



**UDEDEC**  
UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA

**XVII FORO DE  
INVESTIGACIÓN:  
INNOVACIÓN  
TECNOLÓGICA.**

**RUTAS  
TURÍSTICAS  
PROVINCIA  
DEL  
SUMAPAZ**

**MEMORIAS**



**Editorial**  
UCundinamarca



**UDEDEC**  
UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA

**ISSN: 2805-7171**

Organiza: Facultad de Ciencias  
Administrativas Económicas y Contable  
Programa Administración de Empresas  
Sede Fusagasugá





## Memorias

Universidad de Cundinamarca  
Facultad de Ciencias Administrativas  
Económicas y Contables  
Programa Administración de Empresas  
Sede Fusagasugá

Organiza Grupo de Investigación:  
ARADO

Fusagasugá, 21 de octubre de 2021

**ISSN: 2805-7171**

# DIRECTIVAS

## RECTOR

Adriano Muñoz Barrera

## VICERRECTORA ACADÉMICA

María Eulalia Buenahora Ochoa

## DIRECTORA DE INVESTIGACION UNIVERSITARIA

Olga Marina García Norato

## DECANO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

Félix Gregorio Rojas Bohórquez

## COMITÉ EDITORIAL

Elizabeth Ann Escobar Cazal  
María Cristina Velásquez Ardila  
Gonzalo Escobar Reyes

## DISEÑO PORTADA Y FOTOGRAFÍA

Natalie Cruz Trujillo/Diseñadora gráfica  
Oficina Asesora de Comunicaciones  
Fotografía Portada: Familia Herrera Velásquez, 2020

## INTRODUCCIÓN

En el evento se socializaron resultados del proyecto: Desarrollo de una metodología para establecer rutas turísticas en la Provincia del Sumapaz. Realización 21 de octubre de 2021.

Al foro organizado por los grupos de investigación Arado y Giteinco, asistieron actores de la comunidad académica y personas vinculadas al sector turismo. La actividad impactó directamente el fortalecimiento de esta actividad, aportando a la búsqueda sistemática de oportunidades, que prestadores de servicios adelantan de forma comprometida, en la que se han dado ya conversiones de trabajo ocasional a negocios.

Igualmente, dentro de la formación profesional en el área y para el fortalecimiento del proceso misional, el proyecto, ha promovido entre docentes y estudiantes la asimilación de nuevos niveles investigativos, la valoración de la praxis y mayor entrenamiento sobre técnicas y métodos de acopio y manejo de información.

Dentro de los resultados obtenidos en superación de la contingencia por pandemia -Covid19, se generó de forma global el replanteamiento de distintas formas de hacer turismo, que en común, con las novedades propuestas localmente a través del proyecto, se basan en experiencias con nuevos destinos, cuyo potencial se dirige a alcanzar bienestar integral de salud física y espiritual, en contacto con la naturaleza, compartiendo, en alejamiento de las aglomeraciones la tranquilidad y cotidianidad de las comunidades rurales. Sumapaz ofrece este escenario ideal para que visitantes nacionales y extranjeros disfruten su estadía

Así, la investigación se dirigió hacia el análisis de las ventajas competitivas y comparativas de esta provincia. En el proceso, se identificó a Fusagasugá como el municipio con mayores condiciones para potencializar la competitividad, al contar con características como: cercanía a Bogotá, clima, infraestructura, servicios públicos, educación, número de prestadores de servicio turístico con registro nacional, entre otros. En el posicionamiento regional le siguen: Silvania, Arbeláez, Granada y Tibacuy.

Igualmente, se diseñó una metodología para la creación de rutas turísticas. Esto permite que los atractivos turísticos de los municipios sean aprovechados de una mejor manera, y, por tanto, generen nuevos tipos de comercio alrededor de estos, satisfaciendo las necesidades de los visitantes.

