

Bogotá, un producto de exportación

Plaza Capital

Por: Natalia Ruíz Giraldo

29.11.2007

Bogotá se convirtió en la “niña” consentida, y por eso podrá viajar por todo el mundo gracias a algo tan sencillo como el correo. Los Servicios Postales Nacionales emitieron tres estampillas con el objetivo de registrar los premios recibidos por la ciudad en este último año, catalogada como ejemplar y “como señal de esperanza para otras ciudades del primer y tercer mundo”. Por eso, cada uno de los tres motivos hace alusión a dichos méritos: Bogotá, Capital Mundial del libro, Bogotá Capital Iberoamericana de la Cultura y Bogotá León de Oro en la X Bienal de Arquitectura y Sociedad de Venecia. Dichas estampillas circulan fuera y dentro de Colombia, desde el 23 de octubre de este año, con un valor unitario de 3.700 pesos.

Seguramente los bogotanos algo habrán escuchado de estos premios, pero no saben exactamente por qué fueron otorgados. Bogotá, elegida como Capital Mundial del Libro, le ganó a ciudades como Coimbra (Brasil), Ámsterdam (Holanda), Rosario (Argentina) y Viena (Austria). Gracias a la red de bibliotecas y el programa Libro al Viento la capital pudo demostrar los frutos de su empeño por difundir la lectura y la literatura entre sus habitantes.

El premio a la Capital Iberoamericana de la Cultura, entregado en Costa Rica el 11 de octubre de este año, es el resultado del esfuerzo por promover la cultura ciudadana y el amor por Bogotá. Además, es la ciudad que más ha avanzado en cuanto a la Agenda 21, programa de la las Naciones Unidas, ONU, cuyo fin es trabajar en pro del desarrollo humano sostenible.

El León de Oro, por su parte, cataloga a la capital como “mejor ciudad” por los proyectos urbanos y arquitectónicos como Transmilenio y su transformación en los ámbitos económicos, políticos y sociales que la hacen una ciudad agradable y bonita para vivir.

Se abren las puertas de Bogotá

La Alcaldía Mayor en asocio con la Cámara de Comercio de Bogotá, puso en marcha la agencia **Invest in Bogota** desde el 4 de septiembre de 2006. Su finalidad es atraer inversión extranjera a la ciudad, para contrarrestar la imagen negativa que se tiene de ésta en el extranjero. Con el apoyo del Gobierno Nacional, se ha facilitado la creación de empresas radicadas en la ciudad, trámite que hoy sólo demora dos días, además de brindar beneficios arancelarios. Las empresas que se instalen en la capital podrán disfrutar de profesionales

Invest in Bogota - info@investinbogota.org

Cra 7a No. 71-21, Torre B, Oficina 901 - PBX: + 57 (1) 742.3030

Bogotá, D.C., Colombia

altamente calificados, de un régimen laboral flexible y de una mano de obra muy competitiva a nivel latinoamericano. Asimismo, dicha agencia presta asesoría durante las diferentes etapas de instalación de las empresas: reunión con autoridades, asistencia en trámites y acompañamiento en la expansión de las actividades.

El proyecto ha impactado seis sectores de actividad: Artículos deportivos y médicos (por ejemplo empresas farmacéuticas); el automotriz (en Bogotá se concentra el 52% de la producción de autopartes); BPO o servicios compartidos y contact centers (atención al cliente y ventas por teléfono a todas partes del mundo); cosméticos (Bogotá región concentra el 65% de las exportaciones nacionales de cosméticos hacia Suramérica, México y el Caribe); y el turismo (Bogotá es la ciudad con más oferta hotelera en Colombia y el centro de negocios más importante del país).

Capital turística

No obstante, el Distrito también apoya a las pequeñas y medianas empresas, Pymes, para que puedan darse a conocer fuera del país. Con el lema para Bogotá de “Ciudad de la gastronomía” se creó Gastronomía. En esta actividad también participan la Alcaldía Mayor y la Cámara de Comercio, además de la escuela de gastronomía del SENA. Dicho evento se realiza en Corferias a mediados de noviembre desde hace un año, en el que se busca también recuperar la comida típica colombiana.

La feria es concebida como una ocasión para la venta masiva al detal en el que participan empresas de insumos (para la cocina), de vinos y licores, de restaurantes y supermercados de cadena. “Su última versión contó con 26.000 visitantes durante cuatro días, superando las expectativas de los organizadores”, según Valentina Vargas, coordinadora comercial del evento. Grupos de turistas españoles, ecuatorianos, peruanos (Perú era el invitado de honor) llegaron a la capital para disfrutar de la exquisita comida colombiana, en donde convergen los sabores de todo el país y de la cocina internacional. Es un recorrido por delicias como el ajiaco, las brevas con arequipe, entre otros, con toques artísticos de chefs nacionales y extranjeros. Es la oportunidad perfecta para democratizar el acceso a la buena mesa, haciendo de Bogotá un centro turístico cada vez más atractivo.

Todos estos eventos significan acoger visitantes de todo el mundo en Bogotá. El turismo es una actividad a la cual el Instituto de Cultura, Recreación y Deporte ha querido darle un nuevo aire, mediante la promoción de una “Bogotá, Internacional, Turística y Atractiva”. Desde el inicio de la administración de Garzón, las cifras de turistas que visitan Bogotá han aumentado significativamente. Esta lógica se sigue en las cifras a nivel nacional. Según los informes anuales de Proexport, el número de visitantes a la capital ascendió a 380.000 entre enero y septiembre de 2006. A Bogotá llegan turistas principalmente de Estados Unidos, Venezuela, España, Ecuador y México.

El Transmilenio, atractivo turístico de la ciudad, transporta al 14% de los visitantes extranjeros y nacionales. No obstante, para los turistas el transporte es percibido como un servicio costoso. A pesar de los esfuerzos, según cifras del Boletín de Estadísticas de Bogotá, correspondiente al segundo semestre de 2006, la inseguridad es aún un factor de preocupación de quienes visitan la capital. Un 38% calificó como mala o regular la seguridad en la ciudad.

Quienes visitan Bogotá dedican su tiempo a realizar compras y disfrutar de la diversidad de restaurantes que ofrece la ciudad. Para Alessandro Pasi, turista italiano, la capital es un destino muy llamativo por la amabilidad de la gente y porque es menos costoso que su país. Por eso “gasto toda mi plata en comida”, afirmó. La capital de Colombia ahora tiene una nueva cara y dejó de ser la oveja negra, para convertirse en la niña mimada de urbanistas y turistas de todas partes. Sí, la capital es cada vez más cosmopolita y es la carta de presentación del país en el exterior.

Fuente: **Plaza Capital** (29.11.2009)
<http://www.plazacapital.org>