	32
17. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	33
Descripción	33
Componentes clave	33
Ventajas	34
18. Síntesis Narrativa del Proyecto	34
19. MATRIZ 1 (Finalidad, Propósito y objetivo)	36



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

20. MATRIZ 2 (Componentes, acciones y/o actividades)	39
21.1 Introducción.....	43
21.2 Paleta de Colores	43
21.3 Tipografía	43
21.4 Formas y Estilo Gráfico.....	43
21.5 Narrativa Visual	43
21.6 Elementos Multimedia	44
21.7 Experiencia del Usuario	44
21.8 Proyección de solución multimedia	44
21.9 ¿Cómo funciona?.....	44
22. Impacto Esperado y Propósito a Futuro	45
23. Audiencia objetivo y segmentación	46
24. Experiencia y Servicio a Ofrecer	46
25. Estudio de Mercado	46
26. Estrategias de Mercado y Publicidad	47
27. Desarrollo y Responsabilidad Social	47
28. Plan de Negocios – Ruta Propuesta	48
29. Informe Financiero Y De Costos Del Proyecto	49
30. Bibliografía	52



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

1. Título del proyecto

Mirador del Paraíso: Colores del Sur y Arte en las Alturas

2. Tema

Visibilizarían del arte urbano y el turismo comunitario en Ciudad Bolívar a través de una plataforma multimedia que promueva la Ruta del Color como motor de desarrollo económico y social. Fortalecimiento del turismo comunitario en el Mirador del Paraíso a través de la promoción cultural y la gestión digital.

3. Introducción

El Mirador del Paraíso, situado en el extremo sur de Bogotá, se ha consolidado como un punto de salida del turismo comunitario y cultural. El mirador no representa solo una vista hacia el sur, sino que da cuenta de un proceso de transformación social insertado en la vivencia de la comunidad. La Ruta del Color y la red Tejiendo Sur han puesto en primer plano la fuerte impronta del arte urbano, la gastronomía, la música y la cultura en torno a un emprendimiento con contenido social y comunitario como una herramienta de reconocimiento, memoria, expresión y desarrollo.

Sin embargo, el alcance cultural es aún pequeño debido a la poca articulación digital que permita visibilizar los recorridos, emprendimientos y experiencias proporcionados, por lo que sugerimos una plataforma digital que retome la narrativa territorial desde las voces de lo local, ofrezca alternativas de rutas culturales y haga crecer la economía colaborativa mediante alianzas de negocios gastronómicos, locaciones turísticas y transporte como el TransMiCable.



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

4. Formulación del problema:

Pese al creciente potencial turístico y cultural del barrio Mirador del Paraíso en Ciudad Bolívar, promovido por proyectos tales como la Ruta del Color, los paseos de graffiti, el arte urbano comunitario o el turismo alternativo, existe aún una muy escasa visibilidad digital que afecta el posicionamiento como destino de turismo en Bogotá. Esta falta de notoriedad implica en oportunidades desaprovechadas para el desarrollo económico del ámbito del barrio, para la apropiación del territorio por parte de sus habitantes y para estimular el turismo comunitario como herramienta de cambio social; no contar con una plataforma multimedia que articule experiencias, actores y relatos del territorio es complicado para captar el modelo sostenible de Turismo Cultural desde la comunicación digital y multimedia.

5. Pregunta General

¿Cómo puede una plataforma multimedia fomentar el turismo comunitario en la Ruta del Color en Ciudad Bolívar, promoviendo el arte urbano como eje de transformación social y económica?

6. Preguntas Específicas

1. ¿Qué rutas culturales y artísticas existen actualmente en Ciudad Bolívar?
2. ¿Cómo se puede estructurar una narrativa audiovisual que fortalezca la identidad local?
3. ¿Qué actores locales pueden integrarse como aliados estratégicos en la plataforma?
4. ¿Cómo puede la plataforma contribuir a la dinamización económica de los negocios locales?



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

7. Objetivo general

Promover el turismo comunitario y cultural en El Mirador Del Paraíso a través de la visibilización de la Ruta del Color y sus actores locales.

8. Objetivo específicos

- Identificar y documentar las rutas turísticas, culturales y artísticas del territorio.
- Fortalecer la narrativa audiovisual desde una mirada comunitaria.
- Involucrar a actores locales como emprendedores gastronómicos, culturales y de servicios.
- Diseñar una interfaz multimedia que promueva las experiencias y productos turísticos de la zona.

9. Estado del arte

En los últimos años, el arte urbano ha dejado de ser un acto solamente subversivo para pasar a ser un instrumento de transformación social, una resignificadora del territorio y la promoción del turismo en contextos periféricos. En el caso de Bogotá, esta misma evolución ha tenido una fuerza especial en localidades como Ciudad Bolívar, donde diferentes iniciativas comunitarias y culturales han transformado las paredes en muros de memoria, identidad y resistencia. Una de estas experiencias representativas en este proceso es la que plantea el colectivo Bogotá Colors, el cual ha transformado de forma completamente visual el barrio Mirador del Paraíso a partir de la intervención de más de 40 murales, a partir de la intervención de un espacio urbano de cerca de 900 m². Esta intervención no solo ha embellecido el barrio, sino que ha potenciado la creación de rutas de turismo comunitario y el fortalecimiento de un sentido de pertenencia e identidad, además de dinamizar la economía para el barrio (Instituto Distrital de Turismo, 2023). El mismo IDT es contundente al señalar que "Más de 40 murales han sido realizados por el colectivo



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Bogotá Colors en el barrio El Mirador del Paraíso, interviniendo aproximadamente 900 m² con arte urbano".(Instituto Distrital de Turismo, 2023, párr. 4).

Las intervenciones mencionadas forman parte de una tendencia en aumento en América Latina, donde el arte urbano puede llegar a superar su propia marginalidad para convertirse en una buena forma de expresión social y activación social. Tal es así que el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá enfatiza este potencial transformador, al declarar que “El turismo y el arte urbano han sido los más poderosos para transformar Ciudad Bolívar” (Instituto Distrital de Turismo, 2022, párr. 2).

Es decir, el arte y la cultura pueden funcionar como agentes de desarrollo en el territorio, históricamente excluido. A esta resignificación territorial se le puede añadir el hecho de que han surgido rutas de turismo comunitario, tal es el caso de la llamada Ruta de la Esperanza, es decir, una experiencia construida a partir de la propia voz y la participación activa de sus habitantes. Colombia Visible (2023) dice que “Las rutas turísticas de Ciudad Bolívar, como la Ruta de la Esperanza, también permiten mirarlo con los ojos de sus habitantes” (párr. 3). Añadiendo esta mirada de turismo con sentido social y pedagógico, opuesta a la mirada extractiva o superficial.

En esta misma línea, el Museo de la Ciudad Autoconstruida, emplazado en Ciudad Bolívar, se ha constituido como un espacio de vital importancia para la conservación de la memoria barrial, al impulsar una narrativa que hace visibles la lucha y la resiliencia de los populares. El museo se configura como un espacio de experimentación de la identidad comunitaria que, según su propia definición, "busca interpelar los estereotipos negativos que existen sobre Ciudad Bolívar, y hacer visible la identidad barrial y la memoria de lucha de sus gentes" (Wikipedia, 2024, párr. 5); esta clase de proyectos conservan el pasado, pero también transforman la mirada externa e interna respecto al territorio.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Por otra parte, desde el ámbito institucional, el programa 'Distrito Graffiti' ha sido uno de los referentes en el impulso del arte urbano como política pública en Bogotá. Este programa ha logrado convocar a más de 269 artistas y 103 colectivos; es decir, se traduce en un considerable respaldo al arte como una legítima forma de participación ciudadana y transformación urbana. La Alcaldía indica que "Desde su creación, Distrito Graffiti ha contado con la participación de más de 269 artistas y 103 colectivos, promoviendo el arte urbano como expresión libre y transformadora" (Alcaldía de Bogotá, 2020, párr. 6), lo que refuerza el vínculo entre las políticas públicas, la comunidad y la cultura.

En conjunto, estas experiencias expresan un contexto en el que el arte urbano y el turismo comunitario producen caminos de reapropiación territorial, empoderamiento de la comunidad, desarrollo alternativo, etc. No obstante, también reflejan ciertas carencias: por un lado, la falta de articulación de actores, por otro, la ausencia de plataformas digitales sólidas que visibilicen en cada momento estas iniciativas y por último la necesidad de una acelerada ampliación del acceso a estos circuitos turísticos en favor de sectores más amplios de la población. Es por esto que propuestas como Mirador del Paraíso: Colores del Sur y Arte en las Alturas se insertan en un campo fértil pero aún en construcción aportando desde la comunicación digital, la narrativa de lo local y la apropiación tecnológica una nueva capa de interpretación y conexión con el territorio.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS



bogotacolors

Seguir

Mensaje



44 publicaciones

7882 seguidores

541 seguidos

Graffititour Bogotá Colors | Mirador del Paraíso

- Hacemos Graffititour en el Mirador del Paraíso, al sur de Bogotá.
 - Más de 5.000 viajeros nacionales e internacionales han vivido la experiencia
- linktr.ee/bogotacolors

probandoconalex sigue esta cuenta

PUBLICACIONES

REELS

ETIQUETAS





UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Estación Mirador del Paraíso TransMIOble l... VIL DIA

Ver fotos Ver por fuera

Bogotá Colors / Graffiti tour / Qué hacer en Bogotá

4.9 ★★★★★ 20 opiniones en Google :
Agencia de turismo en Bogotá

Cómo llegar Opiniones Guardar Compartir
Llamar

Dirección: 71h Sur70, Cra. 27a #Calle 73 26f 15, Bogotá, Cundinamarca
Teléfono: 320 2808673
Horario: Cerrado · Abre a las 8 a.m. del vie ▾
Sugerir una edición · ¿Eres propietario de esta empresa?
Agregar la información que falta
Agregar sitio web

9.1 Análisis del Perfil Digital de Bogotá Colors

En la hoja de información de Google Maps de Bogotá Colors / Graffiti tour / Qué hacer en Bogotá, se atisba una concepción de la buena reputación, que se traduce en una calificación de 4.9 sobre 5 y 20 opiniones, lo cual denota que la calidad de servicio que los visitantes han recibido ha sido relativamente bien considerada. También veo que está la ubicación exacta en el barrio Mirador del Paraíso, lo cual confirma la relación clara con el sector turístico-cultural que se ubica en Ciudad Bolívar. Sin embargo, lo que me parece señalar una falta crítica es la ausencia de un sitio web, no aparece listado en esta plataforma; de hecho Google hasta resalta “Agregar sitio web” entre la información que les falta, lo que hace que el alcance, la confianza y la eventual formalización del proyecto turístico respecto a una posible clientela, tanto local como visitadora foránea, se vean restringidos. Es cierto que también el grupo cuenta con un perfil de Instagram donde enlazan su Linktree, pero



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

eso no sustituye el de tener una página web profesional, es más, a este respecto son específicos por:

- Centralizar la información sobre tours, reservas y contacto.
- Mostrar la historia, misión y enfoque comunitario del proyecto.
- Mejorar el posicionamiento SEO y la visibilidad en motores de búsqueda.
- Facilitar alianzas institucionales y el acceso a convocatorias o redes de turismo.