Finalmente, utilizando las redes tecnológicas, vitales para la permanente comunicación entre prestadores de servicio, funcionarios públicos e investigadores, también, se diseñó una aplicación web para gestionar rutas turísticas. Con esta, se espera promover e incentivar la demanda turística, aportando, además, en la reducción de la brecha digital.

En conjunto, el estudio propende garantizar el acceso equitativo al conocimiento del sector, promoviendo la innovación y el emprendimiento.

Organizadores: Profesores Elizabeth Ann Escobar Cazal, María Cristina Velásquez Ardila, Gonzalo Escobar Reyes, Investigadores Grupo ARADO; Pedro Luís Cifuentes Guerrero, Edgar Criollo Velásquez, Investigadores Grupo GITE-INCO – Universidad de Cundinamarca.

Participantes: Comunidad Académica, Semilleristas, Comunidad Externa (prestadores de servicio turístico), CCB, funcionarios Alcaldía Municipal.

**APROXIMACIÓN A UNA METODOLOGÍA  
PARA ESTABLECER RUTAS TURÍSTICAS PROVINCIA DEL SUMAPAZ**  
*APPROACH TO A METHODOLOGY TO ESTABLISH  
TOURIST ROUTES PROVINCE OF SUMAPAZ*

*Elizabeth Ann Escobar Cazal<sup>1</sup>, María Cristina Velásquez Ardila<sup>2</sup>, Gonzalo Escobar Reyes<sup>3</sup>*

RESUMEN

Entre los meses de junio y julio de 2021, la Organización Mundial del Turismo reportó la recuperación del turismo internacional, gracias al avance de la vacunación en muchos países, por lo que se generó la flexibilización de restricciones de viaje, estimándose que 54 millones de turistas cruzaron las fronteras. En Colombia, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, basado en datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, informó que en los dos primeros trimestres de 2021 el Producto Interno Bruto para hoteles y restaurantes fue de 13.766,41, mostrando un incremento del 27,89% frente a lo reportado en el mismo periodo del año 2020; en Cundinamarca el crecimiento de visitantes extranjeros no residentes para el primer semestre 2021 fue del 47.06% comparado con 2020. Sumapaz es una de las 15 provincias de este departamento, integrada por 10 municipios, que cuentan con recursos naturales, culturales e históricos; con destinos que invitan a la observación de paisajes;

**[1]** Magíster en Filosofía Latinoamericana. Docente Investigador Programa Administración de Empresas, Facultad Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, UCundinamarca. Fundador y co-líder Grupo ARADO. Orcid: 0000-0002-7651-1566. ID Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=NngfWvAAAAAJ&hl=es> Correo: eescobarc@ucundinamarca.edu.co

**[2]** Magister en Administración de Organizaciones. Docente Programa Administración de Empresas, Facultad Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, UCundinamarca, Investigadora Grupo ARADO, líder semillero AVANZA. Orcid: 0000-0003-1330-4778. ID Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=W5HVE60AAAAJ&hl=es>. Correo: mcvelasquez@ucundinamarca.edu.co

**[3]** Doctor (C) Ciencias de la Educación. Profesor Titular de Planta, Programa Lic. Ciencias Sociales. Facultad de Educación, Ucundinamarca., Fundador y Líder Grupo de Investigación ARADO. Orcid: 0000-0002-9514-0123. ID Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=gD6RYBMAAAAJ&hl=es>. Correo: gescobar@ucundinamarca.edu.co

