

Turismo Experiencial para el Hotel Trip Monkey del Río

César Fernando Colmenares Rodríguez

Trabajo de Grado 2 bajo la Modalidad Proyecto de investigación,
para optar el Título Profesional de Turismo

Director

Sara Isabel Montoya Tobón

Docente Cátedra

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Regional y Educación a Distancia

Programa Profesional en Turismo

Socorro

2025

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado con profundo agradecimiento y aprecio a:

Mis padres, César Y Nubia:

Por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificios a lo largo de mi vida académica. Su guía y enseñanzas han sido fundamentales para alcanzar este logro.

Mi hermana, Juliana:

Por su compañía, aliento y por ser siempre una fuente de inspiración y alegría en mi vida.

A Liz Katherine:

Por su paciencia, comprensión y por brindarme su apoyo inquebrantable durante todo el proceso de este trabajo.

Mis profesores y mentores, especialmente Sara Isabel Montoya Tobón:

Por su invaluable orientación, conocimientos y por compartir su experiencia. Sus consejos y apoyo han sido cruciales para la culminación de este proyecto.

A todos aquellos que de una u otra manera contribuyeron a la realización de este trabajo:

Por su ayuda, apoyo y palabras de aliento que me impulsaron a seguir adelante. A todos ustedes, les dedico este logro con todo mi agradecimiento.

Agradecimientos

A lo largo de este proyecto de grado, he contado con el apoyo y la guía de muchas personas e instituciones que han sido fundamentales para la culminación de este trabajo. A continuación, expreso mi sincero agradecimiento a todos ellos:

A la Universidad Industrial de Santander (UIS):

Por brindarme la oportunidad de formarme académicamente en una institución de prestigio. La infraestructura, recursos y el ambiente académico de la UIS han sido esenciales para mi desarrollo profesional y personal.

A los docentes del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED):

Por su dedicación, conocimientos y apoyo constante. Sus enseñanzas y orientaciones han sido vitales para ampliar mis horizontes y para la realización exitosa de este proyecto. Cada uno de ustedes ha dejado una huella importante en mi formación.

A mi directora de proyecto de grado, la profesora Sara Isabel Montoya Tobón:

Por su invaluable guía, paciencia y apoyo durante todo el proceso. Sus consejos, críticas constructivas y aliento han sido esenciales para superar los desafíos que surgieron a lo largo de este trabajo. Su dedicación y compromiso con mi formación y con este proyecto son profundamente apreciados.

A todos aquellos que, de una manera u otra, contribuyeron con su apoyo, conocimiento y ánimo a la realización de este proyecto, les expreso mi más sincero agradecimiento.

Tabla de Contenido

Introducción	13
1. Resumen de la propuesta.....	14
2. Planteamiento del Problema.....	15
3. Objetivos	21
3.1. Objetivo General	21
3.2. Objetivos Específicos.....	21
4. Marco Conceptual	22
4.1. Turismo.....	22
4.2. Hotel	23
4.3. Turismo Experiencial	23
4.4. Turismo Comunitario	25
4.5. Sostenibilidad Turística	26
4.7. Tours	27
4.7.1. <i>City tour:</i>	28
4.7.2. <i>Tour de naturaleza:</i>	28
4.7.3. <i>Tour gastronómico:</i>	28
4.7.4. <i>Tour de aventura:</i>	28
4.8. Tour Cultural	28
5. Contexto General.....	29
5.1. Antecedentes Turísticos.....	31
5.2. Turismo Experiencial en la Región o municipios aledaños	32
5.2.1 <i>Ruta de los Comuneros</i>	32

5.3.	Análisis del Estado Actual del Turismo en San Gil, Santander	37
5.3.1.	<i>Prestadores Turísticos de San Gil, Santander</i>	38
5.4.	Potencialidades de Cada Municipio a Explorar	39
6.	Metodología	42
6.1.	Tipo de Investigación	43
6.2.	Estudio de la Muestra	44
6.3.	Descripción de Herramienta de Recolección de Datos	46
6.3.1.	<i>Rol del Investigador</i>	47
6.3.2.	<i>Ética de la Investigación</i>	48
6.3.3.	<i>Consentimiento de la investigación</i>	48
7.	Resultados	49
7.1.	Tabulación de la encuesta aplicada	50
7.1.	Análisis de Satisfacción de Lugares Visitados en San Gil Santander	64
7.2	Percepción Acerca de la idea de Implementar Una Nueva Tipología de Turismo Experiencial en el Municipio.	65
7.3.	Experiencias Deseadas Por el Turista y Aceptación de la Nueva Tipología de Turismo	65
7.4.	Análisis de Destinos Preferidos por la Población Frente a los Municipios	67
7.5.	Análisis a Nueva Tipología de Turismo en San Gil y la Región	68
7.6.	Análisis Socioeconómico de la Población Encuestada	69
7.7.	Inversión del Turista en Alojamiento Para Una Nueva Experiencia Turística	70
7.8.	Conclusiones de Resultados	72
8.	Discusión	73
8.1.	Desafíos y Limitaciones	75
8.2.	Implicaciones y Recomendaciones	75

9. Conclusión.....76

Referencias bibliografía78

Lista de Tablas

Tabla 1: Prestadores turísticos de San Gil	38
Tabla 2: Potencialidades de Cada Municipio a Explorar	39
Tabla 3: Elaboración de metodología para el proyecto de investigación	42
Tabla 4: Demografía de participantes.....	49
Tabla 5: Satisfacción de sitios visitados en San Gil	64
Tabla 6: Percepción ante nueva idea de servicio turístico para San Gil.....	65
Tabla 7: Experiencias nuevas en el destino	65
Tabla 8: Preferencias de municipios a conocer	67
Tabla 9: Análisis Socioeconómico de la Población Encuestada	69
Tabla 10: Precio que están dispuestos a pagar los turistas por alojamiento en Trip Monkey del Río	71

Tabla de Figuras

Figura 1: Experiencia de los visitantes sobre el destino de San Gil.....	18
Figura 2: Ubicación del municipio de San Gil, Santander	30
Figura 3: Revolución de los comuneros	33
Figura 4: Tramo de ruta de los comuneros Charalá-Socorro	34
Figura 5: Tramo de ruta de los comuneros Socorro-Confines	35
Figura 6: Tramo de ruta de los comuneros Oiba-Confines	36
Figura 7: Género de las personas	51
Figura 8: Edad de las personas	51
Figura 9: País de origen de las personas.....	52
Figura 10: Ciudad de origen de las personas.....	53
Figura 11: Motivos de viaje a San Gil de las personas.....	53
Figura 12: Forma de viajar de las personas.....	54
Figura 13: Frecuencia de viaje de las personas a San Gil	55
Figura 14: Medio por el cual las personas se enteraron de San Gil Santander	55
Figura 15: ¿Qué fue lo que más les gusto a las personas de San Gil?.....	56
Figura 16: ¿Que le gustaría conocer a las personas de San Gil y la Región?	57
Figura 17: ¿Volverían a San Gil las personas?	57
Figura 18: Respuestas Acerca del por qué no regresarían a San Gil las personas	58
Figura 19: Que les gustaría encontrar a las personas en su próxima visita a San Gil	59
Figura 20: ¿Porque no le gustaría vivir nuevas experiencias en San Gil y la Región?	59
Figura 21: Diferentes Tipo de Experiencias que encontrarían las personas en San Gil	60

Figura 22: Que interés de que en su hotel tuviera la oportunidad de adquirir un paquete Turístico para conocer la región desde la gastronomía, cultura e historia.....	61
Figura 23: Que municipio de la región quieren conocer las personas más afondo de su cultura....	61
Figura 24: Opinión respecto no solo promocionar a San Gil como un destino de Turismo de Aventura si no como un destino de Turismo con Características experienciales	62
Figura 25: Nivel Socioeconómico de las personas.....	63
Figura 26: Valor que están dispuestas a pagar las personas por hospedaje en un hotel donde le permita vivir experiencias culturales de la región.....	63
Figura 27: Interés por realizar nuevas experiencias en la región	66
Figura 28: Aspectos a vivenciar en la nueva tipología de Turismo.....	68
Figura 29: Percepciones de lo que se quieren encontrar en las próximas visitas a San gil.....	73

Tabla de Apéndices

Apendice A: Encuesta Aplicada81

Apendice B: Encuesta aplicada en Ingles85

RESUMEN

TÍTULO: Turismo Experiencial para el Hotel Trip Monkey del Río

AUTOR: César Fernando Colmenares Rodríguez

PALABRAS CLAVES: Turismo, Hotel, Turismo Experiencial, Sostenibilidad Turística y Tours.

DESCRIPCIÓN:

La propuesta se centra en analizar la percepción de los turistas hospedados en el hotel Trip Monkey Del Río respecto a actividades turísticas experienciales, con el objetivo de promover este tipo de turismo en la región. Se busca evaluar la viabilidad de implementar un turismo experiencial en el hotel, considerando las percepciones actuales de los turistas, y ofrecer una oferta turística dinámica en San Gil y sus alrededores. El hotel pretende ofrecer un servicio de alojamiento único que permita a los turistas conocer la región a través de dinámicas que destaquen su historia, gastronomía y cultura. Se realizará un estudio de mercado para identificar la oferta y demanda hotelera, estableciendo el grado de satisfacción y la posible acogida de los turistas. La información se recopilará mediante investigación cualitativa, utilizando diversas herramientas de recolección de datos para interpretar y validar el proyecto.

Abstract

TITLE: Experiential Tourism for the Trip Monkey Hotel in Rio

AUTHOR: César Fernando Colmenares Rodríguez

KEYWORDS: Tourism, Hotel, Experiential Tourism, Tourism Sustainability and tours.

DESCRIPTION:

The proposal focuses on analyzing the perception of tourists staying at the Trip Monkey Del Río hotel regarding experiential tourism activities, with the aim of promoting this type of tourism in the region. The aim is to evaluate the feasibility of implementing experiential tourism at the hotel, considering the current perceptions of tourists, and to offer a dynamic tourist offer in San Gil and its surroundings. The hotel aims to offer a unique accommodation service that allows tourists to get to know the region through dynamics that highlight its history, gastronomy and culture. A market study will be carried out to identify the hotel supply and demand, establishing the degree of satisfaction and the possible reception of tourists. The information will be collected through qualitative research, using various data collection tools to interpret and validate the project.

Introducción

El presente proyecto de investigación, titulado “Turismo experiencial para el hotel Trip Monkey del Río a través de la percepción de los turistas”, tiene como objetivo llevar a cabo un análisis que permita evaluar la viabilidad de implementar una propuesta de turismo experiencial desde el hotel Trip Monkey del Río, y proporcionar una nueva perspectiva a esta tendencia de turismo que ha ganado gran impulso en el país y en el mundo en los últimos años. La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha logrado estandarizar esta tipología de turismo, creando nuevos proyectos que permiten ver estas actividades turísticas como un motor esencial para el crecimiento económico y social de una comunidad (Cabanilla, 2018).

En este contexto, la importancia de implementar esta característica de turismo experiencial en el municipio de San Gil, desde el hotel Trip Monkey del Río, surge de la necesidad de diversificar los procesos turísticos en la región, más allá del turismo de aventura, y de fortalecer otras actividades de turismo para ofrecer a los turistas una variedad de experiencias, en municipios cercanos como Barichara, Curití, El Páramo y El Valle de San José, con el fin de posicionar a la región como un destino líder en esta nueva tendencia de turismo.

Como resultado de esta investigación, se pretende visualizar de una manera distinta las formas de vivir experiencias turísticas significativas en la provincia de Guanentá, con el objetivo de aumentar el reconocimiento de la cultura, gastronomía, historia y religión de los distintos municipios de la provincia. Cada uno de ellos posee características únicas que, pueden ser resaltadas y promovidas, permitiendo a los turistas conocer y disfrutar de los saberes tradicionales y aprender sobre la importancia de la identidad cultural de la región.

1. Resumen de la propuesta

El enfoque de esta propuesta se encuentra en el análisis sobre el gusto y la tendencia de viaje por medio de la percepción de los turistas que se hospedan en el hotel Trip Monkey Del Río para identificar la percepción que tienen acerca de actividades enfocadas a un turismo con características experienciales y poder promoverlo en el mercado de la región. El objetivo principal de la investigación es revisar la viabilidad de una futura propuesta para implementar un turismo Experiencial en el hotel Trip Monkey del Río teniendo en cuenta las percepciones actuales de los turistas que llegan al hotel, para buscar una oferta turística dinámica en el municipio de San Gil y sus alrededores.

Así mismo, se busca ofrecer a los turistas un servicio de alojamiento totalmente diferente donde el hotel les permita conocer a la región a través de dinámicas diferentes las cuales buscan el reconocimiento de los municipios más aledaños a San Gil, se resaltarán su historia, gastronomía y cultura, ofreciéndole al turista diferentes saberes y conocimientos ancestrales. Se elaborará un estudio de mercados para identificar la oferta y demanda hotelera estableciendo el grado de satisfacción y posible acogida de los turistas. La información se recopilará por medio de la investigación cualitativa, usando distintas herramientas de recolección de datos las cuales servirán de muestra para interpretación en campo y validación del proyecto.

Palabras Claves: Turismo, Hotel, Turismo Experiencial, Sostenibilidad Turística y Tours.

2. Planteamiento del Problema

El turismo se ha transformado los últimos años en una industria apoyada por la globalización y ha llegado a unir a la mayoría de las economías capitalistas del planeta (Secall, 2003).

En el mundo actual los turistas son cada vez más exigentes, por ello es que los servicios turísticos, establecimientos de hospedaje y especialmente los hoteles deben adaptarse cada vez más rápido a las nuevas exigencias de los consumidores, y especializarse en determinados nichos de mercado (Orozco, 2021).

El sector hotelero es muy importante en el turismo y ha presentado un constante crecimiento a nivel mundial como consecuencia de la internacionalización del sector. Gran parte del éxito se debe a la globalización derivada de la elevada demanda de servicios de transporte y hospedaje, así como el crecimiento económico, los cambios legales y políticos, la eficiencia de los medios de transporte y de las telecomunicaciones, en su mayoría, a los avances tecnológicos que han permitido que el sector hotelero se haya desarrollado de manera importante (Pérez, 2016).

Colombia es el país latinoamericano con mayor dinamismo en el desarrollo turístico y uno de los más destacados en el mundo por el creciente número de llegadas de viajeros durante los últimos años según Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (2022). Teniendo en cuenta las cifras publicadas por la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (2022), el proceso de recuperación económica del sector turístico y hotelero en Colombia presentó una mayor dinámica para el mes de diciembre del año 2022 respecto al mismo periodo en el año 2019 con 59,58% de ocupación, lo que implica un aumento del 4,13 p.p. (Punto

porcentual). En promedio durante todo el año 2022 se observó una variación positiva del 4,42 p.p. siendo los meses de abril y julio los que más crecieron respecto al 2019.

Como resultado a esto, el año 2022 termina con indicadores turísticos positivos con una tasa de ocupación del 61,38% y una tarifa promedio real inmejorable, la cual creció en tan solo 1,1% respecto al año 2019, a pesar de la presión inflacionista más alta de los últimos 20 años. Esto muestra una apuesta por mejorar la competitividad y ofrecer mejores alternativas tanto a turistas nacionales como internacionales (Asociación Hotelera y Turística de Colombia, 2022).