10. Justificación

Ciudad Bolívar, y en particular el barrio Mirador del Paraíso, Es un lugar que respira arte, historia y cultura en cada calle, en cada muro intervenido por el color, y en cada acción que a pesar de las dificultades sigue soñando con un futuro mejor para su gente. Desde la ventana de las casas de cemento se ve toda la ciudad de Bogotá, pero pocas veces Bogotá se detiene a mirar hacia allá.

Durante el proceso de acercamiento a esta comunidad, hemos podido evidenciar no solo la enorme riqueza cultural que allí se desarrolla, sino también las barreras que impiden que esa riqueza se proyecte y se fortalezca en el tiempo. Muchos de los esfuerzos de colectivos, artistas y líderes locales no logran tener un alcance más allá del territorio. La falta de visibilidad, la ausencia de una integración efectiva en redes sociales, medios de comunicación y canales digitales limita que sus mensajes, procesos y logros lleguen a públicos más amplios, lo cual reduce significativamente su potencial transformador.

Por eso, este proyecto nace desde el diálogo con quienes hacen posible el Graffiti Tour, los talleres comunitarios, las ferias de emprendimiento, las acciones culturales que resignifican el espacio. El objetivo es construir, junto a ellos, una plataforma multimedia que sirva como vitrina, como puente y como herramienta de



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

posicionamiento y reconocimiento. Una herramienta que facilite la integración con potenciales turistas y que recoja las voces del territorio y les permita contar su propia historia al mundo, desde su lenguaje y sus colores.

Además de promover el turismo comunitario como una vía para la reactivación económica del sector —beneficiando a guías locales, artistas urbanos, vendedores, transportadores y emprendedores—, esta iniciativa busca posicionar al Mirador del Paraíso como un referente de cultura, de resiliencia y de transformación social. En este sentido, el proyecto responde a propósitos globales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible: impulsa el trabajo decente y el crecimiento económico (ODS 8), fortalece comunidades sostenibles (ODS 11) y apuesta por alianzas entre sectores y actores diversos (ODS 17).

Esta propuesta es un primer paso, una fase exploratoria que reconoce que no se trata solo de crear una página web o una vitrina digital. Se trata de construir confianza, de reconocer el saber de quienes habitan el barrio y de poner la tecnología al servicio de la memoria, el arte y el desarrollo local. Porque el Paraíso está más cerca cuando se pinta en comunidad y cuando se construyen puentes para que otros puedan llegar y verlo con nuevos ojos.

11. Marco Teórico

Introducción

El proyecto "Mirador del Paraíso: Colores del Sur y Arte en las Alturas" busca visibilizar el arte urbano y el turismo comunitario en Ciudad Bolívar a través de una plataforma multimedia que promueva la Ruta del Color como motor de desarrollo económico y social. Este marco teórico se fundamenta en la revisión de literatura y estudios previos sobre memoria barrial, movilidad urbana, turismo comunitario, arte urbano y la implementación de tecnologías digitales.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Memoria Barrial y Transformación Social

La memoria barrial es un concepto que se refiere a la construcción de recuerdos y experiencias compartidas por los habitantes de un barrio, influenciada por factores como la identidad, el territorio y la movilidad urbana. En el contexto de Ciudad Bolívar, la memoria barrial está profundamente ligada a los procesos de transformación social liderados por la comunidad. Según Bermúdez Jaimes (2023), "la memoria barrial está determinada por la evolución que ha tenido la movilidad en los territorios que conforman los barrios" (p. 1). La identidad del territorio se consolidó a partir de las luchas de la comunidad para superar las dificultades en materia de movilidad y acceso a servicios básicos.

Movilidad Urbana y Accesibilidad

La movilidad urbana es el movimiento de los residentes de una determinada ciudad a través de las redes de conexión local de dicha ciudad, y se encuentra condicionada por la infraestructura pública y/o los modos de transporte. La implementación del sistema conocido como TransMiCable en Ciudad Bolívar ha podido representar una mejora en términos de movilidad con respecto a la situación anterior, ya que ha permitido reducir los tiempos de viaje y mejorar la accesibilidad en esos espacios en particular. Esto puede inferirse al constatar que según Bermúdez Jaimes: "La movilidad urbana en esos barrios ha cambiado mucho con la instauración del TransMiCable" (p. 2). En todo caso, existen disfunciones que no se pueden pasar por alto, como por ejemplo la escasa conectividad de algunos barrios frente a los medios de transporte informal, ya que el sistema de transporte formal es aún escaso.

Turismo Comunitario y Desarrollo Económico



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

El turismo comunitario es una categoría que identifica a una forma de turismo que toma en cuenta a la comunidad local en la planificación, gestión y promoción de los recursos tanto naturales como culturales de ésta. Puede constituir un motor de desarrollo tanto económico como social, sobre todo en territorios con alta riqueza cultural y alta riqueza natural, tal como lo establece Goodwin (2017) cuando dice que "el turismo comunitario es un modelo que otorga beneficios económicos directos a los residentes de la comunidad, crea respeto cultural en todas las direcciones y contribuye a la sostenibilidad" (p.23). Ejemplos de ello en Ciudad Bolívar son la Ruta del Color y la Red Tejiendo Sur, donde el arte urbano, la gastronomía, la música y la cultura asumen un papel relevante, y donde el emprendimiento con sentido social y comunitario se convierte en una forma de apropiarse de la identidad, la historia, la memoria, la expresión pública y el desarrollo.

Arte Urbano y Narrativa Territorial

El arte urbano es un tipo de expresión artística que se realiza en espacios públicos y que tiene un claro componente tanto de denuncia social como de protesta. En Ciudad Bolívar, el arte urbano ha constituido un elemento indispensable para la transformación social y para la construcción de la identidad cultural. Dado el trabajo de Álvarez Domínguez y Trachana (2022) en el que los autores documentan la experiencia de la Comuna 13 en la ciudad de Medellín, nos muestran cómo "el arte urbano logra transformar barrios precedentemente totalmente estigmatizados en lugares turísticos" (p. 45). La Ruta del Color representa el uso del arte urbano con la finalidad de resignificar el espacio y fortalecer la identidad local.

Un entorno digital ha hecho que crear contenidos multimedia sea fundamental para la promoción cultural. Galindo (2017) dice que "los insights comunicacionales, cuando se realizan de una forma multimodal, crean lazos emocionales y de experiencias entre públicos y productos o territorios" (p. 67). La digitalización permite crear narraciones, relatos audiovisuales que trabajan para convertirse en



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

visibles en relación a los caminos, a los emprendimientos, a las experiencias que brinda Ciudad Bolívar, se arriesga por una economía colaborativa realizada a partir de alianzas con negocios de gastronomía, puntos de atracción turística, el transporte como el TransMiCable.

Revolución Digital y Mediatización

El autor Byung-Chul Han (2014) le advierte a la digitalización de sus efectos, pero también presta atención a su poder transformador. Han dice que "las plataformas digitales bien usadas permiten construir relatos en otras direcciones, abriendo espacio para el reconocimiento social y para la constitución de comunidades frente a una audiencia global" (p. 89). La implementación de tecnologías digitales en la cultura y el turismo de Ciudad Bolívar pueden romper la forma de ver el territorio y acelerar su desarrollo económico y social.

11.1. Antecedentes

Ruta del Color (2021-2023)

La iniciativa comunitaria Ruta del Color es un circuito artístico que recorre los murales que resumen la memoria del territorio. Ha contado con el apoyo de la SCRD (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte) y el IDT (Instituto Distrital de Turismo), pero no se ha establecido un canal de difusión para la misma.

Bogotá Colors y Kaboom

Colectivos como Bogotá Colors y Kaboom han sido protagonistas de procesos de creación artística, talleres y recorridos guiados en la zona donde existen algunos ejemplos de homenaje en la localidad de San Cristóbal, para el ámbito de la expresión artística urbana local.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Experiencias Comparadas

La experiencia de la Comuna 13 de Medellín, Santa Fe en Ciudad de México y La Boca en Buenos Aires muestran la manera en que el arte urbano se ha convertido en un atractivo turístico y un motor de transformación económica (Álvarez & Trachana, 2022).

Figura 2. Localización de Ciudad Bolívar en Bogotá, D. C.
Fuente: elaboración propia, con base en planos de la Alcaldía Mayor de Bogotá, D. C., UPZ Lucero (2021). CC BY-NC.



Figura 3. Sector de estudio, contexto inmediato de la estación Mirador, del barrio El Paraíso
Fuente: elaboración propia (2021). CC BY-NC.

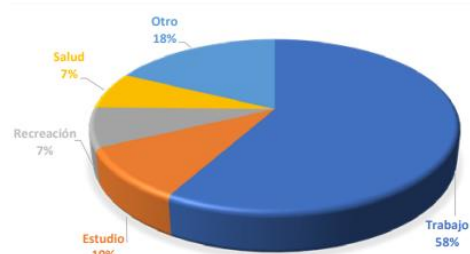


Figura 6. Motivo del viaje
Fuente: elaboración propia (2020). CC BY-NC.