avistamiento de aves; recorrido por lugares con monumentos y sitios de interés, excursiones, caminatas y aventura; degustación de platos típicos y disfrute de actividades de ocio y recreación. Investigación descriptiva y analítica. El propósito del estudio fue desarrollar una metodología para establecer rutas turísticas, utilizando conocimientos sobre la experiencia y antecedentes teóricos, de propuestas analíticas adelantadas como producción de modelos en los autores: Porter, Crouch & Ritchie, Dwyer & Kim, Hassan y Heath, tomando en particular, los factores afines y comunes explicativos de características físicas, contextos sociales, de desarrollo, ruralidad, y de las tradiciones locales, identificando las de mayores ventajas competitivas/comparativas, para el desarrollo del turismo: Fusagasugá, Granada, Silvania y Tibacuy. Como aporte del proceso, se plantea la necesidad de vincular a la comunidad residente de estos lugares, a comprometerse, apropiándose del entorno, para su sostenibilidad. Es imprescindible la participación de los actores principales de la cadena de valor: Entes Gubernamentales, Instituciones de Educación Superior, gremio hotelero y de restaurantes, transportadores, artesanos, viveristas, comerciantes, entre otros.

**Palabras clave:** Atractivos turísticos, Modelos teóricos, ventajas competitivas/ comparativas

#### ABSTRACT

Between the months of June and July 2021, the World Tourism Organization reported the recovery of international tourism, thanks to the progress of vaccination in many countries, so the relaxation of travel restrictions was generated, estimating that 54 million tourists crossed the borders. In Colombia, the Ministry of Industry, Trade and Tourism, based on data from the National

Administrative Department of Statistics, reported that in the first two quarters of 2021 the Gross Domestic Product for hotels and restaurants was 13,766.41, showing an increase of 27.89% compared to what was reported in the same period of 2020; in Cundinamarca, the growth of non-resident foreign visitors for the first half of 2021 was 47.06% compared to 2020. Sumapaz is one of the 15 provinces of this department, made up of 10 municipalities, which have natural, cultural and historical resources; with destinations that invite you to observe landscapes; bird watching; tour of places with monuments and sites of interest, excursions, hikes and adventure; tasting of typical dishes and enjoy leisure and recreation activities. Descriptive and analytical research. The purpose of the study was to develop a methodology to establish tourist routes, using knowledge about the experience and theoretical background, of advanced analytical proposals such as model production in the authors: Porter, Crouch & Ritchie, Dwyer & Kim, Hassan and Heath, taking in particular, the related and common explanatory factors of physical characteristics, social contexts, development, rurality, and local traditions, identifying those with the greatest competitive/comparative advantages for the development of tourism: Fusagasugá, Granada, Sylvania and Tibacuy. As a contribution to the process, the need to link the resident community of these places is raised, to commit, appropriating the environment, for its sustainability. The participation of the main actors of the value chain is essential: Government Entities, Higher Education Institutions, hotel and restaurant guild, transporters, artisans, nurseries, merchants, among others

**Keywords:** Tourist attractions, Theoretical models, competitive/ comparative advantages



**VALIDACION DE LA APLICACIÓN WEB PARA  
GENERAR RUTAS TURÍSTICAS. SUMAPAZ**  
*VALIDATION OF THE WEB APPLICATION TO  
GENERATE TOURIST ROUTES. SUMAPAZ*

*Pedro Luis Cifuentes<sup>1</sup>, Edgar Hernando Criollo<sup>2</sup>, Karen Nicol Lara<sup>3</sup>, Juan Sebastián Mendez<sup>4</sup>*

RESUMEN

El turismo en la región del Sumapaz se realiza de manera tradicional por medio de actividades masivas y con finalidad de descanso o recreación en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales de la región, su promoción se realiza principalmente por recomendaciones de los mismos turistas y canales de comunicación tradicional como la radio y avisos públicos, esta situación puede generar un desconocimiento y desaprovechamiento de los potenciales turísticos disponibles. La anterior problemática llevo a los autores a consultar expertos en turismo, comunicación y tecnología con el fin de generar soluciones en base TICs que potencien el desarrollo de este importante sector y sus derivados.