Referente a lo anterior, el departamento de Santander es un eje potencial turístico del país y se resalta por su competitividad turística, contando con 221 establecimientos dedicados a la actividad económica de alojamiento. Según el boletín de prensa, el departamento de Santander tuvo una ocupación muy buena respecto a años anteriores alcanzando un 117% en la ocupación hotelera; esto, debido a que el departamento se ha destacado por posicionarse en el turismo de aventura y religioso, y por ser el segundo departamento más biodiverso del país (Santander, 2022). Según el jefe de prensa de la Gobernación de Santander del 2022, el objetivo de las entidades gubernamentales del territorio es trabajar mancomunadamente con empresas, agencias, tour-operadores y hoteles a trabajar para mejorar las condiciones del servicio y ofrecer entornos ideales a quienes disfrutan y visitan los paraísos terrenales de nuestro país (Santander, 2022).

Por su parte el municipio de San Gil, Santander tiene a su favor la amplia de la industria local, alrededor del municipio se encuentran: 223 prestadores turísticos, incluyendo 58 agencias, 48 restaurantes, 19 guías, entre otros (Alcaldía Municipal San Gil, 2020-2023). De igual forma, San Gil, capital turística de Santander, es el eje de desarrollo regional al oriente colombiano, siendo un territorio en desarrollo como destino turístico de preferencia en Colombia, en donde día a día se observa cómo crece la presencia de turistas extranjeros. En el municipio de San Gil en el 2020

estaban establecidos 139 establecimientos de alojamiento, de los cuales 69 eran hoteles que están en funcionamiento en toda la ciudad, y 2 de ellos están certificados con un enfoque sostenible, según Camara de Comercio de Bucaramanga (2020).

En el 2021 y 2022 se evidencia luego la creación de 16 hoteles legalmente constituidos que se encuentran en el Registro Nacional De Turismo (2022) sumando así un total de 88 hoteles en toda la ciudad de San Gil.

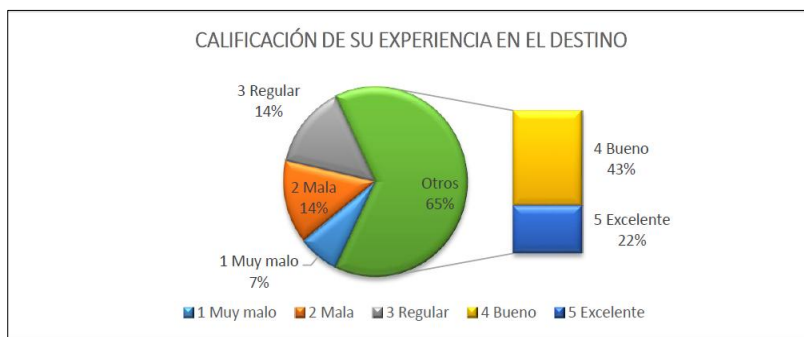
Al mismo tiempo, el municipio de San Gil cuenta con una oferta hotelera que cubre con la demanda turística que se presenta (Alcaldía Municipal San Gil, 2020-2023) según lo dice en su plan de desarrollo, pero según el análisis que hace Forero (2021) y el Instituto de Cultura y Turismo de San Gil (2022) en sus encuestas más recientes, se logra evidenciar, al evaluar la experiencia en el destino, que el 62% de los encuestados indica que es entre buena y excelente, 22% como regular y 16% entre mala/muy mala. Del mismo modo, el sector hotelero en el municipio de San Gil ha tenido un dinamismo muy positivo, pero podría mejorar sustancialmente si se trabaja mancomunadamente en un fortalecimiento del sector hotelero dando un aporte de valor a los servicios tradicionales que el sector aporta para ir más allá de brindar solo hospedaje a sus clientes (Asociación Hotelera y Turística de Colombia, 2022).

En un estudio realizado por la directora del Instituto de Cultura y Turismo, Lida Alexandra Forero Bernal, sobre la percepción de los turistas en relación con los servicios turísticos en el municipio de San Gil, se concluyó que, según los datos recolectados de una muestra visitantes, existe una escasez en la oferta de actividades culturales en la región. Además, se observó una falta de amabilidad por parte de los ciudadanos y los prestadores de servicios hacia los turistas (Forero, 2021).

Con base a la misma información, el turismo en San Gil está en la tarea de enfocarse desde una perspectiva innovadora e involucrarse y aprovechar el buen momento que vive el sector turístico en el mundo para insertarse en el mercado como un destino diferente, diverso, sostenible, responsable y de calidad que aporte un valor a las personas que lo visitan acorde con las tendencias de la demanda de la actividad. San Gil tiene una buena estructuración y diversificación de todos sus destinos turísticos según el plan de desarrollo municipal (Alcaldía Municipal San Gil, 2020-2023), sin embargo, se ha denotado una escasez en la profesionalización de personas involucradas en la industria lo cual afecta la percepción que han tenido los clientes frente a los prestadores turísticos y demás personas que hacen parte del sector, una falencia que no está alineada a los estándares del servicio que se debe prestar de manera profesional.

De acuerdo a las apreciaciones que se han venido mencionando en el proyecto, se puede señalar que no se ha logrado transmitir a los visitantes una experiencia totalmente satisfactoria que supere sus expectativas al momento de pernotar en el municipio de San Gil, así como la percepción que se tiene y se evidencia es las pocas muestras culturales, históricas, y tradiciones que prevalecen en el municipio; estos datos los evidencia Forero (2021) en su análisis de la percepción de los turistas al municipio de San Gil.

Figura 1: Experiencia de los visitantes sobre el destino de San Gil



Fuente: (Forero, 2021; Instituto de Cultura y Turismo de San Gil, 2022)

Estos resultados dejan un sin sabor en la prestación de los servicios turísticos que se llevan a cabo en el municipio de San Gil, catalogado como la capital turística de Santander. Es importante analizar estos aspectos de cultura y organización que nombra Forero (2021) en su estudio y plantear metas a largo y mediano plazo para mejorar en un alto nivel la percepción de los visitantes sobre el destino de San Gil y catalogarlo como un destino innovador que tiene presente todos los aspectos sostenibles de la actualidad como nicho del turismo hoy en día.

Es así como el sector hotelero de San Gil está en el momento de empezar a involucrarse con las nuevas tendencias de la hotelería. Según la opinión de (2022) en su estudio realizado dice: que la sostenibilidad es una de las tendencias en la que el turismo hoy en día se está enfocando y que se debe fortalecer radicalmente en la aplicación de acciones sostenibles en los establecimientos hoteleros; se incluyen el uso de productos locales en los restaurantes, el desarrollo de actividades recreativas y de educación ambiental para gestionar el buen manejo de recursos ambientales.

Esta tendencia es la que se pretende implementar en el municipio de San Gil para incentivar y promocionar los productos locales que según la entrevista realizada por TecnoHotel (2019) se basa en el uso de productos de los campesinos locales, mostrando todas sus costumbres y tradiciones del territorio. De esta forma también, se busca reducir la huella de carbono asociada a la compra también de productos orgánicos y ecológicos y el rescate de identidades de los territorios. Como consecuencia, se pretende despertar sensaciones en los huéspedes desde una nueva perspectiva de lo que es el alojamiento, capacitar al personal para que logre satisfacer todas las necesidades de los clientes, y se genere un alojamiento de alto confort y experiencia única. Del mismo modo, el compromiso con los huéspedes se ve reflejado en el éxito de las

prácticas sostenibles y más aún cuando los huéspedes se involucran y deciden hacer parte del proceso, logrando tener un crecimiento personal y social (TecnoHotel, 2019).

La idea principal de este proyecto se basa en el análisis de las percepciones que tienen los huéspedes que llegan al hotel, respecto a la oferta turística del municipio, para generar una alternativa de mejora con las nuevas tendencias del turismo y diferentes experiencias en las cuales se busca promocionar actividades culturales y tradicionales mediante la planeación de diferentes eventos donde se conozca pueblos de la región como: Barichara, Villanueva, Cabrera, Mogotes, Curití, Valle de San José, Páramo, Charalá, entre otros y toda esta información la podrán encontrar en el hotel Trip Monkey del Río. Además, se busca mejorar la amabilidad y calidad del servicio turístico a través de la capacitación del personal, y colaboración entre entidades por medio de alianzas estratégicas y el intercambio de experiencias con otras regiones. Esta iniciativa busca despertar en los visitantes un interés profundo por la cultura e historia de estos territorios, fomentando el reconocimiento y aprecio por sus características únicas y pretende motivar a los turistas que pernoctan en la región a explorar estos pueblos, contribuyendo así al desarrollo económico de las localidades con gran potencial turístico. Finalmente, esta estrategia apunta a diversificar la oferta turística en algunos municipios de Santander, respondiendo de esta manera a la pregunta problema que surge: **Desde el hotel Trip Monkey del Río, ¿Qué estrategias se pueden implementar para visibilizar la oferta turística basada en experiencias culturales del territorio y así satisfacer las expectativas de la mayoría de los visitantes?**

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Analizar las opiniones de los turistas alojados en el Hotel Trip Monkey del Río para implementar experiencias turísticas que resalten la cultura del territorio de San Gil y sus alrededores, promoviendo así un desarrollo turístico sostenible.

3.2. Objetivos Específicos

Identificar las preferencias y expectativas de los turistas alojados en el Hotel Trip Monkey del Río respecto a actividades turísticas experienciales.

Determinar los factores clave que influyen la demanda de programas de turismo experiencial entre los visitantes del hotel.

Plantear estrategias para la implementación de programas de turismo experiencial basadas en los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas.

4. Marco Conceptual

4.1. Turismo

La Comisión de Estadística de las Naciones Unidas (1994) aprobó en el año 1993 que el turismo comprende las actividades o prácticas que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares diferentes al de su entorno habitual, generando de esta manera una propuesta de valor en la vida de las personas incitándolas al conocimiento de nuevos idiomas, culturas, interactuando con distintas comunidades, adentrándose a sus diferentes tradiciones y descubriendo sus religiones y gastronomías, todo esto por un período de tiempo que no es estipulado (Huéscar, 1993).

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) el turismo abarca un conjunto de actividades de ocio que generalmente repercuten un beneficio económico a las ciudades o territorios que las ejecutan. También es entendido como un fenómeno cultural, social y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales generando en si una pernoctación a estos territorios y un valor importante para el desarrollo económico de las regiones (Turismo, 2008).

De los anteriores planteamientos se deduce que el turismo es una actividad económica que genera variados tipos de retribuciones económicas a cambio de actividades que impulsen a personas a salir de su zona de confort complementando las expectativas de quienes buscan adentrarse a un ambiente totalmente diferente al cotidiano. El turismo es un sector que genera relaciones económicas, humanas, ecológicas, jurídicas, entre otras (Escuela Universitaria De turismo De Murcia, 2012).

4.2. Hotel

De acuerdo al glosario de términos de servicios turísticos de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2022) se determina que un hotel es un establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en habitaciones y otro tipo de unidades habitacionales en menor cantidad, privadas, en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo y con entrada de uso exclusivo. Disponen además como mínimo del servicio de recepción, servicio de desayuno, salón de estar para la permanencia de los huéspedes, bar, restaurantes, y casinos; esto para hoteles más catalogados sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Los hoteles además de ser un establecimiento de alojamiento, también ofrecen muchas veces espacios de entretenimiento como juegos de mesa, piscinas, prácticas de deportes de pelota, zonas de juegos infantiles, gimnasios, restaurantes, bares, entre otros. Por otra parte, el hotel se describe como un establecimiento cómodo que proporciona a visitantes alojamiento con servicios de alimentación, entretenimiento, descanso, distracción y recarga mental a sus cuerpos (Marrero, 2016).

4.3. Turismo Experiencial

El turismo experiencial es una modalidad turística centrada en ofrecer a los viajeros experiencias auténticas y significativas que van más allá de simples visitas turísticas (Gilmore, 1999). Se basa en la idea de que los turistas buscan vivir momentos únicos, emocionantes e inolvidables durante sus viajes, en lugar de simplemente observar o visitar lugares.

En el turismo experiencial, se prioriza la inmersión en la cultura local, la interacción con la comunidad y la participación en actividades que permitan a los viajeros conectar de manera genuina con el entorno y las personas que lo habitan. Esto puede incluir experiencias como

aprender a cocinar platos típicos, participar en festivales locales, realizar actividades artesanales, practicar deportes de aventura o realizar voluntariado en proyectos comunitarios.

La clave del turismo experiencial radica en crear momentos memorables y emocionantes para los turistas, que les permitan enriquecer su viaje a nivel personal y emocional. Como señala Gilmore (1999), en esta modalidad turística se busca ofrecer experiencias sensoriales, emocionales e intelectuales que dejen una huella duradera en la memoria del viajero.

El turismo experiencial en Colombia ha evolucionado significativamente, centrándose en ofrecer experiencias auténticas y únicas que conectan a los turistas con la cultura, historia y naturaleza del país (MiTIC, 2022).

Uno de los factores clave en el desarrollo del turismo experiencial en Colombia ha sido la colaboración con comunidades locales para crear ofertas turísticas que no solo benefician a los visitantes, sino que también promueven el desarrollo sostenible y el bienestar de las comunidades anfitrionas. Un ejemplo destacado es la iniciativa "Redescubra el país con estas 20 experiencias de turismo" (Visible, 2023) que incluye actividades como la ruta cafetera en Algeciras, Huila, donde los turistas pueden aprender sobre el cultivo y la historia del café, así como la historia del conflicto armado en la región narrada por sus propios protagonistas.

El desarrollo del turismo experiencial en la provincia Guanentá de Santander, Colombia, ha experimentado un notable avance gracias a la combinación de recursos naturales, culturales y la activa participación de las comunidades locales. Este tipo de turismo se ha enfocado en proporcionar experiencias auténticas y sostenibles, beneficiando directamente a los residentes locales y promoviendo la conservación del entorno.

4.4. Turismo Comunitario

El turismo comunitario es una forma de turismo que se enfoca en el desarrollo sostenible de las comunidades locales, donde los residentes participan activamente en la planificación, operación y beneficios económicos del turismo en su área (Turismo, 2008). Se basa en la idea de que las comunidades locales son los guardianes de su patrimonio cultural, natural y social, y que el turismo puede ser una herramienta poderosa para el empoderamiento y el desarrollo local.

En el turismo comunitario, las comunidades son quienes definen y controlan las actividades turísticas, promoviendo la conservación de su patrimonio y el respeto por su cultura y tradiciones. Esto puede implicar la creación de servicios turísticos gestionados por la comunidad, como alojamientos, guías turísticos, restaurantes y artesanías, que reflejen la identidad local y generen ingresos para la población local.

Además de los aspectos económicos, el turismo comunitario busca fomentar el intercambio cultural y el entendimiento mutuo entre los visitantes y los residentes locales. Esto se logra a través de experiencias auténticas y de contacto directo con la vida cotidiana de la comunidad, como la participación en actividades agrícolas, artesanales, ceremonias tradicionales, entre otras.