La ubicación del barrio El Paraíso en el interior de Ciudad Bolívar (Figuras 2 y 3) determinado por un territorio periférico y bien interconectado; por su parte, la gráfica de motivos de viaje (Figura 6) manifiesta que el 58% de los desplazamientos en el barrio son por trabajo, y el 10% por estudio y el 7% por recreo, dejando entrever un escaso porcentaje de la movilidad como consecuencia del turismo. Este dato invita a fomentar actividades culturales y comunitarias que propicien desplazamientos para fines recreativos y artísticos del barrio.

11.2. Panorama del Turismo en Bogotá y su Impacto Local (2023-2024)

El turismo en Bogotá se ha evidenciado como un interesante motor de la economía local de la ciudad, con un crecimiento importante en los últimos años, especialmente el periodo 2023-2024. De acuerdo con las cifras del DANE y de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, el Producto Interno Bruto (PIB) de la



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

ciudad se ubicó en 2023 en 261.645 millones de pesos colombianos, con una leve variación levemente positiva del 0,6% en comparación con 2022. En ese contexto, la actividad turística —en concreto, la relacionada con servicios de alojamiento y de comida— representó el 2,4% del PIB de la ciudad, alcanzando con esta actividad los 5.635 millones de pesos, aunque en este caso se registró una disminución del 3,3% con relación al año anterior.

Ahora bien, a pesar de las complicaciones económicas, la actividad turística de la capital mantuvo su dinamismo: el promedio de empleos mensuales generados relacionados con la actividad turística fue de 97.384, lo que conllevó un aumento de un 1,4%. La ciudad recibió 12.347.876 turistas en 2023, lo que representó un incremento del 10,1% en relación a la cifra correspondiente al año 2022. De la cifra total de turistas, 1.385.979 correspondieron a turistas internacionales, con una recuperación del 73% respecto a los niveles registrados en 2019, en los niveles anteriores a la pandemia. Por su parte, el turismo nacional arrojó cifras de 10.961.897 visitantes, número que superó incluso el de 2019 en un 3,8%.

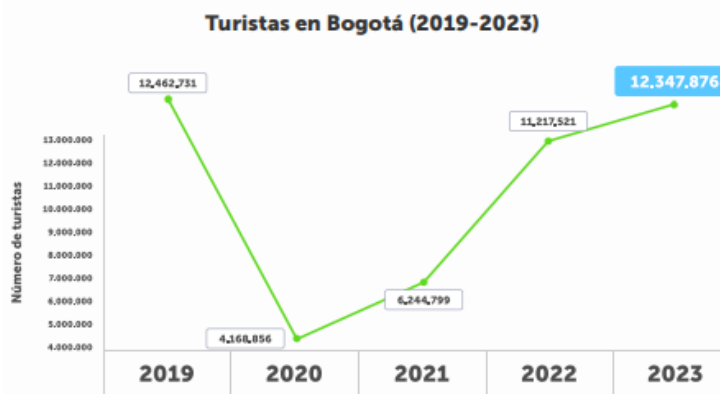
El primer trimestre de 2024 reforzó aún más la recuperación. La economía de la capital creció un 0,9% y se situó por encima de la media nacional. El subsector de alojamiento y servicios de comida retrocedió un 3,8%, lo que permite confirmar la propuesta de reforzar las estrategias de sostenibilidad turística, tal como se puede extrapolar en el ámbito internacional, dado que alcanzamos el 97% de los niveles de turismo previos a la pandemia, tanto en Europa, África y América.

A partir de las preferencias que tienen los visitantes, más del 50 % de los turistas internacionales realizaron actividades culturales, históricas, artísticas, o bien, gastronómicas; pero los turistas nacionales preferían las actividades gastronómicas (26,3 %) y culturales (21,4 %), de ahí el altísimo interés por el turismo experiencial o el turismo de identidad local.

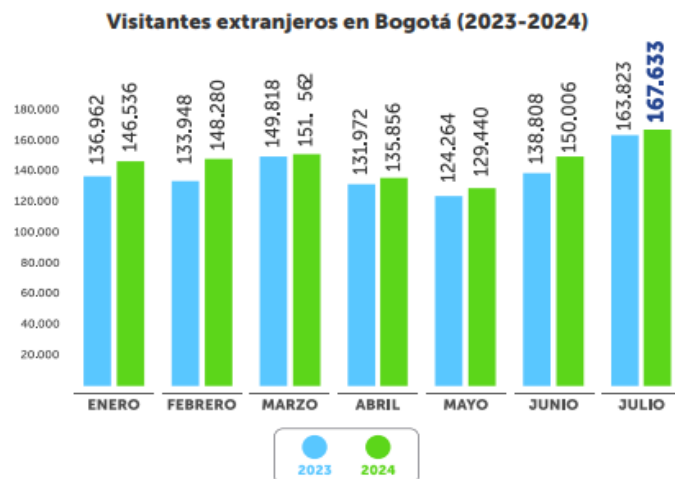


UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

En este aspecto, resulta muy relevante el indicador del mapa turístico que corresponde a la disposición de los prestadores de servicios turísticos por localidades. Para mayo de 2024, Bogotá reportó un total de 11.773 prestadores, destacándose la localidad de Chapinero con 2.905 prestadores, Usaquén con 1.640 y Santa Fe con 1.112, y localidades del sur como Ciudad Bolívar con escasa participación por contar solo con 64 prestadores; lo que puede evidenciar la gran desigualdad de la infraestructura de esta naturaleza y la necesidad de retomar este tipo de iniciativas en aquellas localidades con una larga e histórica exclusión.



Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá



Fuente: Migración Colombia



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

11.3. Referentes Institucionales y Normativos en Bogotá, Colombia

Introducción

Los referentes institucionales y normativos son importantes para poder comprender el contexto regulador de la actividad del turismo y el desarrollo económico en Bogotá y Colombia. Los referentes normativos e institucionales se encuentran constituidos por leyes, reglamentos, normas técnicas, organismos internacionales, etc. los cuales constituyen los parámetros para la operación o gestión de los servicios del turismo.

Marco Normativo en Turismo

El marco normativo en materia del turismo en Bogotá y Colombia es vasto y contiene leyes, reglamentos, normas técnicas, etc. La regulación del turismo en Bogotá está dada por diversas entidades y documentos normativos, en concreto, por las siguientes leyes y reglamentos que lo norman:

- Constitución Política de Colombia: Establece principios generales para el desarrollo económico y social de la actividad, incluyendo el turismo.
- Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996): regula la promoción, desarrollo y sostenibilidad de la actividad del turismo en Colombia.
- Decreto 275 del 2007: reglamento que crea el Instituto Distrital de Turismo (IDT) de Bogotá, el cual es responsable de la ejecución de políticas y programas en pro de la promoción del turismo y el posicionamiento de Bogotá como destino sostenible.
- Acuerdo 275 del 2007: establece la estructura y funciones del Instituto Distrital de Turismo (IDT) de Bogotá.
- Decreto 1836 del 2021: reglamento que regula Materia del turismo y de la industria del mismo en Bogotá.

Normalización Turística

La normalización en turismo es el proceso por el cual se normalizan los productos, procesos y servicios que oferta el sector público y privado. En la ciudad de Bogotá, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE) y el Instituto Distrital de



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Turismo (IDT) tienen como finalidad aplicar y supervisar las normas técnicas y estándares de calidad del sector turístico.

1. Las normas técnicas vigentes incluyen:

- NTS-TS 002: Norma Técnica Sectorial para la sostenibilidad turística.
- NTS-TS 003: Norma Técnica Sectorial para la calidad en la prestación de servicios turísticos.
- NTS-TS 004: Norma Técnica Sectorial para la seguridad en actividades turísticas.

La aplicación de estas normas asegura una mayor calidad de la prestación del servicio turístico y la seguridad de los turistas.

Organismos Internacionales de Turismo

El Instituto Distrital de Turismo (IDT) de Bogotá es miembro afiliado de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que es el principal organismo internacional del turismo.

1. La OMT defiende un turismo con el que se logre crecimiento económico, desarrollo inclusivo y sostenibilidad medioambiental. La OMT emite lineamientos o recomendaciones de gestión del turismo a nivel mundial, fomentando en ello turismo responsable y sostenible.

El impacto de la Normatividad en el Desarrollo Económico

La normatividad en el turismo tiene impacto en el desarrollo económico de Bogotá. La regulación de los servicios turísticos, la promoción de la calidad y la seguridad y la protección medioambiental contribuyen a crear un ambiente propicio para el crecimiento del turismo, que también propicia la creación de empleo, el apoyo a la economía local y la mejora de la calidad de vida de los residentes.



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

12. Metodología

La metodología utilizada para poner en marcha esta investigación es cualitativa y presenta aspectos participativos y descriptivos que permiten conocer las dinámicas del turismo comunitario, la edificación de la apropiación territorial desde el arte urbano y la incidencia de la presencia digital en un proceso de visibilización y desarrollo económico local.

12.1. Indagación documental:

Se realizó una búsqueda exhaustiva de literatura académica, artículos científicos, estudios de caso del turismo comunitario, el arte urbano como herramienta de transformación social disponible en plataformas digitales para la visibilización de territorios periféricos; así mismo, se revisaron informes institucionales de entidades como el Instituto Distrital de Turismo (IDT), el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá, etc. con el objetivo de contar con información estadística y lineamientos de política pública aplicables al caso de Ciudad Bolívar.

12.2. Observación participativa (etnografía urbana):

Se realizaron trabajos de campo en el barrio Mirador del Paraíso mediante la participación de manera activa en los recorridos del Graffiti Tour Bogotá Colors, la asistencia a talleres de arte urbano y de eventos de corte cultural comunitario. Se registraron, a partir de la vivencia de la inmersión, las dinámicas sociales, las prácticas culturales, las percepciones de los habitantes y las vivencias de las visitas. El registro audiovisual y fotográfico se utilizó como insumo de la construcción del contenido narrativo y visual de la plataforma digital.

12.3. Entrevistas cualitativas y enfoque comunitario:

Se realizó una serie de entrevistas semiestructuradas a actores clave del territorio, tales como líderes comunitarios, artistas urbanos, gestores culturales, emprendedores del barrio y turistas que han realizado la Ruta del Color. La



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

metodología de análisis de contenido de esas entrevistas permitió la elaboración de ejes temáticos comunes en torno a la identidad barrial, la resignificación del territorio, las barreras digitales existentes y las oportunidades de turismo como motor de desarrollo.