Existen diversas actividades turísticas con posibilidad de realizarse en la región, sin embargo, son las denominadas "rutas turísticas" las actividades que pueden ser gestionadas en base a TICs y mejor aprovechadas por los turistas,

**[1]** Magister en Arquitectura de Software, Docente U Cundinamarca, Facultad de Ingeniería, investigador Grupo GITEINCO, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2455-2320>. ID Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=MwVf7lkAAAAJ&hl=es>. Correo: [pcifuentes@ucundinamarca.edu.co](mailto:pcifuentes@ucundinamarca.edu.co)

**[2]** Magister en Ingeniería Electrónica, Docente U Cundinamarca, Facultad de Ingeniería, investigador Grupo GITEINCO, ID Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=liFhK4cAAAAJ&hl=es>  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3168-2801>, Correo: [ehcriollo@ucundinamarca.edu.co](mailto:ehcriollo@ucundinamarca.edu.co)

**[3]** Estudiante Ingeniería de Sistemas, integrante del semillero SAMUDEC de la Facultad de Ingeniería, ID Google Scholar: [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=list\\_works&hl=es&authuser=1&user=okJQmhUAAAAJ](https://scholar.google.com/citations?view_op=list_works&hl=es&authuser=1&user=okJQmhUAAAAJ)  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4273-1472>, Correo: [klara@ucundinamarca.edu.co](mailto:klara@ucundinamarca.edu.co)

**[4]** Estudiante Ingeniería de Sistemas, integrante del semillero SAMUDEC de la Facultad de Ingeniería, ID Google Scholar: [https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=C1DE3S8AAAAJ&view\\_op=list\\_works&authuser=1&gmla=AJsN-F6OHw\\_Wwlq-j9fd-ojZkZiSLByWOFwqwC5s-QfHSwwiZFJLAeaPSFRbqll7v4SEmVQKnn-vkDfIWgffnk-1BRmk3iNPny1ygzPzBaT-R6UEdse5TMQ](https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=C1DE3S8AAAAJ&view_op=list_works&authuser=1&gmla=AJsN-F6OHw_Wwlq-j9fd-ojZkZiSLByWOFwqwC5s-QfHSwwiZFJLAeaPSFRbqll7v4SEmVQKnn-vkDfIWgffnk-1BRmk3iNPny1ygzPzBaT-R6UEdse5TMQ) Orcid <https://orcid.org/0000-0002-5569-7955>, correo: [juansmendez@ucundinamarca.edu.co](mailto:juansmendez@ucundinamarca.edu.co)

ya que sus itinerarios promueven la visita a varios sitios de interés en un solo recorrido, facilitando la definición de su extensión, tiempo de duración, temática seleccionada (cultural, religiosa, deportiva, etc.) y modo de ejecución (a pie, carro, bicicleta, etc.).

En este documento se presenta el diseño y validación de una herramienta computacional con interfaz WEB para la planeación y generación de rutas turísticas en la región del Sumapaz, Colombia. El aplicativo brinda la posibilidad de generar rutas turísticas, valorar sitios turísticos, establecer fórmulas de ponderación y consultar rutas de acuerdo con las preferencias del turista en cuanto a la temática, la distancia de recorrido y el tiempo disponible para la ruta.

El aplicativo está desarrollado en base a un algoritmo heurístico planteado por el investigador Esteban De la Peña (2014) y su validación se realizó con respecto a la generación de 10 rutas de acuerdo con los siguientes métodos:

1. Verificación en Campo: utilizando un transporte vehicular (particular), para cada una de las 10 rutas generadas se procedió a ejecutar el itinerario recomendado por el aplicativo, se verificó y validó con éxito que la rutas cumplieran con las variables de: preferencia de temática seleccionada, punto de partida, distancia y el tiempo promedio de la ruta.

2. Verificación Manual del algoritmo heurístico propuesto por Esteban De La Peña: utilizando herramientas computacionales de libre acceso (Google-Maps), para cada una de las 10 rutas generadas se procedió a verificar el itinerario recomendado por el aplicativo, se validó con éxito que la rutas cumplieran con las variables de: preferencia de temática seleccionada, punto de partida, distancia y el tiempo promedio de la ruta.