En resumen, el turismo comunitario es una forma de turismo que promueve la participación activa de las comunidades locales en la gestión y beneficios del turismo, respetando su cultura, tradiciones y medio ambiente, y contribuyendo al desarrollo económico y social sostenible de las comunidades (Villavicencio, 2016).

4.5.Sostenibilidad Turística

La sostenibilidad turística se refiere a la capacidad de la actividad turística para mantenerse a largo plazo sin comprometer los recursos naturales, culturales y sociales de un destino. Implica equilibrar los aspectos económicos, medioambientales y socioculturales del turismo para garantizar que las generaciones futuras puedan disfrutar de los mismos recursos que las actuales (Molero, 2020). Desde una perspectiva medioambiental, la sostenibilidad turística implica minimizar el impacto negativo del turismo en los ecosistemas locales, promoviendo prácticas de turismo responsable que conserven la biodiversidad, protejan los recursos naturales y reduzcan la contaminación.

En el ámbito sociocultural, la sostenibilidad turística busca respetar y preservar la cultura, las tradiciones y el patrimonio de las comunidades locales, promoviendo el turismo culturalmente sensible que fomente el intercambio educativo, y evitando la explotación de las comunidades y el turismo masivo que puedan causar la pérdida de identidad que caracteriza una región y el desplazamiento de las poblaciones locales.

Desde una perspectiva económica, la sostenibilidad turística implica garantizar que los beneficios económicos del turismo se distribuyan equitativamente entre todas las partes interesadas, incluidas las comunidades locales, y que contribuyan al desarrollo económico y al alivio de la pobreza en los destinos turísticos.

En resumen, la sostenibilidad turística se refiere a la capacidad de la actividad turística para satisfacer las necesidades actuales de los turistas y de las comunidades locales, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, preservando los recursos naturales, culturales y sociales del destino (Molero, 2020).

4.6. Deportes de Aventura

Los deportes de aventura son actividades físicas que se llevan a cabo en entornos naturales y que implican una combinación de esfuerzo físico, destreza técnica y contacto con la naturaleza. Estos deportes se caracterizan por su énfasis en la exploración y la interacción con el medio ambiente, ofreciendo experiencias únicas y a menudo desafiantes que pueden variar desde lo moderadamente exigente hasta lo extremadamente riguroso. (Ministerio de Comercio, 2022).

Según el académico R. Buckley, en su libro *Adventure Tourism* (2006), los deportes de aventura se definen como aquellas actividades que "involucran un nivel significativo de riesgo y desafío físico, a menudo en entornos naturales". Estos deportes no solo requieren habilidades físicas, sino también técnicas específicas y un conocimiento profundo del entorno en el que se practican.

4.7. Tours

El concepto de "tour" se refiere a un viaje organizado que tiene como objetivo principal la visita y exploración de diferentes lugares de interés, ya sea dentro de una región específica, un país o incluso a nivel internacional. Este término se utiliza comúnmente en la industria del turismo para describir programas o itinerarios diseñados para proporcionar a los participantes una experiencia completa y estructurada de viaje (Moreno, 2010).

Según el autor Ritchie (2003), un tour se define como "una secuencia de actividades que involucran el desplazamiento de personas de un lugar a otro con el fin de visitar, conocer o experimentar aspectos específicos de esos lugares". Los tours pueden variar en duración, temática, nivel de comodidad y tipo de experiencia que ofrecen. Algunos ejemplos comunes de tours incluyen:

4.7.1. City tour: Un recorrido por una ciudad que incluye visitas a sitios turísticos importantes, como monumentos históricos, museos, parques y otros lugares de interés cultural.

4.7.2. Tour de naturaleza: Un viaje que se centra en explorar entornos naturales como parques nacionales, reservas naturales, selvas, montañas o playas, con el objetivo de observar la flora y fauna locales y disfrutar de actividades al aire libre.

4.7.3. Tour gastronómico: Un recorrido que destaca la gastronomía local de una región, incluyendo visitas a mercados, restaurantes tradicionales, viñedos, fábricas de alimentos o clases de cocina.

4.7.4. Tour de aventura: Un viaje emocionante que involucra actividades al aire libre y deportes de aventura, como senderismo, rafting, rappel, escalada, paracaidismo, entre otros.

En resumen, un tour es una experiencia planificada de viaje que ofrece a los participantes la oportunidad de explorar y disfrutar de los aspectos más destacados de un destino específico, guiados por expertos locales o guías turísticos (Moreno, 2010).

4.8. Tour Cultural

Según Pearce (1995), un tour cultural se caracteriza por su enfoque en "la experiencia de viajar a destinos que poseen una riqueza de patrimonio cultural y sitios de interés histórico y artístico". Estos tours suelen incluir visitas a museos, sitios arqueológicos, monumentos históricos, iglesias, galerías de arte, festivales culturales y eventos tradicionales.

Los participantes de un tour cultural tienen la oportunidad de adquirir conocimientos sobre la historia y la cultura de la región visitada, interactuar con la comunidad local y apreciar la

diversidad cultural a través de experiencias auténticas. Los guías turísticos especializados proporcionan información detallada sobre los sitios visitados, compartiendo conocimientos sobre su importancia cultural y contexto histórico.

Este tipo de tour es especialmente valorado por los viajeros interesados en la exploración cultural y el enriquecimiento personal, ya que les permite profundizar en su comprensión de diversas culturas y tradiciones. Además, los tours culturales contribuyen al desarrollo sostenible de las comunidades locales, promoviendo la conservación del patrimonio cultural y generando oportunidades económicas para los residentes. En resumen, un tour cultural ofrece una experiencia enriquecedora que permite a los participantes explorar la diversidad cultural de un destino, profundizar en su historia y tradiciones, y conectarse con la comunidad local, todo ello en un entorno educativo y estimulante (Pearce, 1995).

5. Contexto General

San Gil se encuentra ubicada a 96 kilómetros de Bucaramanga, capital del Departamento de Santander y a 327 kilómetros de la capital de la República, Bogotá. Respecto al paralelo del Ecuador y Meridiano de Greenwich, la cabecera municipal está localizada a 6° 33' de latitud norte y a 73° 8' de longitud occidental. Es la capital de la provincia de Guanentá y tiene un área de 147,63 kilómetros cuadrados equivalentes a 14.700 hectáreas (Sistema de Información Geográfica SIG – CAS, 2019). El municipio se encuentra a una altura de 1.114 m.s.n.m. y posee una temperatura promedio de 24°C, una máxima de 32°C y una mínima de 16°C (Alcaldía Municipal San Gil, 2020-2023).

Figura 2: Ubicación del municipio de San Gil, Santander



Fuente: Plan de desarrollo san Gil 2020-2023

Fue fundado el 17 de marzo de 1689. Su historia está marcada por el comercio, el cultivo del tabaco y la ganadería. El municipio de San Gil ha experimentado grandes transformaciones urbanísticas en los últimos años, con la construcción de nuevas vías, condominios y urbanizaciones campestres.

El municipio de San Gil (Mochuelo y Guarigua) pertenecía a Vélez y a la parroquia de Guane, habitada por los indios Guanes. El 6 de mayo de 1688 se hizo la primera petición formal para segregar estos terrenos y fundar una villa. Francisco Díaz Sarmiento y luego Leonardo Currea de Betancur gestionaron este proceso, enfrentando varias dificultades y resistencia del cabildo de Vélez.

El 17 de marzo de 1689, don Gil de Cabrera y Dávalos aceptó las capitulaciones, dejando abierta la posibilidad de ratificar la fundación. Finalmente, el 11 de mayo de 1689, la Real Audiencia confirmó la segregación de los terrenos para crear la villa, tras la aprobación del asesor jurídico Antonio de la Lana y Geusa. El 27 de octubre de 1694, el rey de España ratificó la

fundación y otorgó el título de "Villa" y su escudo de armas, recibido por Currea de Betancur el 12 de diciembre de 1696 en Santa Fe de Bogotá. (Alcaldía Municipal San Gil, 2020-2023)

5.1. Antecedentes Turísticos

El turismo constituye uno de los pilares fundamentales de la economía en San Gil. A finales de los años 1980, la apertura de la Troncal de la Paz generó expectativas de que este nuevo corredor vial podría representar una amenaza para la economía regional. Ante esta situación, algunos líderes, analizando las fortalezas ambientales e históricas de la región y las tendencias del turismo a nivel mundial, identificaron el potencial de San Gil para convertirse en un destino turístico (Camara De Comercio De Bucaramanga, 2020). Desde el principio, se propusieron diversas líneas de trabajo: turismo ecológico, turismo de pueblos coloniales y turismo de aventura. En colaboración con varias instituciones y empresarios locales, como Unisangil, la Cámara de Comercio de Bucaramanga y PROSANTANDER, se creó la primera empresa de canotaje con la asesoría de una empresa costarricense. Esta empresa, fundada a finales de los años 1990, marcó el inicio de muchas otras que se especializaron en ofrecer opciones de turismo de aventura, una línea que se ha destacado significativamente (Camara de comercio de Bucaramanga , 2020).

Desde entonces, la variedad de actividades turísticas y el número de visitantes tanto nacionales como internacionales han ido en aumento, al igual que la relevancia del turismo para el desarrollo sostenible local. Aunque no se dispone de estadísticas específicas sobre la magnitud de la industria en el municipio, es importante señalar que, según el índice de competitividad turística de 2019, el turismo representa el 2.68% del PIB y el 8.3% del empleo en el departamento de Santander (SiTUR, 2019).

El Plan de Desarrollo (2020-2023), en su artículo 12 sobre Gerencia Económica para la competitividad con enfoque de región, estableció el siguiente objetivo gerencial para mejorar el desarrollo competitivo de los principales pilares de la economía en San Gil, Santander:

Ofrecer alternativas para el desarrollo económico que permita a los empresarios agropecuarios, turísticos e industriales, así como los artesanos, comerciantes y prestadores de servicios, fortalecer la competitividad de la región a través de la implementación de TIC, negocios verdes, desarrollo de investigación e innovación, sustentado en el reconocimiento y valoración del territorio, todo lo anterior fortalecido con estrategias de movilidad terrestre y aéreas para la región. (p.108) (Alcaldía Municipal San Gil, 2020-2023).

5.2. Turismo Experiencial en la Región o municipios aledaños

5.2.1 Ruta de los Comuneros

La ruta de los comuneros es una red de caminos que conecta diferentes municipios del departamento de Santander, busca rescatar la historia, las costumbres y las tradiciones que se generaron desde la época de la Colonia. En estos caminos se encontrará riqueza natural y cultural. (Fundacion Socorranos en Accion, Camara de comercio de Bucaramanga y Universidad Industrial de Santander, 2023)

En este trabajo nos enfocaremos en los tramos de: Charalá-Socorro, Socorro-Confines, Confines-Oiba, Oiba-Guadalupe. El recorrido parte del Socorro con el fin de conmemorar la Rebelión de los Comuneros. Este hecho fue un levantamiento armado que estalló en 1781, con Manuela Beltrán rompiendo el edicto en el que se hablaba del aumento de los impuestos a las

élites criollas y de acabar con los resguardos indígenas, con el fin de que la Corona se quedara con las tierras (2023).

Figura 3: Revolución de los comuneros



Fuente: Foto de biblioteca Nacional

Con este recorrido se busca revivir la historia de los territorios que fueron referentes en los movimientos independentistas, dentro de las cuales se enseña sobre la historia comunera de Colombia a través del patrimonio, la tradición y documentación histórica, y los senderos que se recorrieron en la época, (Visible, 2023). Esta ruta inicia en Charalá y recorre municipios como Socorro, Confines, Oiba, Guadalupe y San José de Suaita, entre otros; en los que se visitan lugares históricos como plazas, museos y monumentos que hacen referencia a la lucha de los comuneros.

Descripción de las rutas

Charalá-Socorro: Ruta del Pienta:

La ruta del Pienta es una recopilación del potencial patrimonial e histórico que se recuenta en todas las hazañas que se llevaron a cabo en municipio de Charalá y que llevo a una gran

revolución de fuerzas comuneras a levantarse sobre el régimen opresor y levantar la mano en símbolo de dignidad.

Figura 4: Tramo de ruta de los comuneros Charalá-Socorro



Fuente: Rescatando los caminos históricos, ruta de los comuneros.

Experiencias que se encuentran dentro del camino:

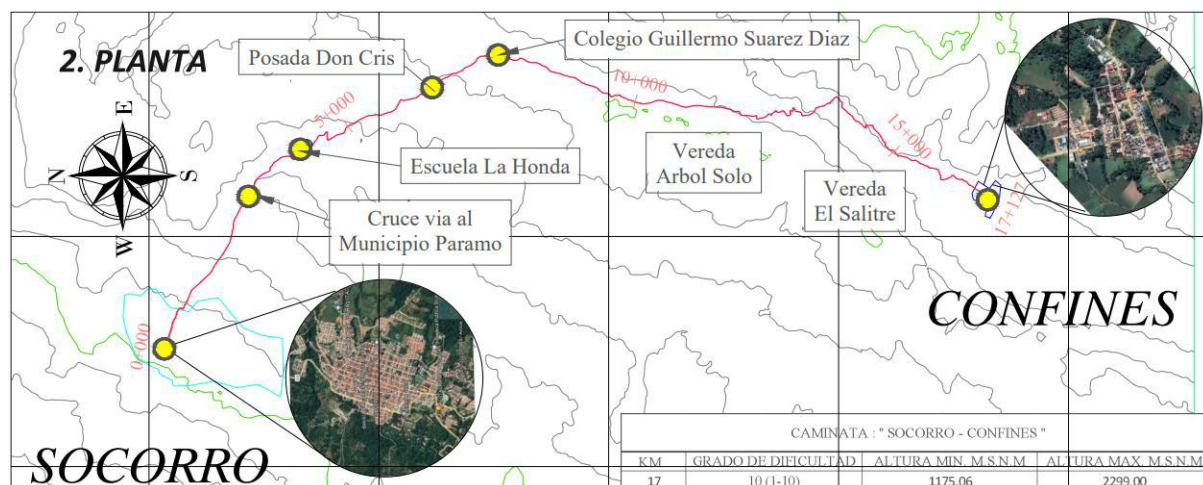
- Vino diamante rojo: la atracción central será la del vino diamante rojo donde el turista tendrá la posibilidad de catar los mejores vinos, conocer todo el proceso de elaboración desde su recolección hasta su añejamiento en barriles de madera y también de disfrutar un delicioso almuerzo con una copa de vino.
- Pozo Paila: podremos observar la diferente flora y fauna presente en el lugar y como este recurso hídrico abastece a gran población del municipio del páramo con el agua potable.

Ruta el Socorro-Confines

Este camino trata de descubrir la historia de nuestra independencia a través de los sentidos, teniendo como protagonistas los colores y sabores que hacen parte de la identidad

santandereana. Consta de un recorrido por el centro histórico del municipio de Socorro, se realizan dos rutas, una que recorre el centro histórico conocida como el Paseo de la Independencia, y la otra que señala el camino hacia el municipio de Confines.

Figura 5: Tramo de ruta de los comuneros Socorro-Confines



Fuente: Rescatando los caminos históricos, ruta de los comuneros.