12.4. Apropiación tecnológica y análisis de visibilidad digital:

Se llevó a cabo una valoración del estado actual de la presencia de iniciativas como Bogotá Colors en medios digitales. El resultado de dicha valoración se tradujo en que Instagram se convierte en su principal canal de difusión social, siendo del mismo modo asociado a un perfil de Linktree, el cual no remite a una página web institucional, pudiendo evidenciar que existen oportunidades estratégicas para construir una plataforma multimedia propia, la cual busque ampliar su capacidad de llegar a diferentes públicos, fortalecer su propia narrativa local y mejorar la accesibilidad a la información significativa para potenciales visitantes.

12.5. Diseño participativo de la propuesta digital

La trayectoria metodológica que aquí se expone, se finaliza con el trabajo colaborativo de una construcción de un modelo de página web prototipo, la cual articula las voces y los saberes locales, construidas con herramientas digitales de muy bajo coste, buscando integrar rutas, contenidos, historias de vida, galerías de arte urbano, agendas de actividades y contactos directos con los colectivos locales, lo cual contribuirá al fortalecimiento del turismo comunitario sostenible.



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

13. Marco lógico

Nivel	Descripción	Indicadores Verificables	Medios de Verificación	Supuestos
Fin	Aportar al desarrollo económico y social de Ciudad Bolívar mediante la visibilización del arte urbano y el fortalecimiento del turismo comunitario.	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento en el flujo de visitantes al barrio Mirador del Paraíso. - Mayor reconocimiento del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estadísticas de turismo local (IDT). - Encuestas a visitantes. - Reacciones e interacciones digitales. 	La percepción del territorio mejora y las condiciones de seguridad permiten el crecimiento del turismo.
Propósito	Diseñar e implementar una plataforma multimedia que promueva la Ruta del Color y las experiencias culturales del Mirador del Paraíso.	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma web funcional y en línea. - Aumento en consultas y participación en tours comunitarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sitio web activo con métricas de visitas. - Registro de participantes en recorridos turísticos. 	Los actores locales apoyan y participan en el proyecto.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

<p>Componentes / Resultados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnóstico del ecosistema digital de Bogotá Colors. 2. Documentación de experiencias comunitarias. 3. Diseño de contenido multimedia. 4. Desarrollo y validación de la plataforma web. 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe de diagnóstico digital. - Registro audiovisual del tour. - Prototipo web en funcionamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos, videos, fotografías. - Entrevistas. - Página web. - Feedback de usuarios locales. 	<p>Se dispone de conectividad y recursos técnicos básicos para implementar la propuesta.</p>
<p>Actividades</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Recolección de datos mediante observación, entrevistas y revisión documental. - Análisis del contenido y diagnóstico digital. - Producción de material gráfico y audiovisual. - Diseño y desarrollo del sitio web con 	<ul style="list-style-type: none"> - Cronograma de trabajo cumplido. - Archivos de audio, video y gráficos producidos. - Página lanzada con retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bitácoras de campo. - Productos audiovisuales. - Métricas del sitio web. - Encuestas a usuarios. 	<p>Los colaboradores y actores comunitarios se mantienen activos y receptivos a la iniciativa.</p>

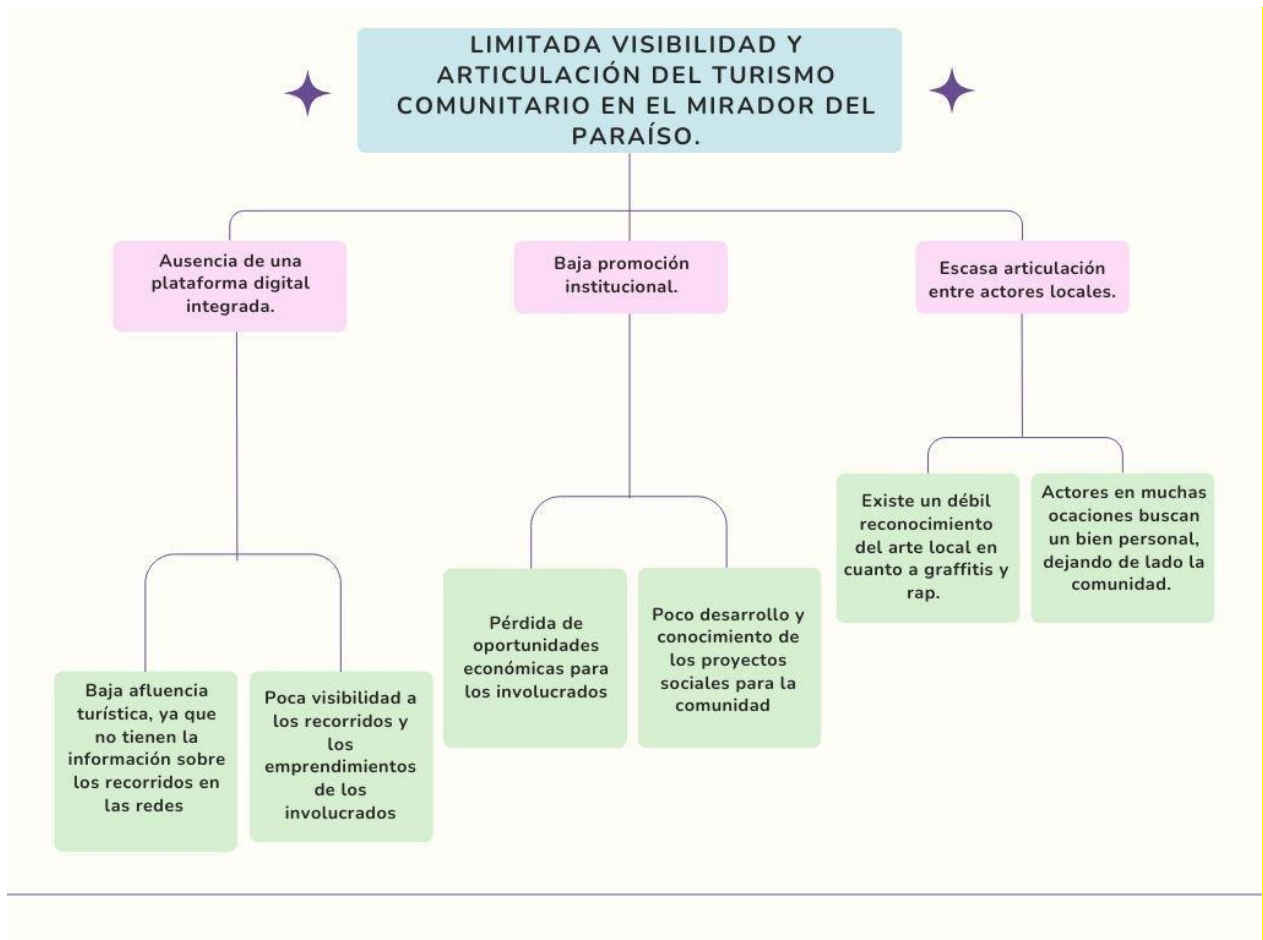


UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

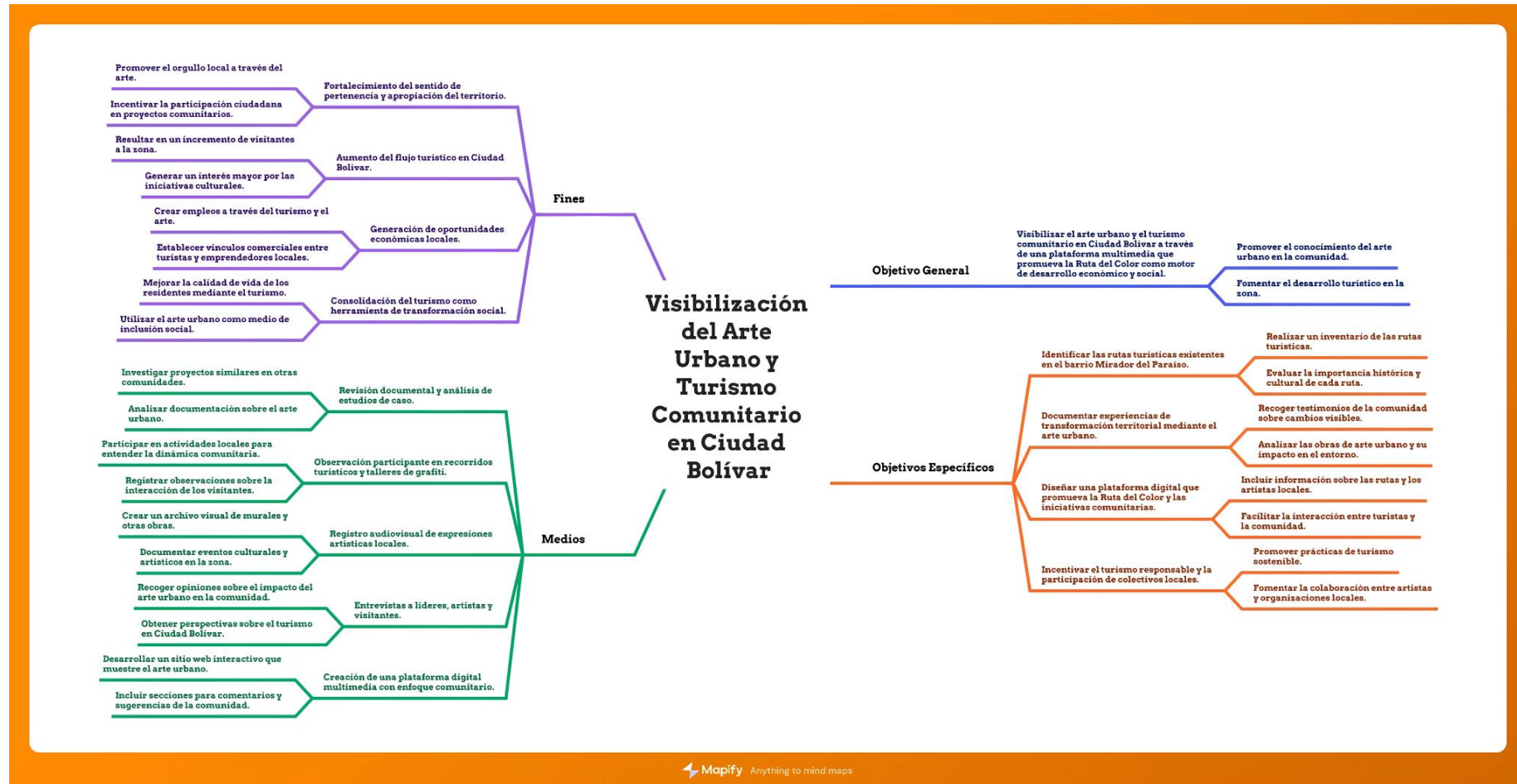
	participación local. - Difusión y retroalimentación de la plataforma.			
--	--	--	--	--



14.Árbol de problemas



15. Árbol de objetivos



16. Análisis De Involucrados

La implementación del proyecto "Mirador del Paraíso: Colores del Sur y Arte en las Alturas", que apunta a la promoción del arte urbano junto con la sostenibilidad del turismo comunitario a partir de un dispositivo multimedia, requiere una buena comprensión de los grupos intervinientes, directos e indirectos, dentro del proceso de transformación del territorio y social. Una buena identificación y vinculación de los involucrados permite articular una estrategia sostenible, abierta a la inclusión social y de contenido cultural. Seguidamente se presentan los principales involucrados que intervienen en el proyecto.