**Palabras clave:** Rutas turísticas, algoritmo heurístico de rutas turísticas.

## **ABSTRACT**

Tourism in the Sumapaz region is carried out in a traditional way through massive activities and with the purpose of rest or recreation in direct contact with nature and the cultural expressions of the region, its promotion is mainly carried out by recommendations of the tourists themselves and traditional communication channels such as radio and public notices, this situation can generate a lack of knowledge and waste of the available tourist potential. The previous problem led the authors to consult experts in tourism, communication and technology in order to generate solutions based on ICTs that enhance the development of this important sector and its derivatives. There are several tourist activities with the possibility of being carried out in the region, however, the so-called "tourist routes" are the activities that can be managed based on ICTs and better used by tourists, since their itineraries promote the visit to several sites of interest in a single route, facilitating the definition of their extension, duration time, selected theme (cultural, religious, sports, etc.) and mode of execution (on foot, car, bicycle, etc.). The study presents the design and validation of a computational tool with WEB interface for the planning and generation of tourist routes in the Sumapaz region, Colombia. The application offers the possibility of generating tourist routes, assessing tourist sites, establishing weighting formulas and consulting routes according to the preferences of the tourist in terms of the theme, the distance of travel and the time available for the route. The application is developed based on a heuristic algorithm proposed by the researcher De la Peña (2014) and its validation was carried out with respect to the generation of 10 routes according to the following methods: Field Verification: using a vehicular transport (particular), for each of the 10 routes generated, the itinerary recommended by the application was executed, it was verified and validated successfully that the routes complied with the variables of: preference of selected theme, starting point, distance and the average time of the route.

Manual verification of the heuristic algorithm proposed by Esteban De La Peña: using freely accessible computational tools (GoogleMaps), for each of the 10 routes generated, the itinerary recommended by the application was verified, it was successfully validated that the routes complied with the variables of: preference of selected theme, starting point, distance and the average time of the route.

**Keywords:**

Tourist routes, heuristic algorithm of tourist routes.

**LA NUEVA VISIÓN DEL TURISMO EN COLOMBIA DESDE LA MIRADA DE  
LOS OPERADORES TURÍSTICOS Y LOGÍSTICOS**  
**THE NEW VISION OF TOURISM IN COLOMBIA FROM THE VIEWPOINT  
OF TOURIST OPERATORS**

*Olga Liliana Gutiérrez Castaño*<sup>8</sup>

## RESUMEN

El estudio aborda un análisis desde la mirada de los operadores turísticos y logísticos, en relación con los efectos sociales y económicos, generados por la crisis de salud pública global, visibles en la contracción económica mundial, situación que sería la mayor recesión desde la segunda guerra mundial.

En ese sentido, Colombia ha perdido más de 20.1 billones de pesos, cerca del 1.5% del PIB en 2020. El gasto per cápita del turista internacional, ha tenido una progresiva disminución, abonado a ello el impacto por Covid19.

Dentro de las experiencias aportadas para el mejoramiento del sector, durante la crisis, se encuentran las medidas implementadas por el sector, las prácticas que se crearon y se quedaron en el sector; los retos, las tendencias y las buenas prácticas internacionales y las oportunidades para los operadores turísticos en Colombia y específicamente en la Provincia del Sumapaz.