Experiencias que se encuentran en la ruta:

- Recorrido por el centro histórico del municipio del Socorro.
- Cata organoléptica de cacao y café.
- Visita a finca cacaotera.
- Taller de pintura.
- Actos culturales

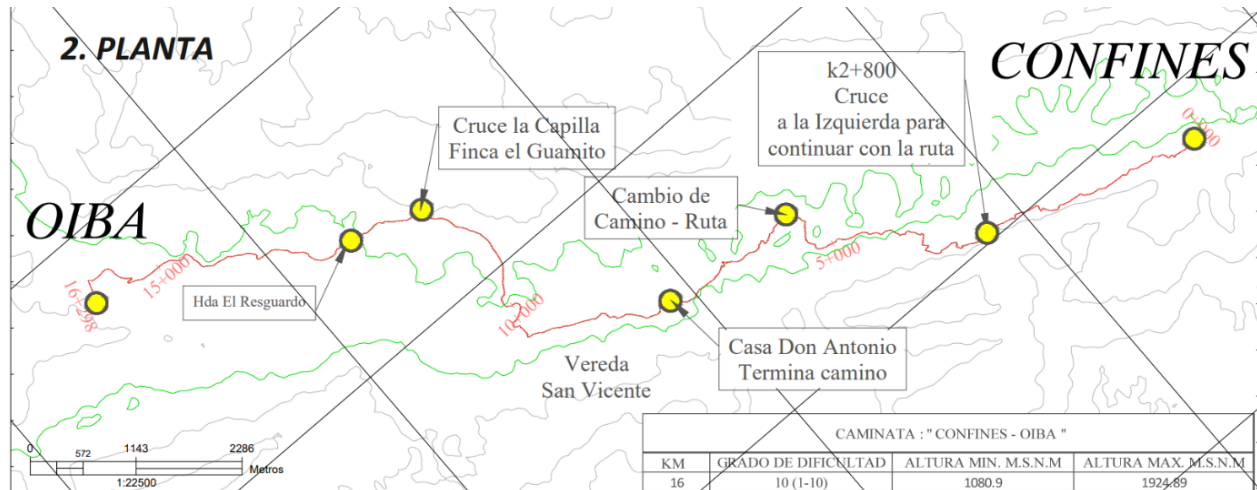
Ruta Confines-Oiba

La ruta refleja la historia, la cultura, las costumbres y las tradiciones de este territorio.

Representa la riqueza natural que contiene en su territorio. Esta es una ruta que está diseñada para personas que buscan contacto con la naturaleza y con lugares que cuentan una historia, dentro de

la ruta Comunera podrás encontrar actividades como lo son: avistamiento de aves, experiencias gastronómicas, actos culturales, deportes de aventura entre otras tantas experiencias.

Figura 6: Tramo de ruta de los comuneros Oiba-Confines



Fuente: Rescatando los caminos históricos, ruta de los comuneros.

Experiencias que se encuentran en la ruta:

- Finca el Rubí
- Toboganes Naturales
- Parque Principal Municipio De Confines
- Iglesia Nuestra Señora De La Chiquinquirá
- Quebrada la Guayacana
- Puente San Cayetano
- Cementerio Indígena
- Cascadas de barro blanco Cueva del tigre
- Cueva ojo de agua
- Pozo negro
- Balneario

- Pozo del avión
- Camino real antiguo la circasia
- Reserva forestal

5.3. Análisis del Estado Actual del Turismo en San Gil, Santander

La teoría del ciclo de vida de Richard Butler (2019) examina la evolución de un destino turístico a lo largo del tiempo, teniendo en cuenta su capacidad para satisfacer las demandas de los visitantes mientras se protegen los recursos turísticos. Según esta teoría, los destinos atraviesan varias etapas dinámicas. Primero, la fase de exploración, en la que el destino recibe a sus primeros visitantes. Esto es seguido por la fase de implicación, durante la cual los sectores público y privado comienzan a desarrollar la infraestructura turística necesaria. A continuación, se presenta la fase de desarrollo, en la que la oferta turística se diversifica y el destino gana reconocimiento. Finalmente, se alcanza la fase de consolidación, en la cual el destino está bien posicionado, pero empieza a enfrentar dificultades en su gestión, lo que eventualmente puede llevar a un estancamiento. (Alcaldía Municipal San Gil, 2020-2023).

El análisis de la evolución del turismo en San Gil revela que este destino ha alcanzado una madurez notable, liderando el turismo de aventura en Colombia desde los años 90. (Instituto de Cultura Y Turismo San Gil, 2019). Ha experimentado un desarrollo sostenido en términos de oferta y demanda, pero ahora enfrenta desafíos relacionados con su consolidación y sostenibilidad.

Para abordar estos desafíos, se proponen diversas recomendaciones. En primer lugar, se sugiere fortalecer la institucionalidad local para impulsar la gestión sostenible del turismo, coordinarse con autoridades regionales y nacionales, y buscar recursos para mejorar la

competitividad del destino. También es crucial alinear la planificación local con los planes nacionales y departamentales de desarrollo turístico, así como fortalecer el diálogo entre el gobierno local, el sector privado, la academia y la sociedad civil. Además, se recomienda mejorar la recopilación y análisis de estadísticas turísticas locales, garantizar estándares de seguridad y mejorar la conectividad del municipio. Se hace el llamado a fortalecer la cooperación con entidades regionales, nacionales e internacionales para intercambiar información y buenas prácticas, y promover la conservación de recursos naturales como el río Fonce y el Parque El Gallineral (Instituto de Cultura y Turismo de San Gil, 2022).

En el ámbito económico y social, se propone impulsar el turismo como motor del desarrollo local, aumentar la profesionalización de la industria, diversificar la oferta turística y promover la colaboración con municipios vecinos (MiTIC, 2022).

Estos desafíos requieren acciones concretas por parte de la Administración Municipal, como impulsar la planificación turística, fortalecer la gestión sostenible del turismo y mejorar la comunicación y promoción del destino. Con estas medidas, San Gil puede consolidarse como un destino turístico sostenible de nivel global (Alcaldía Municipal San Gil, 2020-2023).

5.3.1. Prestadores Turísticos de San Gil, Santander

Además de sus atractivos turísticos, el municipio tiene a su favor la amplia experiencia de la industria local, dentro de la cual se encuentran alrededor de 223 prestadores turísticos, incluyendo 139 establecimientos de alojamiento, 58 agencias, 48 restaurantes, 19 guías, entre otros (ver Tabla 1).

Tabla 1: Prestadores turísticos de San Gil




Tipo de prestador	No. De prestadores
Agencia de viajes mayoristas	1
Agencias de viajes operadoras	39

Agencias de viajes y de turismo	18
Guías de turismo	19
Albergues	4
Aparta hoteles	1
Apartamentos turísticos	10
Hostales	21
Hoteles	69
Fincas turísticas (alojamiento rural)	15
Otros tipos de hospedaje turístico	19
Oficina de representación turístico	2
Concesionarios de servicios turísticos en parque	1
Parques temáticos	1
Restaurantes	48
Transporte terrestre automotor especial	3
TOTAL GENERAL	223

Fuente: Instituto de cultura y turismo de San Gil con datos de cámara de comercio de Bucaramanga.

5.4. Potencialidades de Cada Municipio a Explorar

Tabla 2: Potencialidades de Cada Municipio a Explorar

Municipio	Lugares a Visitar	Descripción	Foto
Páramo 	Santuario de Nuestra Señora de la Salud.	El Páramo es muy famoso por el Santuario de nuestra Señora de la Salud. Es un sitio de tradición religiosa y de peregrinación. Acuden allí gente de la región y del país. Se encuentra en estos momentos en perfectas condiciones para recibir a los peregrinos. Es un espacio tranquilo y bello que transmite recogimiento y tranquilidad espiritual.	
	Restaurante Museo la Rancho	El restaurante La Rancho, propiedad de Teresa Suárez Ávila, destaca por su excelencia en la cocina tradicional santandereana, ofreciendo una experiencia única tanto en su gastronomía como en su ambiente. Ubicado en un espacio especialmente diseñado para cautivar los sentidos, el restaurante se distingue por su entrada cubierta de enredaderas que anticipa su carácter especial y acogedor.	

	<p>El capote de maíz se convierte en ensueño espiritual</p>	<p>Ana Virginia Ruiz Rivera, una artesana arraigada a su tierra del Páramo, ha dedicado dos décadas a explorar el potencial del capote de maíz para la creación artesanal. Su investigación y creatividad han resultado en la elaboración de flores, vírgenes y diversas figuras con una calidad destacable, gracias a su sensibilidad artística y atención al comportamiento del material. Además, Ana Virginia demuestra sensibilidad social al emplear exclusivamente a madres cabeza de familia en su taller, donde se respira alegría y dedicación.</p>	
	<p>Un noble campesino que convierte la mora en vino</p>	<p>Paulino Santos, un campesino de la vereda Palmarito del Páramo, no solo es un hábil cultivador de mora, sino también un emprendedor destacado. Utilizando parte de su cosecha de mora, produce un vino de alta calidad con dedicación y cuidado en cada paso del proceso, desde la recolección hasta la presentación del producto final en botellas con etiquetas bien diseñadas. Con un profundo conocimiento de las propiedades de la mora, resalta su alto contenido de fibra y vitamina C, destacando su acción antioxidante.</p>	
<p>Curití</p> 	<p>Ecofibras</p>	<p>Fábricas de Fique: Curití es famoso por su producción de artículos de fique, una fibra natural. Los turistas pueden visitar talleres y fábricas donde se elaboran productos como mochilas, alfombras y hamacas. Estas visitas permiten conocer el proceso artesanal y, a menudo, los visitantes pueden participar en talleres prácticos. Esta empresa ha logrado trascender en el mercado hasta estándares nacionales e internacionales con gran enfoque y gran estandarización de sus productos en el mercado.</p>	
	<p>Sendero del Fique</p>	<p>El sendero del Fique, es uno de los atractivos turísticos con los que cuenta el Municipio de Curití, sendero ecológico ubicado en la cabecera municipal de Curití, con quioscos, exhibición de herramientas para trabajar el fique, puentes, cascadas, barandas; sobre la margen izquierda de la quebrada Curití, para el deleite de propios y turistas. Este sendero es un atractivo turístico que busca promover los productos elaborados con fique propios de la región, su muestra cultural y artesanal reconocida a nivel nacional. Este sendero está ubicado a una cuadra del parque principal de Curití, a mano derecha de la quebrada Curití.</p>	
	<p>Fiestas y Eventos Locales</p>	<p>Participar en las fiestas locales y eventos culturales ofrece una inmersión profunda en las tradiciones y costumbres del pueblo. Estas festividades suelen incluir música, danzas y gastronomía típica.</p>	

Parque Natural El Santuario

El parque está dividido en 3 zonas separadas por plazoletas de forma circular sin vegetación, estas son inexplicablemente naturales. También cuenta con dos laberintos de rocas milenarias, según cuenta la leyenda y algunos rasgos del sitio, pertenecieron a la etnia indígena Guane de Santander y por supuesto con la hermosa fauna y flora de nuestra región.

- ¿Cuánto dura el recorrido? Reciben a visitantes en dos recorridos de mediana y alta exigencia, que pueden durar entre 1 y 3 horas con la guía de expertos originarios del lugar.

- ¿Qué atractivos tiene el parque? Podrá encontrar principalmente la caminata por laberintos naturales, caminata tipo familiar y tipo extrema, también el servicio de piscina, restaurante con comidas típicas de la región, camping, variedad de juegos como voleibol, canchitas de mini fútbol, billar, tejo, bolo, juegos de mesa, y espacios grandes para compartir con su familia y amigos,



Charalá

Casa museo Jaime Guevara José Blas Gómez



La Casa Museo Jorge Blas de Charalá es un espacio cultural y patrimonial dedicado a la preservación y promoción de la obra y legado de Jorge Blas, un notable artista y músico de la región. Este museo se encuentra en Charalá, un municipio en el departamento de Santander, conocido por su rica historia y contribuciones culturales.



CORPOLIENZO Museo del Algodón y Lienzo de la Tierra

El trabajo de las mujeres de CORPOLIENZO no solo preserva el patrimonio del algodón y su tejido para las generaciones futuras, sino que también crean hermosas prendas que cautivan a un amplio público. La empresa se define como una Empresa Social que promueve la identidad cultural y mejora las condiciones de vida de sus miembros mediante la recuperación y difusión del "Lienzo de la Tierra". Utilizan algodón orgánico y técnicas artesanales para producir prendas únicas y respetuosas con el medio ambiente. Además, su taller en Charalá alberga el Museo del Algodón y Lienzo de la Tierra, donde se puede experimentar la sensibilidad y el conocimiento del pasado de estas mujeres.



6. Metodología

La metodología en un trabajo de investigación que según Huéscar (1993) constituye el conjunto de pasos sistemáticos y procedimientos utilizados para abordar y responder a las preguntas de investigación planteadas. Esta sección es fundamental, ya que describe cómo se llevó a cabo el estudio, incluyendo los métodos de recopilación y análisis de datos. La metodología proporcionó un marco claro y estructurado para garantizar la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos. En este contexto, se detallaron los enfoques, técnicas y herramientas que se utilizaron durante el desarrollo de la investigación, permitiendo así una comprensión adecuada de la estrategia empleada para alcanzar los objetivos propuestos. A continuación, se desglosará la información en la cual se especifica el objetivo, tipo de investigación, instrumentos de recolección de datos y resultados esperados (ver en Tabla 3).

Tabla 3: Elaboración de metodología para el proyecto de investigación

Objetivos	Tipo de investigación	Instrumentos de Recolección de datos	Resultados esperados
Identificar las preferencias y expectativas de los turistas alojados en el Hotel Trip Monkey del Río respecto a actividades turísticas experienciales.	Tipo de investigación cualitativa descriptiva	-Entrevistas -Plataforma de información del hotel (lobby) -Encuestas por medio de google forms -Booking	-Conocer la tendencia que tienen los huéspedes por diferentes actividades turísticas. -Proponer un portafolio de una oferta de turismo más completo. (alojamiento, gastronomía, eventos, fiestas y turismo cultural). Referentes de turismo con características experienciales en el país, departamento y la región.

Determinar los factores clave que influyen la demanda de programas de turismo experiencial entre los visitantes del hotel.	-Encuestas -Informes, libros, revistas documentadas, TripAdvisor.	-Poder visualizar a donde se quiere llegar y cuáles son las decisiones correctas que se deben tomar. -Identificar cuáles son los servicios que los turistas quieren encontrar cuando llegan. -Evaluar la demanda y percepción de las propuestas turísticas.
Plantear estrategias para la implementación de programas de turismo experiencial basadas en los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas.	-Encuestas -Referencias literarias	-Estrategias para desarrollar y diseñar las propuestas de turismo comunitario y/o experiencial. -Referentes positivos frente a la propuesta de implementar un turismo comunitario.