16.1 Involucrados Directos

Artistas urbanos y colectivos culturales (Bogotá Colors, Red Tejiendo Sur, Ruta del Color)

Los profesionales de las artes que trabajan en la calle junto a los colectivos culturales y los diferentes colectivos existentes en los territorios serán los artistas con los que se tendrá el contacto y se irá generando el proceso de apropiación del espacio público a partir de la creación de propuestas gráficas, de su impronta y de la reinterpretación e intervención de los muros, de los andenes y de las fachadas del Mirador El Paraíso. De este modo, han ido generando una identidad gráfica del barrio que lo distingue y le otorga un nuevo significado, proyectándose como una referencia del arte urbano en altura en la ciudad de Bogotá. No obstante, su quehacer no solo se inscribe en el campo de la estética, sino que es también un acto político, social y pedagógico, y a partir del trabajo mural, y de las actividades comunitarias han ido propiciando formas de participación para los niños, jóvenes y adultos olvidándoles los procesos de apropiación del espacio, la memoria colectiva y la resistencia pacífica de los estigmas en el territorio. En este sentido, el proyecto busca amplificar sus voces, visibilizar sus obras, fortalecer sus procesos y, por último, explorar los canales de monetización a partir de la sostenibilidad del turismo y de la visibilidad digital. De este modo, su vinculación es no solo prioritaria en la construcción del mismo, sino que tiene carácter estratégico.

Comunidad local y emprendedores

La población existente en el Mirador El Paraíso y las personas emprendedoras del lugar, seres humanos fundamentales en este proceso son el eje de este proyecto, cuya metodología implica una consideración de que ningún tipo de desarrollo turístico puede tener éxito sin que sea ejercido en base a la inclusión como agente activo de la/i población del territorio. Desde las/os trabajadoras/es de recorridos guiados, hasta las familias que venden comidas típicas, las/os artistas locales, mujeres líderes, las/os jóvenes gestoras/es culturales, etc., todas ellos son parte del entorno generador de la experiencia turística. Más allá de la generación de

ingresos, el proyecto también les hace entrega de herramientas básicas para fortalecer su autonomía económica, empoderar su saber tradicional y generar otra narración de su barrio, de colores, arte y esperanzas.

Turistas y visitantes

Dicha persona constituye un catalizador. Es la que reivindica, la que da a conocer y la que retroalimenta la experiencia visitante. El visitante que muestra interés por conocer el Mirador El Paraíso no busca un turismo convencional, sino un turismo vivencial, genuino, que establezca la conexión con la cultura de la tierra. Esta figura, pues, aporta capital económico, claro que sí. También proporciona capital simbólico en el sentido de que lo reconoce y, además, lo estima a partir de una mirada diferente. La plataforma digital hará posible su llegada, informarla de forma sencilla, segura e interesante, con lo que favorecerá una experiencia turística transformadora en la que todas las partes ganen.

Nosotros, como estudiantes-investigadores de la Universidad Santo Tomás

Como alumnos de la Especialización en Gerencia de Comunicación Digital y Multimedia de la Universidad Santo Tomás, somos parte muy importante de la idea, materialización y visualización de esta idea presentada. Dicha participación no está fuera y alejada, seremos los embajadores en la comunidad de la comunidad, de los artistas y de las herramientas digitales, todo este trabajo se hará desde los aprendizajes de aula extensivos a una realidad viva y viva. Desde mirada tomasina, con la direccionalidad propia del ser humano y las instrucciones de la especialización "hacedores de paz". El compromiso social, cuando realizamos nuestra intervención, ésta va más allá del mero diseño de una estrategia comunicativa, sino que se trata de un proceso de co-construcción con la comunidad, de escuchar las voces de la comunidad, de respetar los procesos de la comunidad, de acompañar a la comunidad en el proceso de construcción de un modelo de desarrollo territorial que tiene como base la dignidad, la creatividad y la participación, de un modo que, además es el espacio para el aprender haciendo, para el aprender de nuestra praxis como comunicadores digitales, para el desarrollo de una investigación aplicada y, por tanto, para la transformación entre la academia y el territorio. Porque, así, la Universidad Santo Tomás es un espacio para viabilizar el conocimiento y la práctica, para solidificar el horizonte social, el desarrollo humano de las comunidades.

16.2 Involucrados Indirectos

Los actores indirectos son aquellos que ni son los que llevan a cabo la ejecución del proyecto, pero por el contrario tienen un importante papel en el desarrollo de la iniciativa, de su sostenibilidad y de sus niveles de legitimidad. Este grupo de actores indirectos, son decisivos para garantizar las óptimas condiciones de la infraestructura y/o seguridad y/o movilidad y/o institucionalidad y/o articulación intersectorial que resultan ser imprescindibles para la consecución de la iniciativa. También enumeramos los principales actores indirectos y que además están relacionados con mi proyecto:

Instituto Distrital de Turismo (IDT)

El IDT es la entidad que se encarga de crear, coordinar y llevar a cabo las políticas de turismo en Bogotá. Su papel en este proyecto es clave para validar, promover y, potencialmente, financiar iniciativas de turismo comunitario como la del Mirador del Paraíso.

Puede ofrecer apoyo técnico para capacitar a los operadores turísticos locales, ayudar a difundir el proyecto en plataformas oficiales y establecer alianzas estratégicas que ayuden a posicionar al barrio como un destino alternativo de gran valor cultural. Además, su respaldo puede facilitar los procesos de certificación para los recorridos, garantizar estándares de calidad y facilitar la colaboración entre las entidades públicas y privadas.

Alcaldía mayor de Bogotá y Alcaldía Local de Ciudad Bolívar

La Alcaldía Local de Ciudad Bolívar y la administración distrital juegan un papel preponderante en la forma como se dispone el entorno urbano para propiciar el encuentro con los turistas . Esta alcaldía ha impulsado procesos culturales y ha trabajado en promover el empoderamiento de la comunidad, muy en sintonía con los objetivos del proyecto.

Su posible aportación en términos de inversiones para mejorar la infraestructura urbana (iluminación y señalización turística, embellecimiento del espacio público y fortalecimiento de la seguridad urbana) se puede sumar a sus capacidades de generación de recursos para las actividades culturales, el desarrollo del emprendimiento local , así como también su capacidad de trabajar en común con

la comunidad en temas de gobernanza territorial . Involucrar el proyecto en los planos de desarrollo local puede ser el mecanismo necesario para obtener su sostenibilidad y para que la comunidad pueda apropiarse para sí los recursos a largo plazo.

Empresa TransMilenio, TransMiCable y Fuerza Pública (Policía Nacional y Metropolitana de Bogotá)

Los sistemas de transporte público como el TransMilenio y el TransMiCable tienen una relevancia fundamental para la conexión con el Mirador del Paraíso , dado que sus infraestructuras permiten que la llegada desde distintos lugares de Bogotá adquiera un carácter turístico esencial , por la particular experiencia que resulta del recorrido , propiciado entre otros aspectos por la panorámica que permite disfrutar el TransMiCable . Esta integración hace posible pensar en recorridos turísticos que tengan como punto de partida estaciones emblemáticas , con señalización cultural en las estaciones y cabinas y campañas informativas de la oferta turística de Ciudad Bolívar.

Del mismo modo , la Policía Nacional y la Policía Metropolitana de Bogotá son determinantes en la tarea de la seguridad . Su presencia activa en el Mirador del Paraíso y alrededores genera tranquilidad entre el público visitante , mejora la imagen del lugar y contribuye al desarrollo ordenado de los recorridos turísticos y de las actividades culturales ; su intervención puede ser no solo en patrullaje preventivo , sino apoyo de las actividades comunitarias y la promoción de la seguridad en el ejercicio de personas residentes y turistas. La fusión de movilidad y seguridad sí refuerza la experiencia turística, pero también genera una atmósfera atractiva , segura y accesible para los visitantes y la comunidad .

Universidad Santo Tomás

En su condición de institución educativa, la Universidad Santo Tomás es una aliada potencial para su implementación, su evaluación y mejora continua . Desde su Especialización en Gerencia en Comunicación Digital y Multimedial, los estudiantes, nosotros como autores del proyecto, ponemos en práctica conocimientos que hemos adquirido en gestión, comunicación estratégica y

producción digital, como fortalecimiento a procesos comunitarios desde una mirada ética, sostenible e incluyente. La Universidad podrá contribuir mediante proyectos de aula, prácticas de extensión profesional, semilleros de investigación, análisis de impacto social y acompañamiento en la producción de contenidos digitales. A su vez, se convertirá en una vía que podrá unir la academia, las comunidades y las entidades del Estado, a partir de una propuesta de innovación social y apropiación tecnológica.

17. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Descripción

La presente alternativa plantea la elaboración y distribución de contenido audiovisual atractivo para la promoción del Mirador El Paraíso y del recorrido del Color. En este sentido, se requieren videos, documentales y mostradores virtuales para atraer la atención del público nacional y extranjero y para exaltar la historia, el arte y la cultura del sector.