**Palabras clave:** operadores turísticos, pandemia, logística, tendencias, retos, oportunidades

[1] Magister en Administración de Organizaciones. Profesor investigador . Grupo TEMCON, programa Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Administrativas, económicas y contables, UCundinamarca  
ID Google Scholar: wA-SplQAAAAJ&hl Orcid: 0000-0002-4433-7217, olgutierrez@ucundinamarca.edu.co

## **ABSTRACT**

The study addresses an analysis from the point of view of tourism and logistics operators, in relation to the social and economic effects generated by the global public health crisis, visible in the world economic contraction, a situation that would be the greatest recession since the Second World War. In that sense, Colombia has lost more than 20.1 trillion pesos, about 1.5% of GDP in 2020. The per capita expenditure of international tourists has been progressively decreasing, and the impact of Covid19 has contributed to this. Among the experiences contributed for the improvement of the sector during the crisis are the measures implemented by the sector, the practices that were created and remained in the sector; the challenges, trends and good international practices and the opportunities for tour operators in Colombia and specifically in the Sumapaz Province.

**Keywords:** tour operators, pandemic, logistics, trends, challenges, opportunities

## EL TURISMO EXPERIENCIAL EN EL DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS *EXPERIENTIAL TOURISM IN THE DESIGN OF TOURIST ROUTES*

*Saudy Giovanna Niño Bernal*<sup>1</sup>

### RESUMEN

El turismo es una de las actividades más representativas para un destino "es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales"(OMT, 2012).

El mundo se ha visto enfrentado a cambios constantes y el sector turístico ha tenido que evolucionar, uno de los grandes retos que se presentaron en los últimos tiempos aquellos relacionados con el covid-19, el cual dejó pérdidas económicas puesto que el "sector de viajes y turismo representan el 10,3% del PIB mundial y generan 1 de cada 10 empleos en el mundo(330 millones), lo que lo convierte en la columna vertebral de muchas economías a nivel mundial" (WTTC ,2020,p.6).

Es así que, el turismo es uno de los sectores más afectados por la pandemia pero más resilientes , por ello dentro de las estrategias a implementar en los destinos se enmarca una reestructuración en la oferta de producto turístico a partir de la creación de rutas turísticas experienciales donde se genere un contacto sensorial a través del entorno y sus diversas expresiones, además experiencias entretenidas, educativas, y diferentes (Barrera & Bringas, 2008), así mismo se refleja un cambio en el comportamiento del turista que para su recuperación física, psicológica y emocional busca el "contacto con la naturaleza y las actividades al aire libre, también con otras personas pero sin aglomeraciones,

la no masificación todos estos serán valores en alza, que pueden beneficiar particularmente al medio rural” (Sánchez, 2020,p.15).

Las rutas turísticas en un destino están definidas como un producto turístico basado en recorridos con atractivos y actividades que permiten el pleno reconocimiento del territorio, sin embargo como lo menciona Pastore (2019) el diseño de estos productos deben contemplar aspectos más incluyentes desde el turismo experiencial puesto que a través de este se involucran personas, culturas, comunidades, recursos y atractivos permitiendo al turista explorar e interactuar de una manera efectiva con el entorno, y así cambiar el paradigma en el diseño de rutas turísticas de lo pasivo a lo activo y de la absorción hasta la inmersión del visitante o turista.

Es de esta manera que el nuevo turista se encuentra en la búsqueda de experiencias memorables, “Las personas quieren experimentar activamente y no ociosamente su viaje, para llegar a enriquecimiento personal, estímulo y compromiso, siendo uno de los principales motivadores que dan vida a gran parte de los flujos turísticos que ocurren hoy” (County, 2000,p.21), a través del turismo experiencial se permite al turista vivir la autenticidad de los territorios debido al contacto con la comunidad local, que permite establecer relaciones estrechas que cambian la manera tradicional de vender un producto turístico.

Por ello, al momento de organizar un producto turístico experiencial se hace pertinente contemplar un proceso de aprendizaje, interacción con el entorno, generar vivencias auténticas y participativas, desafíos físicos, emocionales o mentales, interpretación de aspectos ambientales, históricos y culturales, escenarios de intercambio social y cultural y por ultimo integrar múltiples sentidos, como el olfato, el oído, el tacto u otros, para sumergir al turista en el conjunto de estímulos que lo rodea e intensificar su vivencia (Sernatur, 2016).