Nota: elaboración propia

6.1. Tipo de Investigación

Se decidió manejar el tipo de investigación cualitativa descriptiva que, según Jaramillo (2015), es una metodología utilizada en ciencias sociales y humanidades que se enfoca en describir las características, experiencias y percepciones de un fenómeno o grupo específico de personas. Este tipo de investigación busca proporcionar una comprensión detallada y precisa del tema de estudio a través de la recolección y análisis de datos cualitativos. Para este proyecto, el enfoque cualitativo permitió delimitar de manera confiable los hechos que se encuentran alrededor del problema de investigación, y el análisis se enfocó en datos demográficos y datos estadísticos que se lograron recoger en campo de acuerdo a las percepciones y opiniones que tuvieron las diferentes personas encuestadas respecto a una nueva propuesta de turismo y su

implementación como un servicio adicional desde el hotel. La metodología que se usó fue útil para lograr los objetivos planteados para el proyecto de investigación de tipo cualitativa descriptiva ya que se utilizaron instrumentos de recolección de datos como lo fueron cuestionarios o encuestas, y también se emplearon archivos con información recopilada por observación y datos de informes agregados históricamente.

6.2. Estudio de la Muestra

El tipo de población que se estableció para el estudio de la muestra fue de acuerdo a la llegada de turistas al municipio de San Gil en los años 2021 y 2022 que según estudios de Cotelco (2022) se pudo visualizar un total de 22.000 mil turistas que llegaron al municipio. Por consiguiente, se utilizó una herramienta llamada calculadora de muestra que según Teddlie (2009), una muestra adecuada permite aplicar técnicas estadísticas inferenciales, lo que es crucial para validar hipótesis y realizar predicciones fiables para tener una gran precisión en los resultados. Por esto, se calculó el muestreo donde nos determinó el margen de error que fue un 5%, un tamaño de población de 22.000 y un nivel de confianza de un 90% con el cual se analizó las respuestas arrojadas de dos (2) encuestas realizadas. El método de muestreo presentado fue el de aleatorio simple, y los instrumentos se validaron por medio de dos docentes del área de estadística de la Universidad Industrial de Santander, quienes revisaron el formulario presentado y optaron por recomendaciones encaminadas al análisis de resultados y tipos de muestreos que permitieran analizar los resultados con alta eficiencia.

Fórmula de Cálculo de Margen de Error

Formula de Margen de error $Zx \frac{\sigma}{\sqrt{N}}$

Donde:

- Z es el valor crítico z correspondiente al nivel de confianza deseado (por ejemplo, 1.65 para un nivel de confianza del 90%).
- σ es la desviación estándar de la población.
- n es el tamaño de la muestra.

Solución de Formula:

Margen de error: $1.65 \times \frac{59750}{\sqrt{22.000}} = 5$

Margen de error: 5%

Análisis de Nivel de Confianza

Es un porcentaje que revela cuánta confianza puedes tener en que tu población seleccione una respuesta dentro de un rango determinado. Por ejemplo, un nivel de confianza del 95 % significa que puedes tener una seguridad del 95 % de que los resultados oscilarán entre los números x y y .

Cálculo de intervalo de confianza: $IC = X \pm (Zx \frac{\sigma}{\sqrt{n}})$

Donde:

- \bar{x} : Media muestral
- z: Valor crítico del nivel de confianza
- σ : Desviación estándar
- n: Tamaño de la muestra

Para una proporción:

IC = 90%

Fórmula de cálculo de la muestra

Tamaño de la muestra: $\frac{\frac{z^2 x P (1 - P)}{e^2}}{1 + (\frac{z^2 x P (1 - p)}{e^2 N})}$

N= Tamaño de la población, e= Margen de error (Porcentaje expresado con decimales, z= puntuación; z (La puntuación z se halla por el puntaje según el nivel de confianza.

Solución de Formula:

$$\text{Solucion a ecuacion: } \frac{\frac{1.65^2 * 90(1 - 90)}{5^2}}{1 + \left(\frac{1.65^2 * 90(1 - 90)}{5^2 22.000} \right)}$$

Tamaño de la muestra: **272**

6.3. Descripción de Herramienta de Recolección de Datos

En los instrumentos empleados al momento de aplicar la encuesta a la muestra establecida, se analizaron datos demográficos que permitieron definir el tipo de turista que llega a la región, midiendo datos como el género, la edad, ciudad de procedencia, país de procedencia, etc. En otra sección del cuestionario, se preguntó acerca de las opiniones respecto el destino y poder conocer si el turista volvería de nuevo al municipio; también se pregunto acerca de las razones por las cuales se eligió el destino y por qué medio conoció acerca del mismo. Además de esto, el objetivo primordial del cuestionario fue conocer acerca de las opiniones de los encuestados respecto a la nueva idea de turismo experiencial y de qué forma se pudiera implementar en el municipio, la viabilidad económica y cuanto estarían dispuestos a pagar por la experiencia.

Para la recolección de datos a la población establecida se utilizó la encuesta que es una de las herramientas que genera alta confianza al momento de recolectar una serie de datos. La encuesta se estructuro y se organizó en formularios de Google Forms, la cual es una de las plataformas más utilizadas que dio la posibilidad de ordenar los datos recolectados clasificándolos según diferentes categorías.

El primer formulario (Anexo A) contó con un total de 19 preguntas divididas en tres sesiones de las cuales 17 fueron de selección múltiple y 4 fueron preguntas abiertas. Según las respuestas que agregaban los encuestados, se abrían secciones las cuales permitían arrojar detalles referentes a la información que escogían.

En el segundo formulario, (Anexo B) al igual que el primero, se plantearon 21 preguntas formuladas en el idioma inglés para la población específica de habla inglesa.

Los formularios se aplicaron de forma directa con el encuestado y la mayoría de veces se consultó con el encuestador cualquier duda referente a las preguntas establecidas en la encuesta. También se enviaron cuestionarios a los diferentes contactos de los encuestados y uno de los recursos más usados fue el escaneo por medio del código QR el cual facilitó en gran medida la realización de los formularios.

Los formularios fueron dirigidos a las personas que llegan a San Gil y se aplicaron al momento de partida de la estadía para conocer más profundamente sobre la experiencia en el destino y recoger las opiniones y posibles sugerencias.

6.3.1. Rol del Investigador

Creswell (2014) indica que el investigador tiene la responsabilidad de generar nuevo conocimiento a través de la formulación de hipótesis, realización de experimentos, y análisis de datos. Este proceso implica una búsqueda continua de la verdad y la comprensión profunda de fenómenos específicos dentro de su área de estudio.

Parte crucial del rol de un investigador según Boote (2005) es la revisión exhaustiva de la literatura existente. Esto implica analizar estudios previos, identificar lagunas en el conocimiento y situar su propio trabajo dentro del contexto más amplio del campo de estudio. Esta actividad no

solo enriquece la perspectiva del investigador, sino que también asegura que su trabajo se construya sobre una base sólida de conocimientos previos.

El investigador debe desarrollar diseños de estudio robustos y metodologías adecuadas para investigar las preguntas de investigación planteadas. Esto incluye la selección de métodos de recolección y análisis de datos apropiados que permitan obtener resultados válidos y fiables (Creswell, 2014).

6.3.2. Ética de la Investigación

La ética en la investigación es fundamental para garantizar la integridad, validez y aceptabilidad del estudio. Cuando se realizó la investigación sobre las perspectivas de los turistas, fue crucial considerar varios aspectos éticos, los cuales fueron fundamentales para garantizar que los procesos y resultados fueran justos, responsables y respetuosos. Aspectos como el consentimiento de lo informado, la confidencialidad, la autonomía, minimización de los riesgos y la maximización de beneficios se incorporaron en el proceso para logra proteger a los participantes y asegurar que el estudio se condujera de manera responsable.

6.3.3. Consentimiento de la investigación

Al momento de aplicar el formulario al público establecido, se esclareció de manera objetiva describiendo el problema, objetivos del estudio y el tratamiento de los resultados. Además, se presentó al participante la propuesta con un rigor metodológico, transparencia en los procesos y una verificación y validación del objetivo y pertinencia de este, así como la forma en que se tratarían los datos recolectados para esta investigación. Se explicó que los datos serian manejados netamente de manera confidencial y que no se publicaría ningún dato privado.

Igualmente se aclaró que el propósito del formulario era para fines académicos específicamente para esta investigación la cual tenía el respaldo institucional de la UIS.

7. Resultados

La investigación realizada surge debido a la necesidad de indagar la posible demanda hacia las nuevas tendencias de turismo comunitario y/o experiencial en el municipio de San Gil y la región. Durante el proceso, se encontraron ideas innovadoras y opiniones que llevaron a la posibilidad de plantear y visibilizar una transformadora experiencia turística en esta parte de la región del sur de Santander.

El formulario que se presentó a la población visitante y turística que pernocta en San Gil se analizó dependiendo de diferentes factores e información demográfica para recoger sus opiniones referentes al destino, sus percepciones de nuevas experiencias para articular en el municipio, y sus expectativas de experiencias al volver al municipio. Así mismo, se realizó un análisis socioeconómico para revisar posibles costos e inversión.

La muestra estuvo compuesta por 288 turistas, de los cuales el 56.5% fueron hombres y el 43.5% mujeres. La edad promedio de los participantes fue de 35 años.

Tabla 4: Demografía de participantes

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Género (Hombres)	163	56.5%
Género (Mujeres)	125	43.5%
Edad Promedio (años)	35	N/A

Fuente: Elaboración propia

7.1. Tabulación de la encuesta aplicada

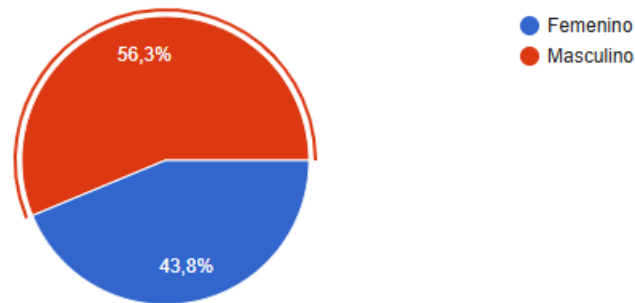
La tabulación de encuestas es el proceso de organizar y resumir los datos recopilados de una encuesta en un formato que sea fácil de entender y analizar. Esto implica categorizar las respuestas según las preguntas de la encuesta y contar cuántas veces ocurre cada respuesta. Los resultados se presentan típicamente en tablas, gráficos u otros formatos visuales para facilitar su interpretación. En la investigación realizada por la necesidad de saber las nuevas tendencias de turismo en el municipio de San Gil y la región se encontraron nuevas ideas y opiniones que nos llevan a la posibilidad de Plantear y visibilizar una nueva tendencia de turismo en esta parte de la región del sur de Santander.

El formulario que se presentó a la población visitante y turística del municipio de San Gil se analizó dependiendo de diferentes factores como: Tamaño de población fue según la población que habita el municipio de San Gil, Santander, con un nivel de confianza de un 90%, y se manejó un 5% de margen de error en los resultados.

El cuestionario consta de 6 páginas de preguntas, las cuales nos ayudan a entender las preferencias que tienen los clientes y a la vez las tendencias que manejan a la hora de viajar o conocer un destino. Esta encuesta obtuvo 288 respuestas de personas que hablan español e inglés. A continuación, se adjunta los resultados y el análisis de cada una de las preguntas.

1. Género

Figura 7: Género de las personas

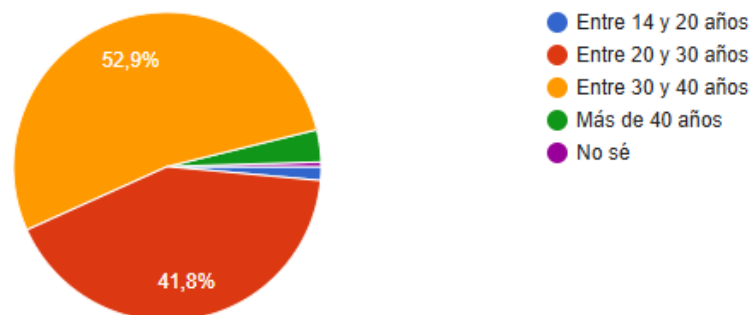


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

En la población encuestada de un total de 246 respuestas presentadas, se pudo esclarecer que de un 100% se establece que un 56.3 % (116 personas) es el porcentaje de hombres y un 43.7% (91 personas) es el total de mujeres que llegan al municipio de San Gil, Santander. Con lo que podemos concluir que las personas que más pernotan en el municipio de San Gil son de género masculino.

2. Edad

Figura 8: Edad de las personas



Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

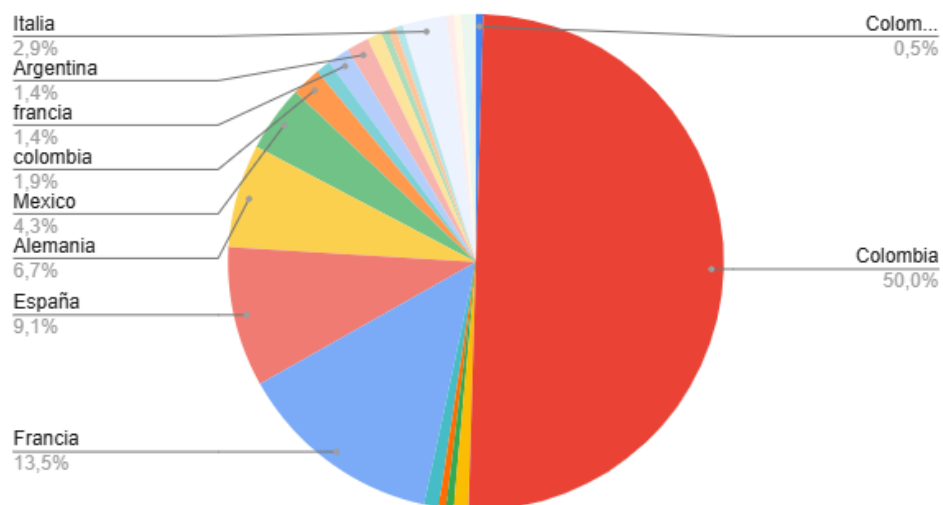
Entre la población de personas encuestadas podemos analizar que personas entre:

- Entre 14 y 20 años nos arroja un 1.5%, (3 personas)
- Entre 20 y 30 años nos arroja un 41.7%, (87 personas)
- Entre 30 y 40 años nos arroja un 53.4%, (110 personas)
- Y personas de más de 40 años nos arroja un 3,4% (7 personas)

Analizando datos presentados se esclarece que con un 53.4% que la cantidad de personas entre edades de 20 y 30 años son las que más visitan el municipio de San Gil.