Componentes clave

- **Mini-documentales:** Narrativas sobre la historia de los murales, el proceso creativo de los artistas y el impacto del grafiti en la comunidad.
- **Recorridos virtuales 360°:** Experiencia inmersiva que permite explorar el Mirador y sus murales de manera digital.
- **Colaboraciones con influencers y creadores de contenido:** Generación de videos en plataformas como YouTube, Instagram, TikTok y Facebook.
- **Campañas de video marketing:** Publicidad dirigida para aumentar el alcance del destino turístico.
- **Entrevistas con artistas urbanos y residentes:** Testimonios que refuercen la autenticidad y el valor cultural del proyecto.

Ventajas

Aumente la visibilidad y el conocimiento del destino, tanto a nivel nacional como internacional. Genera contenido reciclado para redes sociales, páginas de internet y medios de comunicación. Permite acceder a públicos que no puedan llegar al lugar por cuestiones prioritarias. Colocar el arte urbano en la categoría de atractivo cultural y turístico de Bogotá.

Desafíos

Necesidad de inversión en producción de alta calidad de los soportes audiovisuales. Necesidad de una estrategia de difusión eficaz y estratégica para llegar a la audiencia objetivo. Dependencia de los niveles de involucramiento y engagement en madre de las redes sociales para maximizar el impacto.

Estrategia de implementación

Alianzas con universidades y productoras audiovisuales para la creación de contenido.

Convocatorias para creadores de contenido e influencers interesados en turismo cultural.

Uso de publicidad digital y SEO para aumentar la visibilidad de los videos. Vinculación con medios de comunicación y plataformas de turismo para difusión masiva.

Esta estrategia permitirá posicionar al Mirador El Paraíso como un referente de turismo cultural en Bogotá, atrayendo visitantes interesados en el arte urbano y la historia comunitaria.

18. Síntesis Narrativa del Proyecto

Este proyecto emerge del resultado de un proceso de indagación a partir de las oportunidades que el turismo comunitario puede tener en tanto motor de transformación social, los que corren en torno a la mirada del arte urbano como forma de relato del territorio, en la Especialización en Gerencia en Comunicación Digital y Multimedial de la Universidad Santo Tomás, a partir de una práctica de investigación relacionada con el reconocimiento y la promoción de experiencias de la resignificación barrial en Bogotá, dando con el Mirador del Paraíso en Ciudad Bolívar como un espacio lleno de vibrar y de posibilidades.

El presente proyecto empieza con una mirada crítica muy sensible de las dinámicas socioculturales de ese sector; desde una permanente observación de sus expresiones artísticas y sus dinámicas culturales, su constitución como iniciativas locales y la apropiación social del espacio público. Esta primera fase de su

inmersión e investigación nos ayudará a descubrir que el arte urbano en Mirador no únicamente adorna, sino que , entre otras cosas, comunica, educa, denuncia y transforma. El recorrido de la Ruta del Color, con impulso de colectivos como Bogotá Colors , junto con la red Tejiendo Sur, nos ofrece el recorrido visual de una memoria, una resistencia y una esperanza que vale la pena amplificar. Es pues - por ello - que la propuesta de intervención se plantea como una plataforma web interactiva que intermedia por un lado para intensificar el turismo cultural del barrio. Esta plataforma no solo permitirá visualizar la oferta de la oferta turística que suponen los recorridos guiados, los talleres de grafiti, el comercio por el barrio o los eventos culturales, sino que también funcionará como un medio de comunicación donde los visitantes podrán visibilizar en lo inmediato las historias que se inscriben en los muros, entendiendo el grafiti como código social y el barrio como sujeto narrador.

A lo largo del proceso de investigación, se implementan técnicas de observación participante, entrevistas exploratorias y análisis documental para configurar una mirada amplia de los actores relevantes y sus necesidades en el territorio. Esta experiencia hizo posible trazar una estrategia de comunicación digital coherente con las dinámicas locales, que respeta las voces de la comunidad e incide en construir procesos sostenibles de visibilidad / inclusión / desarrollo económico desde la base social.

La plataforma no se configura como un simple promocional de un producto turístico, sino como un recurso de mediación entre el mundo digital y el territorio físico donde la narrativa del barrio sostenida por los mismos recursos participantes deviene el núcleo de una experiencia turística auténtica, respetuosa y transformadora. En suma, este trabajo tratará de poner en conexión tecnología, arte y comunidad posicionando el Mirador del Paraíso como una experiencia de innovación social desde la periferia sur de Bogotá.

19. MATRIZ 1 (Finalidad, Propósito y objetivo)

	Indicadores de logro	Fuentes de verificación	Supuestos	Riesgos	Cronograma / Fechas	Presupuesto estimado
Finalidad						
1. Revalorización cultural y turística del Mirador del Paraíso como destino alternativo de Bogotá	Nivel de reconocimiento turístico en medios y redes sociales	Observación de métricas en plataformas, registros del IDT, encuestas a visitantes	Interés continuo por parte del público hacia el turismo cultural	Cambios en la percepción de seguridad del sector	Agosto - Noviembre 2025	\$300.000
2. Aumento de oportunidades económicas para la comunidad local a través del turismo cultural	Porcentaje de negocios vinculados al circuito turístico	Registros de negocios, encuestas a emprendedores, seguimiento a la página web	Participación activa de emprendedores y vecinos	Bajo nivel de alfabetización digital o resistencia al cambio	Octubre 2025 - Enero 2026	\$200.000
3. Fortalecimiento del arte urbano como herramienta de transformación social	Número de murales y talleres activos con participación comunitaria	Registro audiovisual, entrevistas, informes de colectivos culturales	Disponibilidad de artistas y espacios para intervenir	Estigmatización del grafiti o falta de apoyo institucional	Todo el año (fases rotativas)	\$200.000

Propósito						
Promover el turismo comunitario en Ciudad Bolívar a través de una plataforma digital interactiva que visibilice la cultura local, el arte urbano y las iniciativas ciudadanas del Mirador del Paraíso	Funcionamiento y visitas a la plataforma web, número de recorridos turísticos realizados	Google Analytics, registros de visitas, formularios de retroalimentación	Acceso estable a internet y dispositivos para los usuarios	Falta de difusión o desconocimiento de la plataforma	Septiembre 2025 - Marzo 2026	\$8.000.000
Objetivo General						
Diseñar e implementar una estrategia digital de promoción turística y cultural del Mirador El Paraíso, que visibilice la Ruta del Color y potencie el turismo comunitario en Ciudad Bolívar	Cantidad de contenidos publicados, visitas al sitio, participación comunitaria	Páginas web, redes sociales, entrevistas con involucrados	Apoyo de los colectivos, comunidad y entidades distritales	Limitado acceso a recursos técnicos o financieros	Septiembre 2025 - Febrero 2026	\$5.000.000
Objetivos Específicos						
1. Identificar las rutas, experiencias y actores turísticos existentes en el barrio Mirador	Número de rutas mapeadas y caracterizadas	Entrevistas, salidas de campo, documentación fotográfica	Disposición de los actores locales a compartir su	Dificultad de acceso al territorio o información	Agosto - Octubre 2025	\$1.200.000

del Paraíso			conocimiento	fragmentada		
2. Diseñar una narrativa multimedia que visibilice el impacto del arte urbano como motor de transformación social	Cantidad y calidad del material audiovisual producido	Videos, entrevistas, redes, testimonios	Participación de artistas y colectivos urbanos	Baja calidad técnica por recursos limitados	Octubre - Diciembre 2025	\$3.000.000
3. Desarrollar una plataforma digital que integre contenidos turísticos, rutas, galerías y experiencias interactivas	Plataforma funcional y cantidad de interacciones por mes	Métricas web, retroalimentación de usuarios	Equipo técnico capacitado y con experiencia	Fallas técnicas o baja interacción	Octubre 2025 - Enero 2026	\$6.500.000
4. Generar alianzas con instituciones y colectivos para la sostenibilidad del proyecto en el tiempo	Número de alianzas establecidas	Actas de compromiso, cartas de intención, convenios	Voluntad de articulación entre actores públicos y privados	Desinterés institucional o burocracia excesiva	Desde octubre 2025, continuidad a largo plazo	\$500.000

20. MATRIZ 2 (Componentes, acciones y/o actividades)

Descripción	Objetivo	Indicador	Fuentes de verificación	Recursos	Costos	Tiempos	Resultados y/o productos
Componentes							
C.1. Diagnóstico participativo del ecosistema turístico y cultural del Mirador del Paraíso	Conocer el estado actual del territorio, actores clave, rutas, narrativas y experiencias locales	Número de entrevistas realizadas, rutas caracterizadas, actores mapeados	Entrevistas, registros de campo, actas de reunión	Cuaderno de campo, grabadora, transporte, equipo audiovisual	\$1.200.000	Agosto – Octubre 2025	Informe de caracterización turística y cultural del barrio
C.2. Diseño y creación de contenidos multimedia para visibilizar la Ruta del Color y el arte urbano	Crear una narrativa visual que conecte emocional y culturalmente con los visitantes	Número de videos, fotografías, diseños gráficos y textos generados	Carpeta de medios, redes sociales, web, testimonios	Cámara, dron, software de edición, diseñadores, narradores	\$3.000.000	Octubre – Diciembre 2025	Galería multimedia digital, videos documentales, relatos interactivos

C.3. Desarrollo e implementación de la plataforma web interactiva del proyecto	Integrar todas las rutas, experiencias, contenidos y actividades en un sitio funcional, accesible y estéticamente atractivo	Plataforma publicada, tiempo de permanencia, visitas mensuales	Web, Google Analytics, formularios de contacto	Hosting, dominio, programador web, UX/UI, herramientas de diseño	\$6.000.000	Octubre – Enero 2026	Plataforma digital lista para difusión y navegación
C.4. Estrategia de articulación institucional y comunitaria para la sostenibilidad del proyecto	Establecer relaciones duraderas con actores locales, institucionales y turísticos	Número de convenios, actas, cartas de intención	Documentos firmados, correos, reportes de reuniones	Tiempo de gestión, asesoría jurídica y comunicacional	\$500.000	Octubre – Marzo 2026	Red de apoyo comunitario e institucional activa
C.5. Estrategia de promoción digital y marketing territorial	Difundir la plataforma y atraer turistas a través de campañas digitales y experiencias	Alcance de publicaciones, visitas a la web, participación en eventos	Redes sociales, informes de campañas, interacciones	Community manager, publicidad en redes, piezas gráficas	\$2.500.000	Enero – Marzo 2026	Campaña de lanzamiento, publicaciones constantes, identidad digital posicionada
Actividades							