De esta manera en el diseño de rutas turísticas experienciales se deben integrar cuatro dimensiones “las expectativas, las emociones, las consecuencias derivadas de la experiencia y la recolección, o sea, las actividades posteriores al viaje para recordarlo, revivirlo” (Mateos, 2013, p.203). Es así que se establece un conjunto de relaciones entre los actores que hacen parte del sistema turístico, el turista y el territorio uno de los activos más importantes donde se escenifica la experiencia “basadas en las características diferenciales del territorio, el patrimonio, el paisaje, la cultura y las señas de identidad de las poblaciones anfitrionas. Todo ello paralelamente a los intentos de involucrar más a los turistas para que adopten un papel activo y enriquecedor en el descubrimiento del otro” (Mateos, 2013, p.200).

Sin embargo, cada turista co-crea su experiencia puesto que es una parte importante de sus motivaciones y expectativas porque se “forma sobre una base personal y es principalmente el resultado de una percepción que se está creando en el turista a través de la comparación entre el imaginario de los viajes (expectativas) y la red relacional (su experiencia)” (Pastore, 2019, p.6). Por lo tanto, el turismo experiencial es una estrategia que se debe involucrar en el diseño de rutas turísticas, para generar espacios de interacción donde el turista se relacione con el destino y se le logre transmitir un mensaje, creando valor al destino desde el significado innovador y tradicional que satisfaga los cambios y retos del mundo actual.

**Palabras clave:** Turismo experiencial, autenticidad, rutas turísticas, identidad cultural

## **ABSTRACT**

Tourism is one of the most representative activities for a destination "it is a social, cultural and economic phenomenon related to the movement of people to places that are outside their usual place of residence for personal or business / professional reasons" ( UNWTO, 2012).

The world has been faced with constant changes and the tourism sector has had to evolve, one of the great challenges that arose in recent times those related to covid-19, which left economic losses since the "travel sector and tourism represent 10.3% of world GDP and generate 1 in 10 jobs in the world (330 million), which makes it the backbone of many economies worldwide "(WTTC, 2020, p.6) .

Thus, tourism is one of the sectors most affected by the pandemic but more resilient, therefore, within the strategies to be implemented in the destinations, a restructuring of the tourist product offer is framed from the creation of experiential tourist routes. where a sensory contact is generated through the environment and its various expressions, as well as entertaining, educational, and different experiences (Barrera & Bringas, 2008), likewise a change in the behavior of the tourist is reflected that for their physical, psychological and emotional seeks "contact with nature and outdoor activities, also with other people but without crowds, not overcrowding, all these will be rising values, which can particularly benefit the rural environment" (Sánchez, 2020, p.15) .

Tourist routes in a destination are defined as a tourist product based on tours with attractions and activities that allow full recognition of the territory, however, as mentioned by Pastore (2019), the design of these products must consider more inclusive aspects from experiential tourism since through this, people, cultures, communities, resources and attractions are involved, allowing

tourists to explore and interact effectively with the environment, and thus change the paradigm in the design of tourist routes from the passive to the active and the absorption until the immersion of the visitor or tourist. It is in this way that the new tourist is in search of memorable experiences, "People want to actively and not idly experience their trip, to reach personal enrichment, encouragement and commitment, being one of the main motivators that give life to great part of the tourist flows that occur today" (County, 2000, p.21), through experiential tourism the tourist is allowed to experience the authenticity of the territories due to contact with the local community, which allows establishing close relationships that change the traditional way of selling a tourist product.

Therefore, when organizing an experiential tourism product, it is pertinent to contemplate a learning process, interaction with the environment, generating authentic and participatory experiences, physical, emotional or mental challenges, interpretation of environmental, historical and cultural aspects, exchange scenarios. social and cultural and finally integrate multiple senses, such as smell, hearing, touch or others, to immerse the tourist in the set of stimuli that surrounds him and intensify his experience (Sernatur, 2016).