3. País de procedencia

Figura 9: País de origen de las personas

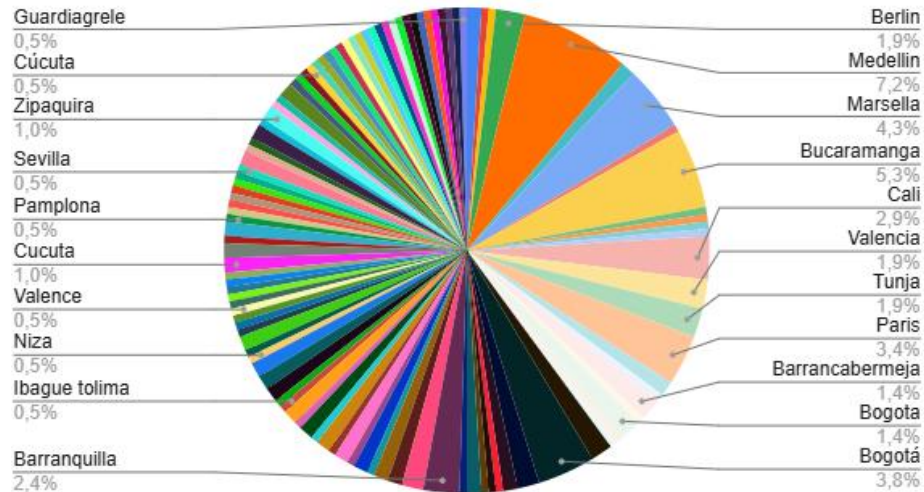


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

La pregunta número 3, nos dejó ver de dónde provenían los viajeros que respondieron la encuesta y según los datos arrojados el 52% (106 personas) pertenecen a Colombia, también tuvimos un porcentaje grande respecto a viajeros internacionales: Francia 14,6% (31 personas), España 9,1% (19 personas), México 4,3% (9 personas) y Argentina 2,9% (3 personas).

4. Ciudad de procedencia

Figura 10: Ciudad de origen de las personas

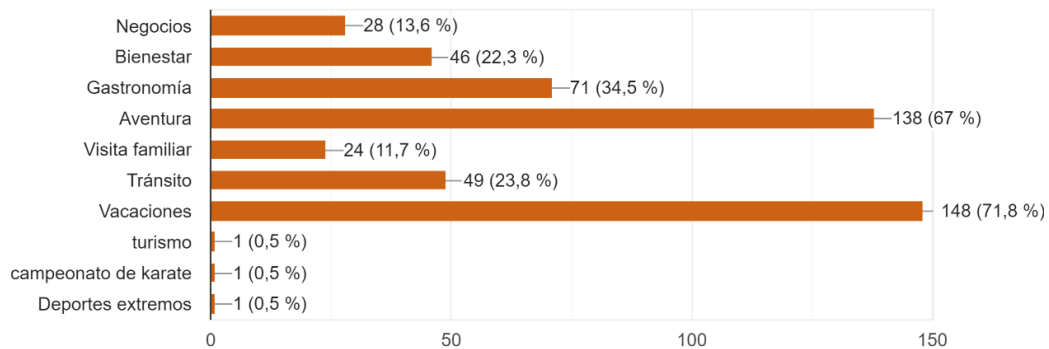


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

La pregunta número cuatro, refleja el 7,2% pertenece a personas de Medellín y el 5,2 % pertenecen a la ciudad de Bogotá. En general el 31,7% son turistas nacionales y el 5,8% son turistas internacionales de los países de España, México e Israel.

5. ¿Cuál es motivo principal por el cual viaja a San Gil?

Figura 11: Motivos de viaje a San Gil de las personas

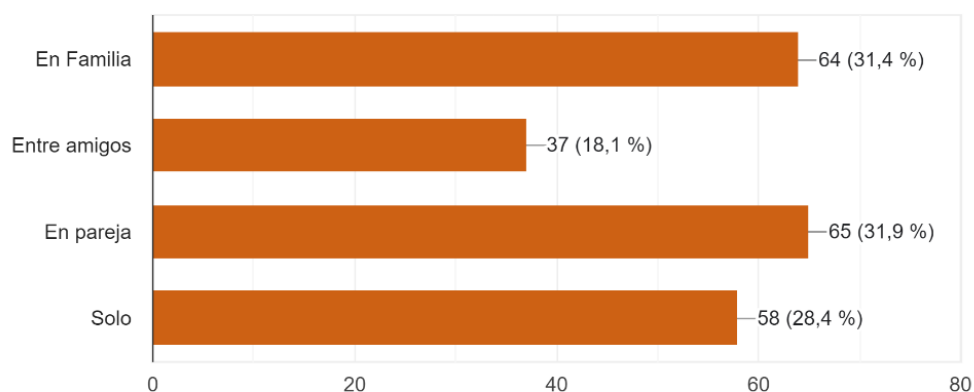


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

De las encuestas realizadas se puede esclarecer que uno de los principales motivos por lo que las personas viajan a San Gil es por vacaciones con un porcentaje del 67% (138 personas) de la muestra, el segundo de los motivos es por la aventura con un 71.8 % (148 personas) de la muestra y el otro de los motivos que más se destacó fue el que las personas viajan con el motivo de degustar la gastronomía presente en San Gil y la región con un 34,5% (71 personas), el 22,3% (46 personas) viajan por bienestar, el 13,6 % (28 personas) y el 11,6% (24 personas) vienen a San Gil a visitar a sus familiares.

6. ¿En qué forma prefiere viajar?

Figura 12: Forma de viajar de las personas

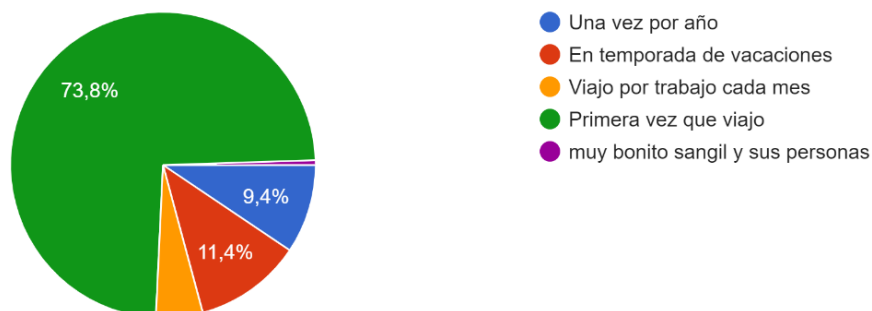


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

De las encuestas realizadas el resultado que arroja la forma de viaje de las personas que llegan al municipio de San Gil Santander, se analizó que un 31.9% (65 personas) viajan en pareja, el 31.4 % (64 personas) viajan en familia, el 28.4% (58 personas) viajan solos y el 18.1 % (37 personas) viajan entre amigos, en resumen, las personas que visitan San Gil viajan la mayor parte en pareja.

7. ¿Con que frecuencia viaja a San gil?

Figura 13: Frecuencia de viaje de las personas a San Gil

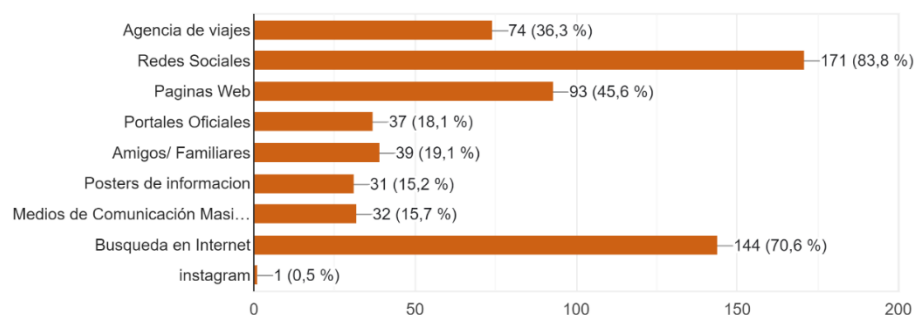


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

Los datos arrojados en la pregunta indican que el 73.8% (150 personas) de las personas encuestadas viajan por primera vez a san gil, el 11.4% (24 personas) viajan en tiempo de vacaciones, el 9.4% (19 personas) de las personas viajan una vez por año y el 5% (10 personas) viajan cada mes por cuestión de trabajo lo que podemos concluir que por un gran porcentaje las personas que visitan a san gil en este muestreo lo hacen por primera vez.

8. ¿Por qué medio se enteró del destino de San gil Santander y toda su oferta?

Figura 14: Medio por el cual las personas se enteraron de San Gil Santander

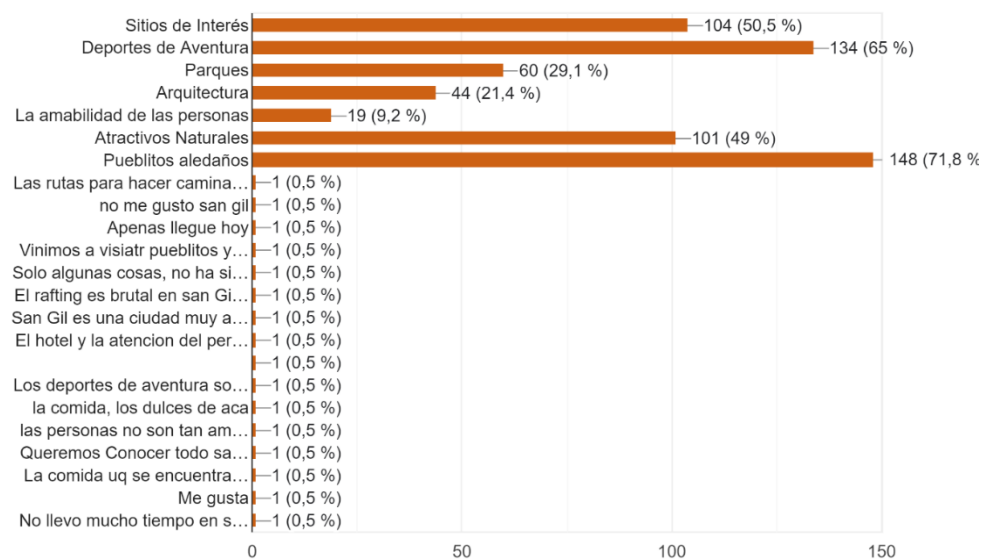


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

Según datos arrojados a las personas encuestadas se concluyó que las personas frecuentemente se enteran y descubren el destino de San Gil Santander por medio de las redes sociales la cual arrojo un 83.8% (171 personas), como segundo lugar se encuentran las búsquedas por internet con un 70.6% (144 personas) y como tercer lugar con un 45.6% (93 personas) tenemos las búsquedas por medio de páginas web. También los viajeros usan el “voz a voz” por medio de amigos o familia 19,1% (39 personas), 18,1 % (37 personas) por medio de portales oficiales y el 30,9% por medio de comunicación masiva y posters de información.

9. ¿Qué es lo que más le ha gustado del destino de San Gil?

Figura 15: ¿Qué fue lo que más les gusto a las personas de San Gil?

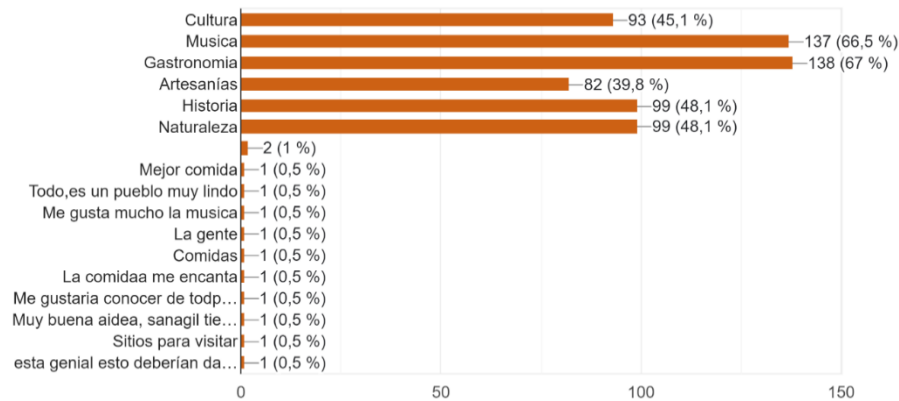


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

Esta pregunta nos deja ver que el 71,8% (148 personas) les gusta los pueblitos aledaños, el 65% (134 personas) les gusta los deportes de aventura, el 50,5% (104 personas) se inclinan por los sitios de interés del municipio de San Gil, el 49% (101 personas) prefieren los atractivos naturales, el 29,1% (60 personas) les gusta los parques, el 21,4% les gusta la arquitectura y el 9,2% la amabilidad de las personas.

10. ¿Qué más le gustaría conocer de San Gil y esta Región?

Figura 16: ¿Que le gustaría conocer a las personas de San Gil y la Región?

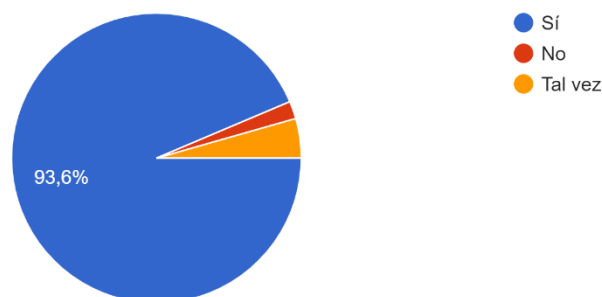


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

De acuerdo a las respuestas se puede concluir que lo que más les gustaría conocer a los viajeros de San Gil es: la gastronomía con un 67% (138 personas), el 66,5% (137 personas) se inclina por la música, y el 45,1% (93 personas) prefiere conocer la cultura sangileña. Por otro lado, hay un 48,1% (99 personas) que les gustaría conocer la naturaleza y la historia del territorio que visitan.

11. ¿Volvería a visitar a san Gil?

Figura 17: ¿Volverían a San Gil las personas?



Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

De acuerdo a las respuestas de los viajeros, el 93,6% respondieron que, SI volverían al municipio de San Gil, pero el 1,9% respondió que No y un 4,9% respondió TAL VEZ.

12. Las personas que respondieron que NO volverían al territorio se les pregunto el por qué y todas coincidieron que la mala atención en los restaurantes de San Gil.

Figura 18: Respuestas Acerca del por qué no regresarían a San Gil las personas

El calor estaba insoportable, tuvimos un problema con una agencia de deportes extremos y no nos dieron un paquete de fotos de actividades, comimos en un restaurante y la comida no nos gustó

Pensé que el clima de san gil era un poco más cálido, es muy intenso el calor que hace, además la atención que recibimos en un restaurante fue muy reprochable, la comida demorada, la atención al cliente pésima.

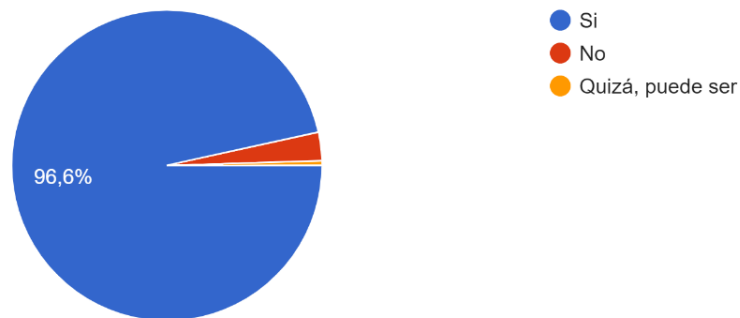
No hay buena atención al cliente, en el momento de prestar servicios turísticos no son éticos y profesionales en el campo.

Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

13. Le gustaría que en su próxima experiencia en San Gil se enfocara en un Turismo Experiencial basado en la gastronomía y cultura de la región en los que se pudiera familiarizar con:

- Ferias de emprendimiento
- Muestras gastronómicas
- Muestras culturales (teatro, danza, música, arte, objetos de artesanías)
- Muestras de historia
- Muestras de tradiciones de la región

Figura 19: Que les gustaría encontrar a las personas en su próxima visita a San Gil

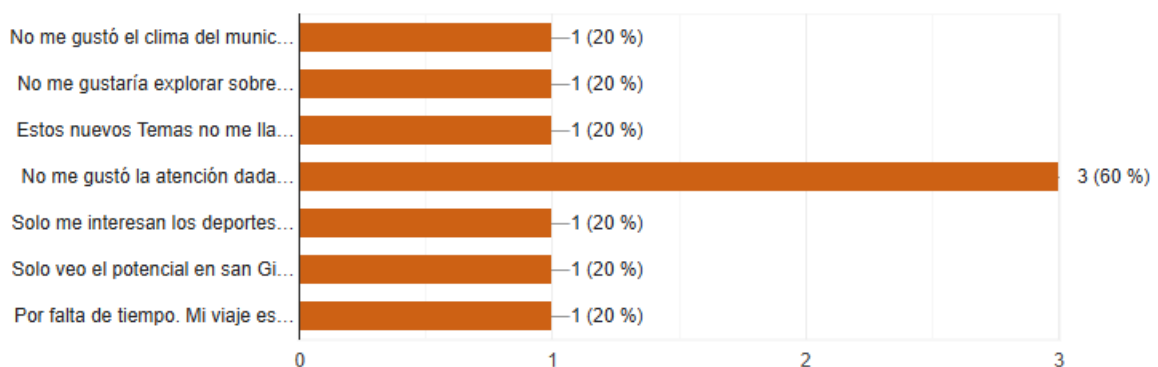


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

En la pregunta número 13, nos deja ver que el 96,6% (278 personas) si se encuentran interesadas en conocer festividades, danza, cultura otros, y el 2,9% (6 personas) y 1 persona respondió que tal vez.

13.1. Si la respuesta fue NO, porque no le gustaría conocer otra experiencia en San Gil.

Figura 20: ¿Porque no le gustaría vivir nuevas experiencias en San Gil y la Región?



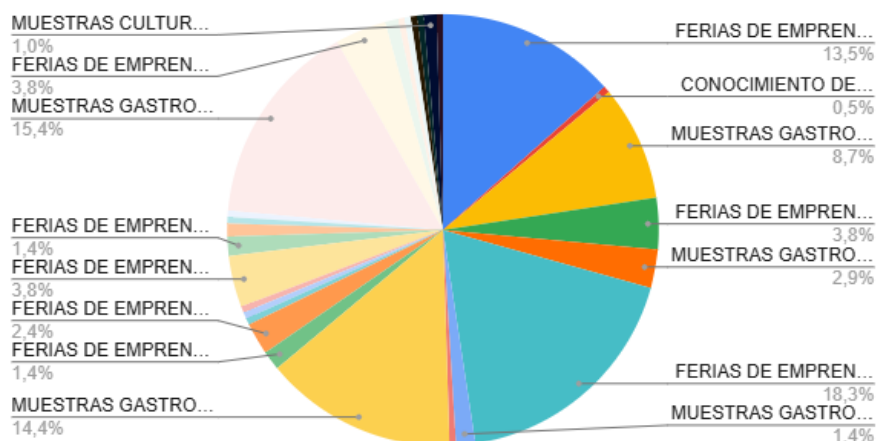
Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

De acuerdo a las respuestas la mayoría de personas contestaron que no quisieran realizar nuevas experiencias por la mala atención que recibieron en algunos establecimientos.

14. Le gustaría que en su próxima experiencia en San Gil se enfocara en un turismo con características más experienciales, como la gastronomía y la cultura de la región en los que se puede familiarizar con:

- Ferias de emprendimiento
- Muestras Gastronómicas
- Muestras culturales (teatro, danza, música, arte, objetos de artesanías)

Figura 21: Diferentes Tipo de Experiencias que encontrarían las personas en San Gil

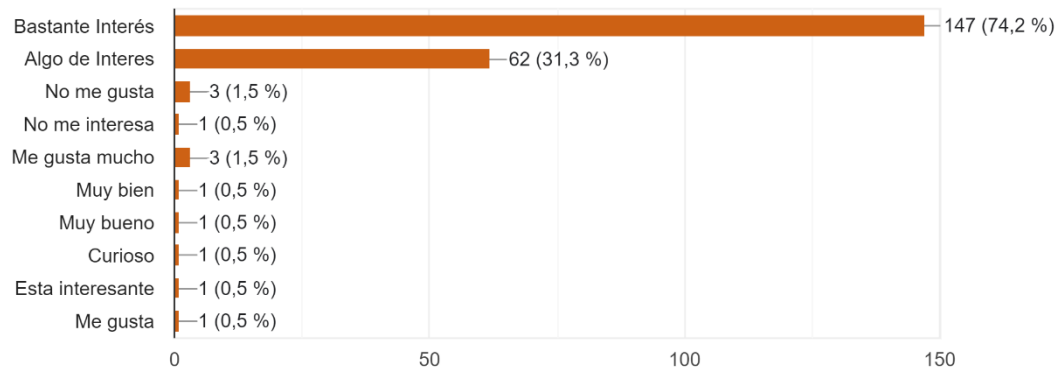


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

En esta pregunta hay respuestas muy similares y de acuerdo a las respuestas obtenidas las personas les gustaría enfocar su experiencia en muestras gastronómicas 87,6 % y las muestras culturales ocupan el segundo lugar con el 85,6%. También otro gran porcentaje se quieren enfocar en conocimiento de lugares emblemáticos obtuvo el 0,5%.

15. ¿Qué interés le generaría si en su próximo hotel que se hospede en San Gil tuviera usted la oportunidad de adquirir un paquete turístico que le permita descubrir acerca de la gastronomía, cultura e historia de esta región de Santander?

Figura 22: *Que interés de que en su hotel tuviera la oportunidad de adquirir un paquete Turístico para conocer la región desde la gastronomía, cultura e historia*

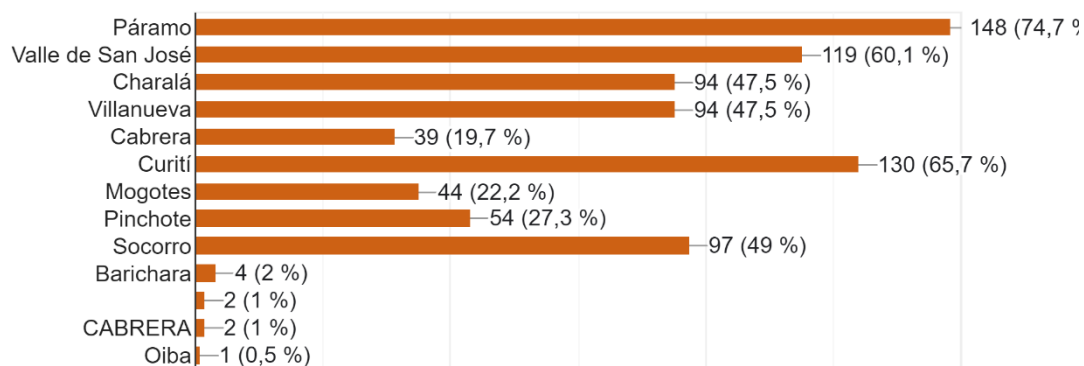


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

De acuerdo a la pregunta 15 se pudo observar que un gran porcentaje (74,2%) de las personas encuestadas tiene un gran interés por encontrar en el hotel un paquete turístico en donde encuentren gastronomía, cultura e historia. El 31,3% de las personas tienen algo de interés y a 1,5% no le gustaría o no le interesaría conocer de ese plan.

16. ¿Qué municipios de la región desearía conocer más a fondo de su cultura?

Figura 23: *Que municipio de la región quieren conocer las personas más afondo de su cultura*

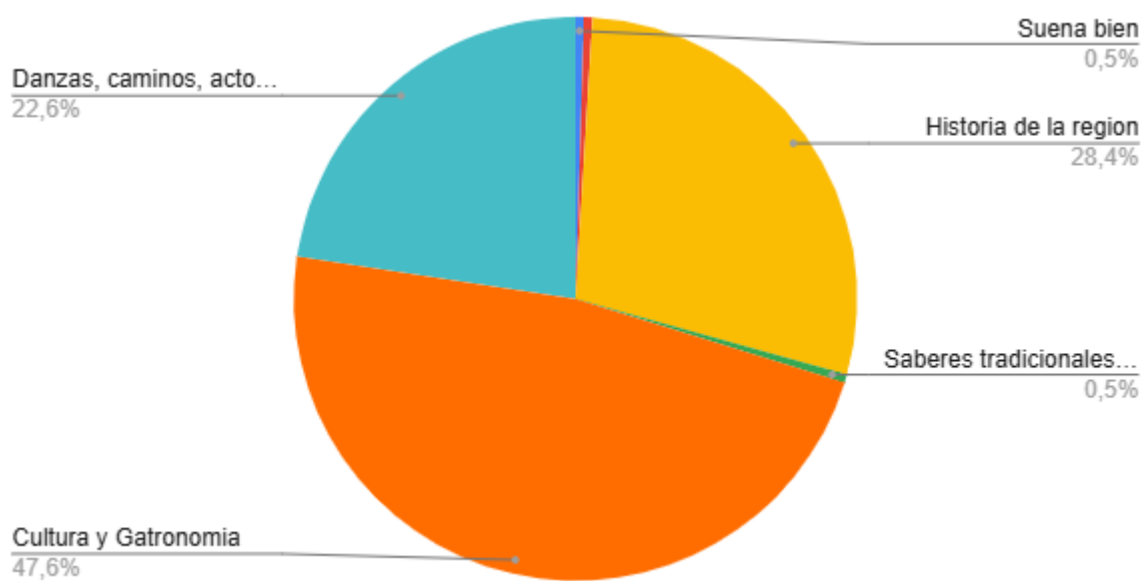


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

Las personas respondieron que de los municipios los que más quieren conocer son Paramo con un 74,7%, Curití con un 65,7%, el Valle de San José 60,1%, y un 47,5% quieren conocer el municipio de Charalá y de Villanueva. Y otros municipios que desean conocer son: Barichara, Cabrera, Pinchote y Socorro.

17. ¿Qué interés le generaría la idea de no tan solo promocionar el destino de San Gil como un destino de turismo de aventura sino también como un destino de turismo experiencial, adentrándose en la historia, cultura y gastronomía de San Gil y sus pueblitos aledaños?

Figura 24: Opinión respecto no solo promocionar a San Gil como un destino de Turismo de Aventura si no como un destino de Turismo con Características experienciales



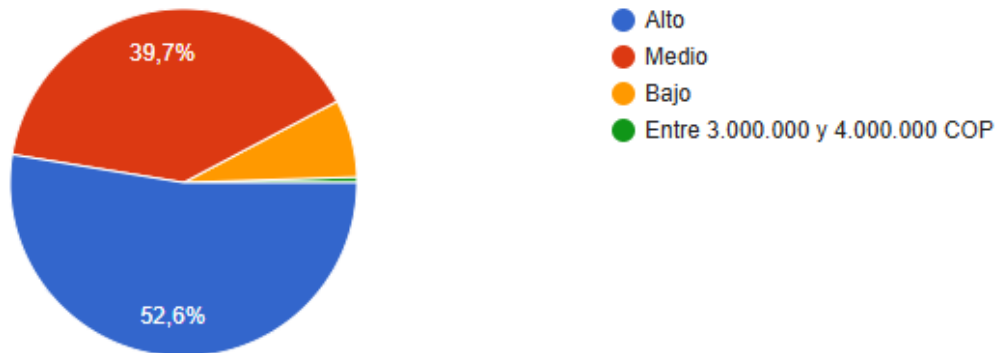
Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

De todas las personas que respondieron las preguntas el 47,6% de las personas respondieron que les gustaría que a San Gil lo promocionen como un destino mas cultural y

gastronomico, el 28,4% queiren distinguir al municipio por su historia y el 22,6% por las Danzas, caminos y actos culturales.

18. ¿Cuál es su nivel socioeconómico?

Figura 25: Nivel Socioeconómico de las personas

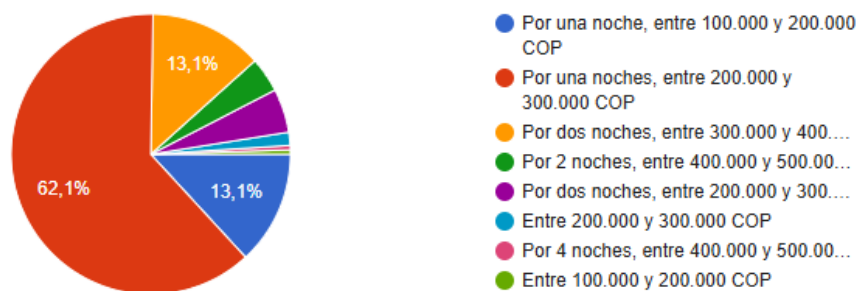


Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

De todas las personas que respondieron esta pregunta el 52,6% cuentan con un ALTO nivel económico, el 39,7% tienen un MEDIO nivel económico y un 7,2% tiene un BAJO nivel económico.

19. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en estadía por una noche en un alojamiento donde se le permita vivir una experiencia en donde encuentre todos estos nuevos aspectos socioculturales?

Figura 26: Valor que están dispuestas a pagar las personas por hospedaje en un hotel donde le permita vivir experiencias culturales de la región.



Fuente: <https://forms.gle/WivgH2ugjL59EmvF8>

El 62,1% estaría dispuesto a pagar por una noche entre \$200.000 y \$300.000 COP, el 13,1% por una noche entre \$100.000 y \$200.000 COP y existe otro 13,1% que por dos noches están dispuestos a pagar \$400.000 y \$500.000.

7.1. Análisis de Satisfacción de Lugares Visitados en San Gil Santander

El estudio evaluó la satisfacción general de los turistas acerca de varios aspectos del destino, incluyendo sitios de interés, deportes de aventura, pueblitos aledaños, arquitectura, y sitios naturales.

Tabla 5: Satisfacción de sitios visitados en San Gil

Aspecto	Frecuencia	Porcentaje de aceptación
Deportes de Aventura	135	65.2%
Pueblitos aledaños	149	72%
Sitios de Interés	104	50.2%

Fuente: Elaboración Propia

La mayoría de los turistas, un 72%, mostró un gran interés por los pueblos que se encuentran alrededor de San Gil, y para los deportes extremos un 65.2%. Sin embargo, el 52% de los turistas se mostraron satisfechos visitando los sitios de interés como parques, iglesias, y museos, posicionándolos en el top tres de sitios preferidos y/o actividades para realizar en San Gil.

7.2 Percepción Acerca de la idea de Implementar Una Nueva Tipología de Turismo Experiencial en el Municipio.

En esta sección se cuestionó acerca de la idea en que en una próxima visita al municipio de San Gil se incorporaran actividades o experiencias como lo son las ferias de emprendimiento, muestras gastronómicas, muestras culturales (teatro, danza, música, arte, objetos de artesanías), muestras de historia, y muestras de tradicionales de la región.