A.1. Mapeo de rutas, espacios culturales y actores sociales del territorio	Identificar los puntos clave de interés turístico y cultural	Mapa generado, fichas de espacios, listado de actores	Documento técnico, entrevistas, fotografía de campo	Google Maps, fichas de análisis, visitas guiadas	\$800.000	Agosto – Octubre 2025	Mapa cultural y turístico del Mirador del Paraíso
A.2. Realización de entrevistas a líderes, artistas, colectivos y habitantes del sector	Construir una visión desde la voz de los protagonistas del territorio	Número de entrevistas aplicadas	Grabaciones, transcripciones, análisis de contenido	Grabadora, cámara, logística de campo	\$600.000	Agosto – Octubre 2025	Insumos narrativos para la producción multimedia
A.3. Producción audiovisual (videos, fotografía, testimonios, recorridos virtuales)	Contar historias reales y generar empatía desde lo visual y sonoro	Número de piezas audiovisuales entregadas	Carpeta de producción y edición final	Cámara, micrófonos, dron, software de edición	\$2.000.000	Octubre – Diciembre 2025	Clips, cápsulas, microdocumentales, recorridos 360°
A.4. Desarrollo del sitio web (estructura, diseño, programación, pruebas)	Crear una plataforma navegable, funcional y atractiva	Sitio en línea, funcionalidad testeada	Link, pruebas de navegación, resultados UX	Wordpress, Figma, programadores, hosting	\$4.000.000	Noviembre – Enero 2026	Sitio web interactivo publicado

A.5. Publicación y difusión de la plataforma a través de redes sociales y medios aliados	Aumentar el alcance del proyecto y su visibilidad	Alcance en redes, número de usuarios conectados	Métricas de redes, visualizaciones, feedback	Facebook, Instagram, prensa comunitaria	\$1.000.000	Enero – Marzo 2026	Lanzamiento digital, videos promocionales, reels y publicaciones
A.6. Firma de alianzas con entidades como IDT, TransMilenio, Alcaldía Local, USTA, colectivos locales	Fortalecer el trabajo colaborativo e institucional	Cantidad de aliados vinculados	Convenios, cartas de intención	Contactos, asesoría legal, gestión de agenda	\$500.000	Octubre – Febrero 2026	Red de trabajo interinstitucional consolidada
A.7. Activación comunitaria para socializar y validar el proyecto	Compartir avances y resultados con la comunidad para fortalecer la apropiación	Asistencia a jornadas comunitarias, encuestas de percepción	Actas, registros fotográficos, testimonios	Sonido, logística, refrigerios	\$600.000	marzo 2026	Validación social del proyecto y fortalecimiento del sentido de pertenencia

21.1 Introducción

El diseño visual de la página web del Mirador del Paraíso y la Ruta del Color se fundamenta en la estética urbana y el grafiti como expresiones culturales del territorio. La propuesta busca crear una experiencia inmersiva que trascienda lo meramente informativo, consolidándose como un mural digital interactivo en el que convergen arte, narrativa comunitaria y recursos tecnológicos.

21.2 Paleta de Colores

La selección cromática está conformada por tonos intensos y contrastantes que evocan energía, vitalidad y creatividad. Los colores predominantes son el rojo, el amarillo y el azul, acompañados de verdes y tonos oscuros que refuerzan la identidad urbana vinculada al asfalto y al entorno barrial. Este uso cromático no solo responde a criterios estéticos, sino que también busca reflejar la riqueza visual de la Ruta del Color.

21.3 Tipografía

La propuesta tipográfica se articula en dos niveles:

Stencil: utilizada para títulos y encabezados, con el fin de asociar la comunicación digital al grafiti y a la cultura urbana.

Arial adaptada: destinada a textos secundarios y párrafos, garantiza legibilidad y claridad en la navegación.

De esta manera, la tipografía combina lo expresivo del arte callejero con la funcionalidad necesaria en una interfaz digital.

21.4 Formas y Estilo Gráfico

El diseño integra formas orgánicas como círculos, curvas y líneas fluidas, que orientan la lectura y aportan dinamismo. Conceptualmente, estas figuras representan colectividad, continuidad y transformación, valores vinculados a la vida comunitaria del barrio El Paraíso.

21.5 Narrativa Visual

La narrativa del sitio está liderada por Ahero, una lata de aerosol animada que cumple la función de guía. Ahero representa la memoria de los muros y el poder del arte urbano, narrando la experiencia con un tono cercano y juvenil. Su presencia no solo refuerza la identidad visual del sitio, sino que también permite que la plataforma tenga un carácter lúdico y didáctico.

21.6 Elementos Multimedia

El sitio web combina recursos gráficos y audiovisuales que enriquecen la interacción del usuario:

- Videos y fotografías en 360° para registrar murales y paisajes.
- Animaciones y mockups que transmiten dinamismo.
- Testimonios en video y audio que aportan autenticidad.
- Posible integración de realidad aumentada como recurso de innovación.

Estos elementos fortalecen el vínculo entre lo físico y lo digital, permitiendo que la web se perciba como un mural vivo.

21.7 Experiencia del Usuario

Más que una plataforma informativa, el diseño busca generar una vivencia inmersiva. El usuario navega por la web como si transitara un mural urbano, explorando galerías, mapas interactivos y relatos comunitarios. Esta propuesta pretende despertar curiosidad, empatía y deseo de visitar el Mirador del Paraíso, articulando el medio digital con la experiencia turística presencial.

21.8 Proyección de solución multimedia

Será una página web interactiva y muy atractiva que apuesta por la vivencia sensorial y

visual para poder visibilizar, mostrar y dar vida a la propuesta cultural, artística y turística

del barrio El Mirador Del Paraíso, en Ciudad Bolívar. Se elabora a partir de un relato lúdico, ofreciendo un alto nivel gráfico y audiovisual, en donde su principal protagonista

Ahero, una lata de aerosol animada que muestra todo lo que ofrecemos y los acompaña

a conocer la Ruta del Color.

21.9 ¿Cómo funciona?

funcionará a través de siete bloques en donde se va a poder navegar a través de un menú principal, con elementos de interacción:

- **Ruta del Color:** Mapa interactivo con puntos que se pueden clicar y donde se presentan murales, artistas, historias en video y audio.

- **Puntos de interés:** servicios producidos en el entorno (arte, café, comida, Trasmicable, entre otros) que hay en el recorrido y podrá degustar y comprar el día de la visita.
- **Tours y experiencias:** Información general de itinerario de recorridos, precios y recomendaciones.
- **Galería y podcast:** Testimonios, entrevistas, proyectos futuros.
- **Contacto y reserva Medios:** de comunicación, Redes sociales, reservas, preguntas etc.
- **Sobre Nosotros:** Historia del proyecto, equipo creador, aliados. Cada una de las secciones estará cargada de imágenes, testimonios y voz viva del barrio, explorando el lugar de manera libre o bien guiada por Ahero.

22. Impacto Esperado y Propósito a Futuro

El proyecto intenta consolidar al Mirador El Paraíso y la Ruta del Color como referentes del turismo cultural en la ciudad de Bogotá, para lo cual se llevará a cabo iniciativas centradas en el arte urbano y la identidad barrial a partir de una plataforma digital que haga parte de una estrategia accesible y dinámica.

Previsto a mediano plazo, al final del proyecto se espera que la página web logre visibilizar a los artistas locales, facilite la llegada de turistas y active oportunidades económicas para la comunidad, al tiempo que refuerza la relación entre el turismo, la cultura y el emprendimiento.

Al final del proyecto y a largo plazo, el impacto queda expresado a partir de :

1. **Crecimiento del Turismo Cultural:** El Mirador El Paraíso se va a posicionar como un destino emblemático dentro de la oferta turística de Bogotá, favoreciendo la apropiación del espacio por parte tanto de los propios bogotanos y locales como de los visitantes.
2. **Fortalecimiento Económico Local:** La sinergia con los comercios, emprendimientos y colectivos culturales permitirá dinamizar la economía de la zona, generando ocupaciones y oportunidades de negocio para la población de residentes.
3. **Preservación y Difusión del Arte Urbano:** Debido a su larga trayectoria, se considera la Ruta del Color un patrimonio cultural de Ciudad Bolívar. Por ello, la digitalización de su recorrido debe llevarse a cabo de forma sistemática y consistente.

4. **Mayor Participación Comunitaria:** La propuesta funciona como un modelo de autogestión donde los artistas y los habitantes del sector podrán gestionar la programación y actualizar la plataforma aplicándoseles un carácter de sostenibilidad en el tiempo .

La propuesta funciona como un modelo de autogestión donde artistas y habitantes del sector gestionan la programación de la plataforma y realizan tareas de actualización de contenido implícitamente como una forma de sostenibilidad a lo largo del tiempo .

23. Audiencia objetivo y segmentación

- Turista internacional (20–45): mochileros, estudiantes, nómadas digitales, parejas jóvenes. Intereses: experiencias auténticas, fotografía, street art, historias locales.
- Turista nacional (18–40): universitarios y profesionales; familias jóvenes que buscan planes culturales y seguros; grupos escolares.
- Viajeros de alto interés cultural (30–55), grupos pequeños, guías expertos y contenidos profundos.
- Inclusión: accesibilidad (personas con movilidad reducida), atención a mayores, oferta bilingüe (ES/EN), enfoque de género y diversidad.

24. Experiencia y Servicio a Ofrecer

Ruta cultural en Ciudad Bolívar integrada a murales, arte urbano, gastronomía, música, danza y el TransMiCable, experiencias desde lo comunitario . Diferencial: la singularidad de la combinación de cultura viva, paisaje y el emprendimiento local.

25. Estudio de Mercado

Una comparación de experiencias similares:

- Comuna 13 (Medellín) ; Un recorrido de graffiti, con alta visibilidad internacional, fuerte narrativa de resiliencia.
Fortalezas: consolidación y atractivo internacional.
Debilidades: saturación turística y gentrificación.
- Graffiti Tour Bogotá: un recorrido por La Candelaria y el Distrito Graffiti , múltiples estilos y artistas reconocidos.
Fortalezas: riqueza artística, y facilidad de acceso.
Debilidades: un menor nivel de integración comunitaria.