In this way, in the design of experiential tourist routes, four dimensions must be integrated "expectations, emotions, consequences derived from the experience and the collection, that is, the activities after the trip to remember it, relive it" (Mateos, 2013, p.203). Thus, a set of relationships is established between the actors that are part of the tourism system, the tourist and the territory, one of the most important assets where the experience is staged "based on the differential characteristics of the territory, heritage, landscape, the culture and identity of the host populations. All this in parallel with the attempts to involve tourists more so that they adopt an active and enriching role in the discovery of the other" (Mateos, 2013, p.200).

However, each tourist co-creates their experience since it is an important part of their motivations and expectations because it is “formed on a personal basis and is mainly the result of a perception that is being created in the tourist through the comparison between the imaginary of travel (expectations) and the relational network (their experience) ”(Pastore, 2019, p.6).

Therefore, experiential tourism is a strategy that must be involved in the design of tourist routes, to generate interaction spaces where the tourist relates to the destination and transmits a message, creating value to the destination from the innovative meaning and traditional that meets the changes and challenges of today's world.

**Keywords:** Experiential tourism, authenticity, tourist routes, cultural identity

**Barrera & Bringas.** (2008). Las rutas alimentarias: una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. . Scienze Gastronomiche, 3 , 2-11.

County, C. MD, (2000), “Nature and Experiential Tourism, Report And Recommendations”, Austin, Texas; Fermata, Inc

**Mateos, M. R.** (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. In Relaciones interculturales en la diversidad (pp. 199-217). Cátedra Intercultural.

**OMT.**(2012).Entender el turismo: Glosario Básico. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

**Pastore, M.** (2019). El turismo experiencial, una oportunidad de desarrollo en los micro-destinos: el caso de Caramanico

**Sánchez, A. V.** (2020). Entender el turismo post-coronavirus: posibles escenarios. In Turismo post COVID-19: el turismo después de la pandemia global, análisis, perspectivas y vías de recuperación (pp. 15-40). Ediciones Universidad de Salamanca.

**Sernatur, S. N.** (2016). Manual de Diseño Experiencias Turísticas. Recuperado de: <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/MDD-Manual-de-Experiencias-Turísticas-1.pdf>

**WTTC.** (2020). WTTC outlines what “the new normal” will look like as we start to travel. Recuperado de <https://wttc.org/NewsArti->

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Escobar, E., Velásquez, M., Escobar, G.,** (octubre 21. 2021) Aproximación a una metodología para establecer rutas turísticas Provincia del Sumapaz. [Presentación de la ponencia]. XVII Foro de Investigación: Innovación Tecnológica. Rutas Turísticas Provincia del Sumapaz.

**Cifuentes, P., Criollo, E., Lara, K., Méndez, J.,** (octubre 21. 2021) Validación de la aplicación web para generar rutas turísticas. Sumapaz. [Presentación de la ponencia]. XVII Foro de Investigación: Innovación Tecnológica. Rutas Turísticas Provincia del Sumapaz.

**Niño, S.,** (octubre 21. 2021) El Turismo experiencial en el diseño de rutas turísticas. [Presentación de la ponencia]. XVII Foro de Investigación: Innovación Tecnológica. Rutas Turísticas Provincia del Sumapaz.

**Gutiérrez, O.,** (octubre 21. 2021) La nueva visión del Turismo en Colombia desde la mirada de los operadores turísticos. Caso a aplicar en la Provincia del Sumapaz. [Presentación de la ponencia]. XVII Foro de Investigación: Innovación Tecnológica. Rutas Turísticas Provincia del Sumapaz.



**ARADO**  
GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**ISSN: 2805-7171**



SC-CER355037

[www.ucundinamarca.edu.co](http://www.ucundinamarca.edu.co)

Vigilada MinEducación