- Nuestro Proyecto (Ciudad Bolívar) , Ruta del Color y Mirador del Paraíso, integra murales, movilidad (TransMiCable), arte, gastronomía y cultura comunitaria. Diferencial: es una experiencia íntegra y responsable con enfoque social.

Experiencia	Fortalezas	Dolores reportados por turistas	Acciones a tomar para nuestro proyecto
Comuna 13 (Medellín)	Icono global de resiliencia; arte + movilidad; comunidad anfitriona fuerte.	Saturación, exceso de comercio/ruido, “cobros por todo”, sensación de espectáculo, debates éticos.	Control de aforo y franjas horarias; código ético; redistribución de ingresos; rutas alternas anti-multitud.
Graffiti Tour (Bogotá)	Variedad de estilos; curaduría crítica; fácil acceso (centro/Distrito Graffiti).	Tamaño de grupos, clima impredecible, percepciones de seguridad, expectativas de propina.	Grupos pequeños y reservas; planes anti-lluvia; kits de seguridad; transparencia en tarifas/propinas.
Ruta del Color – Mirador del Paraíso (propuesta)	Integración arte+comunidad+paisaje; TransMiCable como atractivo; gastronomía local.	Baja visibilidad digital actual; necesidad de señalización y protocolo de seguridad.	Plataforma de reservas; señalética bilingüe; plan de seguridad y accesibilidad desde el día 1.

26. Estrategias de Mercado y Publicidad

- Campañas digitales con humor y mensajes virales en TikTok e Instagram.
- Murales diseñados como spots de selfies oficiales (#RutaDelColorBogotá).
- Pasaporte de murales coleccionables en físico o digital.
- Stickers, postales y merchandising que circulan en redes sociales.
- Frases divertidas y cercanas: “Suba en TransMiCable y bájese con más likes que su ex”.
- Promoción experiencial con aerolíneas y apps de viaje al llegar a Bogotá.

27. Desarrollo y Responsabilidad Social

Opciones de aporte social:

1. Fondo comunitario para becas de jóvenes artistas.

2. Talleres participativos de muralismo entre turistas y comunidad.
3. Inclusión de accesibilidad universal en la ruta.
4. Integración de emprendimientos gastronómicos y culturales locales.
5. Eco-ruta sostenible con uso de transporte público y materiales reciclados.

28. Plan de Negocios – Ruta Propuesta

La ruta propuesta tendrá una duración de 3 a 4 horas, iniciando en el Portal Tunal y conectando con el TransMiCable.

Paradas:

1. Trayecto panorámico en TransMiCable.
2. Murales principales en la Ruta del Color y Red Tejiendo Sur.
3. Museo del Café Comunitario.
4. Espacios culturales (música, danza, talleres de graffiti).
5. Mirador del Paraíso con panorámica de Bogotá y experiencias gastronómicas locales.

La experiencia será guiada por líderes comunitarios, con opciones temáticas (arte + gastronomía, arte + música).

29. Informe Financiero Y De Costos Del Proyecto

- Fecha: 29 de octubre de 2025

CRONOGRAMA Y ACTIVIDADES POR DESARROLLAR

Fase / Etapa	Actividades Principales	Responsables	Duración (semanas)	Costo Estimado (COP)
Desarrollo	Investigación territorial, conceptualización narrativa, diseño UX/UI, arquitectura web, desarrollo del storytelling digital.	Juan Pablo Fernández / Gloria González	4	39.500.000
Preproducción	Planeación logística, guión técnico, diseño de personajes, preparación de materiales visuales y mockups, pruebas piloto de sitio web.	Gloria González / Andrés Ortiz	3	25.600.000
Producción	Grabaciones de campo, registro fotográfico y audiovisual, desarrollo web completo, integración multimedia, edición y mezcla de sonido.	Juan Pablo Fernández / Andrés Ortiz / Laura Mateus	6	92.600.000
Posproducción	Montaje final de video, animación, optimización web, pruebas de funcionalidad, corrección de color, publicación final.	Laura Mateus / Juan Pablo Fernández	4	40.000.000
Total General			17 semanas	206.400.000

PLANTEAMIENTO DE RIESGOS ASOCIADOS

Riesgos Directos (Micro)

Tipo de Riesgo	Descripción	Impacto	Plan de Mitigación
Técnico	Fallas en servidores, pérdida de datos o interrupciones en software.	Alto	Respaldos automáticos, servidores redundantes y monitoreo en la nube.

Operativo	Retrasos en entregas por disponibilidad de talento o equipos.	Medio	Planificación anticipada, cronogramas alternos y roles de soporte.
Económico	Incremento de precios o imprevistos en servicios externos.	Medio	Fondo de contingencia del 10% y ajustes en etapas según prioridad.
Logístico	Clima adverso o restricciones de movilidad en zonas de grabación.	Medio	Reprogramación flexible y gestión con líderes locales.

Riesgos Indirectos (Macro)

Tipo de Riesgo	Descripción	Impacto	Estrategia de Respuesta
Social y Comunitario	Baja participación de actores locales o colectivos culturales.	Medio	Fortalecer alianzas comunitarias y procesos participativos desde el inicio.
Tecnológico	Cambios o actualizaciones en plataformas digitales.	Alto	Diseño modular adaptable y actualizaciones permanentes.
Económico Nacional	Fluctuaciones en la tasa de cambio o inflación.	Alto	Ajustes progresivos de presupuesto y búsqueda de financiación complementaria.
Ambiental	Condiciones meteorológicas o ambientales que afecten grabaciones.	Medio	Cronograma flexible y seguros de cobertura parcial.

COSTOS CALCULADOS DE LA PROPUESTA

Área de Inversión	Costo Estimado (COP)	USD (3.900)	Porcentaje del Total
Equipo Humano	148.100.000	37.974	71,8 %
Equipos y Accesorios	38.100.000	9.769	18,5 %
Logística	10.000.000	2.564	4,8 %
Otros Gastos	10.200.000	2.615	4,9 %
TOTAL GENERAL	206.400.000	52.923	100 %

Nota: Los costos presentados corresponden a una **estimación inicial**. Se ajustarán conforme avance la implementación, la validación técnica y las alianzas institucionales.

RESPONSABLES POR EXPERTICIA

Integrante	Rol / Experticia	Responsabilidades Específicas
Juan Pablo Fernández Gutiérrez	Dirección Creativa y Gestión Digital	Conceptualización narrativa, guion y dirección general del proyecto. Coordinación de la estrategia multimedia y supervisión técnica.

Gloria Elizabeth González	Diseño UX/UI y Comunicación Visual	Desarrollo de interfaces accesibles, identidad gráfica, branding y contenidos visuales.
Andrés Ortiz	Producción Audiovisual y Fotografía	Coordinación de rodajes, registro fotográfico y edición audiovisual. Gestión de equipos y logística técnica.
Laura Tatiana Mateus	Postproducción y Animación	Edición, colorización, animación y montaje final. Control de calidad del producto multimedia.

CONCLUSIONES

- El cronograma evidencia una estructura eficiente de trabajo por fases y responsabilidades.
- Los riesgos identificados se acompañan de planes de mitigación realistas y sostenibles.
- El presupuesto inicial de **\$206.400.000 COP** refleja un equilibrio entre inversión técnica y humana.
- La distribución de roles asegura un flujo de trabajo colaborativo, con liderazgo creativo, técnico y administrativo claramente definido.

30. Bibliografía

- Byung-Chul Han. (2014). *En el enjambre*. Herder Editorial.
- Galindo, C. (2017). *El fenómeno insight: cómo utilizar datos, emociones y creatividad en la era digital*. Editorial Paidós.
- Goodwin, H. (2017). *Responsible Tourism: Using tourism for sustainable development* (2nd ed.). Goodfellow Publishers.
- DANE. (2019). *Censo Nacional de Población y Vivienda 2018: Resultados Bogotá*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
<https://www.dane.gov.co>
- Cáceres Moreno, D. V. (2020). *Recomposición Social y Urbana en los Barrios "El Mirador" y "El Paraíso", en la Localidad de Ciudad Bolívar*. Universidad Piloto de Colombia.
- Rubiano-Bríñez, M. (2021). *Movilidad y segregación: Análisis de las posiciones ocupacionales en la localidad de Ciudad Bolívar en Bogotá. Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 13, e20190372.
<https://doi.org/10.1590/2175-3369.013.e20190372>
- Función Pública. (2021). *Decreto 1836 de 2021*. Bogotá.
- Fundación Color del Sur. (2022). *Ruta del Color - Ciudad Bolívar*. Bogotá.
- Instituto Distrital de Turismo. (2022). *Bogotá*.
- Instituto Distrital de Turismo. (2022). *Turismo en Bogotá 2022. Informe de Turismo*.
- Instituto Distrital de Turismo (IDT). (2022). *Estrategia de turismo comunitario y sostenible para Bogotá*. Bogotá: IDT.
- Álvarez Domínguez, M. E., & Trachana, A. (2022). *Arte y cultura en procesos de transformación de entornos conflictivos: La Comuna 13 de Medellín. Waterfront*, 64(8), 1–20.
<https://doi.org/10.1344/waterfront2022.64.8.01>
- Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD). (2023). *Política Pública de Cultura Ciudadana 2022–2031*. Bogotá: Alcaldía Mayor.

- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2023). *Tendencias del turismo cultural y comunitario en el contexto post-COVID-19*. <https://www.unwto.org/es>
- Bogotá.gov.co. (2023). *La historia de May Rojas, artista urbano de la localidad Ciudad Bolívar*. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/cultura-recreacion-y-deporte/historia-de-may-rojas-artista-urbano-de-la-localidad-ciudad-bolivar>
- Bermúdez Jaimes, D. R. (2023). *Memorias en movimiento: movilidad urbana y memoria en los barrios Paraíso, Mirador y Bella Flor de Ciudad Bolívar*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Vargas Bernal, L. C. (2023). *Hope Art: Conexión al Arte y la Cultura entre Ciudad Bolívar*. Universidad La Gran Colombia.
- Instituto Distrital de Turismo. (2024). *Cifras de turismo en Bogotá junio - julio 2024*. *Boletín de Turismo*.