Tabla 6: Percepción ante nueva idea de servicio turístico para San Gil

Aspecto	Frecuencia	Porcentaje de aceptación
Si	197	96.6%
No	6	2.9%
Quizás	1	0.5%
Total	204	100%

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de turistas que respondieron a esta sección se inclinaron a un Si con un 96.6% expresando que les gustaría que en su próxima experiencia en San Gil estuviera enfocada en un turismo experiencial, con un No, tan solo un 2.9% y con un Quizás un 0.5% de los turistas encuestados.

7.3. Experiencias Deseadas Por el Turista y Aceptación de la Nueva Tipología de Turismo

En esta sección se preguntó específicamente a los encuestados que tipo de experiencia les gustaría encontrar y conocer del destino.

Tabla 7: Experiencias nuevas en el destino

Aspecto	Frecuencia	Porcentaje de aceptación
Muestras Gastronómicas	169	87.6%

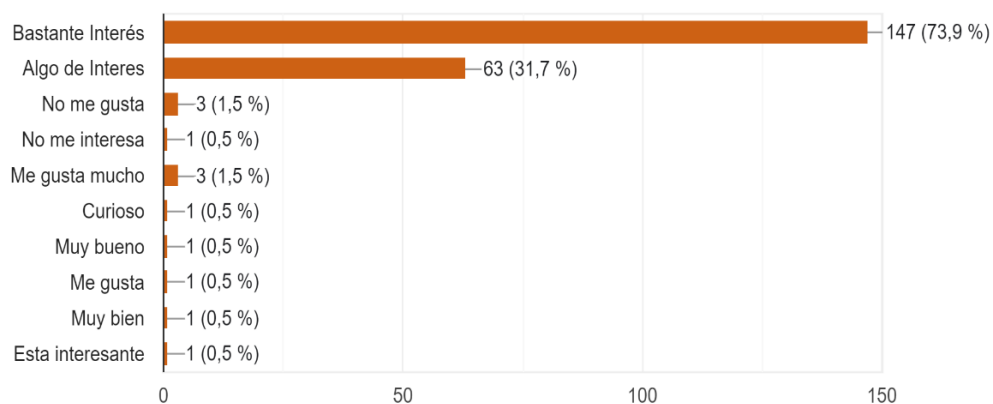
Muestras Culturales	166	86%
Ferias de Emprendimiento	102	52.8 %
Muestra de Tradiciones de la Región	91	47.2%

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados presentados arrojan en un alto porcentaje de aprobación (87,6%) sugiriendo que a los turistas les gustaría tener experiencias gastronómicas al igual que muestras culturales (86%).

En esta sección de preguntas, además, se planteó al encuestado que expresara que interés le generaría si en el próximo hotel que se hospede en San Gil tuviera la oportunidad de adquirir un tour turístico que le permita descubrir acerca de la gastronomía, cultura e historia de esta región de Santander.

Figura 27: Interés por realizar nuevas experiencias en la región



Fuente: elaboración propia

En el análisis de la información se puede visualizar que un 73.9% de la población encuestada demostró bastante interés de hospedarse en un hotel donde tenga la oportunidad de conocer, experimentar y vivenciar actividades de turismo experiencial en municipios de la provincia Guantánamo.

Las personas encuestadas manifestaron un gran interés en experiencias auténticas que conecten con la cultura local, lo que indica que el turismo comunitario no solo satisface una demanda creciente en el mercado, sino que también tiene el potencial de diferenciar al hotel en un sector altamente competitivo. Por otro lado, la comunidad local expresó su disposición a participar activamente en actividades turísticas, visualizando oportunidades económicas y de desarrollo social como resultado directo de esta implementación.

7.4. Análisis de Destinos Preferidos por la Población Frente a los Municipios

El análisis que se pudo establecer mediante los resultados arrojados referentes a la pregunta, ¿En cuál de los municipios de la región estaría dispuesto a conocer más sobre la cultura?, mostró los siguientes datos (ver Tabla 8).

Tabla 8: Preferencias de municipios a conocer

Municipio	Frecuencia	Porcentaje de aceptación
Páramo	149	74.9%
Curití	131	65.8%
Valle de San José	120	60.3 %
Charalá	96	47.7%

Fuente: Elaboración Propia

El municipio que resultó como el mejor referente para los encuestados fue el Páramo con un 74.9% de aprobación, seguido de Curití con un 65.8% y luego el Valle de San José con un 60.3%.

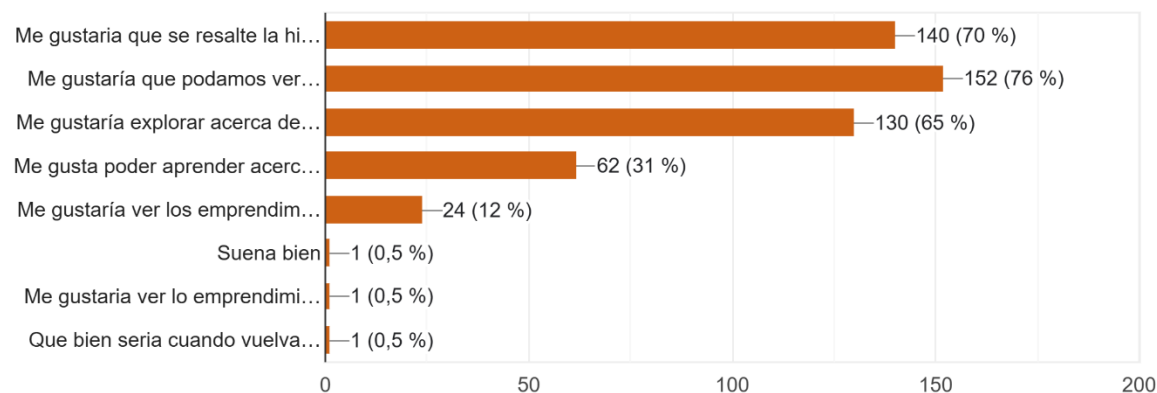
Otros resultados arrojaron que, promediando las cifras presentadas por los formularios aplicados, un 51% de la población encuestada son provenientes de Colombia y el otro 49% son extranjeros provenientes de Francia, Estados Unidos, España, Israel y Alemania. También es

importante resaltar que un 93.7% de la población encuestada volvería a visitar el municipio de San Gil y sus alrededores mientras que el restante 6.3% describió una serie de críticas las cuales se basaron en la falta de profesionalismo y ética de las empresas promotoras de actividades extremas, la escasez en la atención al cliente y el clima.

7.5. Análisis a Nueva Tipología de Turismo en San Gil y la Región

En este apartado los datos arrojados a la pregunta: ¿Qué interés le generaría la idea de no tan solo promocionar el destino de San Gil como un destino de turismo de aventura sino también como un destino de turismo experiencial, adentrándose en la historia, cultura y gastronomía de San Gil y sus pueblitos aledaños? Se puede evidenciar concretamente cuales aspectos son de mayor interés para la población y que desean (ver Gráfica 2).

Figura 28: Aspectos a vivenciar en la nueva tipología de Turismo



Fuente: Elaboración Propia

Los resultados obtenidos evidencian un alto interés por parte de la población encuestada en explorar y disfrutar elementos distintivos de la cultura local, lo que respalda la viabilidad de implementar una nueva tipología de turismo en la región de San Gil basada en la valorización de su patrimonio cultural.

Con un 76% de los encuestados interesados en muestras culturales y tradicionales, un 70% en destacar la historia local, y un 65% en experiencias relacionadas con la gastronomía, queda claro que los visitantes buscan un turismo más auténtico, enriquecedor y conectado con las raíces de la región.

Este panorama subraya la oportunidad estratégica de desarrollar un modelo turístico que integre estas preferencias, promoviendo actividades que no solo cumplan con las expectativas de los turistas, sino que también impulsen la identidad local, la participación comunitaria y el desarrollo sostenible. La implementación de esta nueva tipología de turismo en San Gil promete posicionar a la región como un destino diferencial y atractivo en el mercado turístico.

7.6. Análisis Socioeconómico de la Población Encuestada

Los resultados arrojados en esta sección se vieron reflejados en la pregunta plasmada en el cuestionario: ¿Cuál es su nivel socioeconómico? Donde se visualizaron los siguientes datos (ver tabla 9).

Tabla 9: Análisis Socioeconómico de la Población Encuestada

Nivel	Frecuencia	Porcentaje de aceptación
Alto	127	75.8%
Medio	84	40.2%
Bajo	15	7.2 %

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados del análisis de nivel socioeconómico indican que la mayoría de los encuestados pertenecen a los estratos altos (75.8%), seguidos por los niveles medios (40.2%) y en

menor medida los bajos (7.2%). Este perfil socioeconómico refleja un escenario positivo para la implementación de una nueva tipología de turismo en San Gil, específicamente para proyectos como el hotel Trip Monkey del Río.

El predominio de un nivel socioeconómico alto sugiere una capacidad económica favorable para participar en actividades turísticas más sofisticadas y experienciales, como aquellas basadas en el turismo de aventura, cultural o comunitario. Estas actividades suelen implicar costos adicionales asociados a servicios especializados, pero también generan un valor agregado significativo para los visitantes, lo que incrementa el atractivo del destino.

Asimismo, el porcentaje representativo del nivel medio permite diversificar las estrategias, ofreciendo opciones accesibles que mantengan la inclusión y estimulen un mayor flujo de visitantes. Esto puede traducirse en un impacto positivo en la economía local, a través de la generación de empleo y la dinamización de sectores como la gastronomía, el comercio y los servicios comunitarios.

En conjunto, estos datos refuerzan la viabilidad de desarrollar experiencias innovadoras y diferenciadas en San Gil y para el hotel Trip Monkey del Río, posicionando la región como un destino turístico versátil, capaz de satisfacer diversos segmentos del mercado y contribuir al desarrollo sostenible de la zona.

7.7. Inversión del Turista en Alojamiento Para Una Nueva Experiencia Turística

En este apartado se preguntó al público: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en estadía por una noche en un alojamiento donde se le permita vivir una experiencia en donde encuentre todos estos nuevos aspectos socioculturales? A la que la encuesta arrojó los siguientes datos que se pueden visualizar en la Tabla 10.

Tabla 10: Precio que están dispuestos a pagar los turistas por alojamiento en Trip Monkey del Río

Precio a Pagar por noche	Frecuencia	Porcentaje de aceptación
Entre 100.000 y 200.000 COP	26	13.1%%
Entre 200.000 y 300.000 COP	152	72.1%
Por Dos noches de alojamiento		
entre 300.000 y 400.000 COP	26	13.1%
Entre 400.000 Y 500.000 COP	8	4%

Fuente: Elaboración propia

Los datos obtenidos muestran que el 72.1% de los encuestados están dispuestos a pagar entre 200,000 y 300,000 COP por una noche de alojamiento en Trip Monkey del Río, mientras que un 13.1% opta por tarifas entre 100,000 y 200,000 COP por noche. Además, un porcentaje equivalente (13.1%) está dispuesto a invertir entre 300,000 y 400,000 COP por dos noches de estadía, lo que refleja interés en experiencias prolongadas y de mayor valor agregado.

Estos resultados indican una disposición considerable del mercado a invertir en turismo experiencial que integre aspectos culturales únicos, lo que refuerza la viabilidad económica del proyecto. La variación en los rangos de precios también sugiere la oportunidad de diversificar la oferta turística, adaptándola a diferentes presupuestos sin comprometer la calidad de las experiencias.

Por otro lado, en términos económicos, los datos sugieren que la integración de actividades comunitarias no solo mejorará la ocupación del hotel, sino que también generará un impacto positivo en el desarrollo sostenible de la región, fortaleciendo la relación entre el hotel y su entorno. Estos hallazgos confirman que el turismo comunitario es una estrategia viable,

rentable y alineada con las tendencias actuales de sostenibilidad y responsabilidad social en el sector turístico.

En conclusión, la implementación de esta nueva tipología turística no solo responde a las expectativas del público objetivo, sino que también permite posicionar a Trip Monkey del Río como un referente en turismo cultural y sostenible en la región. Esto, a su vez, potenciará el desarrollo local, fortalecerá la oferta turística de San Gil y fomentará una conexión más profunda entre los visitantes y la riqueza patrimonial de la región.

7.8. Conclusiones de Resultados

En primer lugar, el estudio del contexto turístico reveló una riqueza cultural y natural significativa, además de un creciente interés por parte de los turistas por experiencias auténticas y sostenibles, lo que posiciona al turismo comunitario como una estrategia relevante para diversificar la oferta turística.

En segundo lugar, el estudio estadístico mediante encuestas evidenció una alta receptividad por parte de los turistas hacia esta tipología de turismo. La mayoría expresó interés en participar en actividades comunitarias que fomenten el aprendizaje cultural, la interacción directa con la población local y el respeto por el medio ambiente, destacando además su disposición a invertir en este tipo de experiencias.

Finalmente, el análisis de los resultados confirmó la viabilidad de implementar experiencias de turismo comunitario. Se identificaron factores clave como la infraestructura básica existente, la disposición de la comunidad para participar activamente y los beneficios económicos y sociales proyectados tanto para los anfitriones como para los turistas. Esto refuerza la idea de que el turismo comunitario no solo es factible, sino que también representa una

oportunidad estratégica para promover el desarrollo sostenible y fortalecer la competitividad turística en la región.

En resumen, la investigación respalda la implementación del turismo comunitario como una alternativa innovadora, responsable y alineada con las demandas del mercado actual, así como con los objetivos de desarrollo local y sostenible.

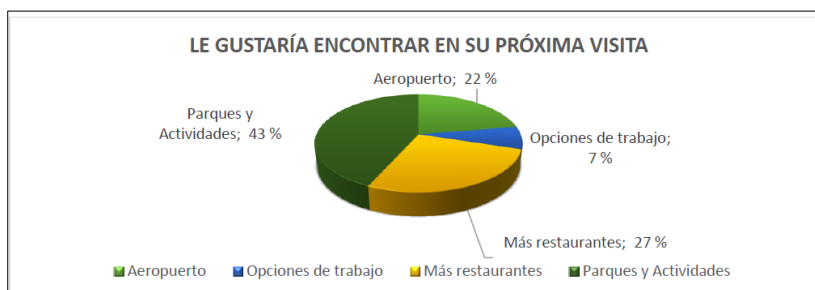
Se concluye, por tanto, que la implementación de este modelo no solo es necesaria, sino que representa una oportunidad estratégica para posicionar al hotel Trip Monkey del Río y a San Gil como un agente de cambio en el turismo sostenible y comunitario.

8. Discusión

En esta sección se discutirán los hallazgos obtenidos en relación con los objetivos de la investigación y se contextualizarán en el marco teórico existente.

En los resultados arrojados por la investigación exhaustiva realizada por Forero (2021) sobre la percepción de los servicios presentados en San Gil Santander, se registró una muy escasa experiencia para los turistas frente al reconocimiento de la cultura e identidad de la región. De igual manera se encuestó sobre las posibles actividades y/o cosas que les gustaría encontrar en San Gil.

Figura 29: Percepciones de lo que se quieren encontrar en las próximas visitas a San Gil



Fuente: (Forero, 2021)

Los datos arrojados por el estudio de Forero (2021) se inclinan a apoyar el objeto de estudio de esta investigación ya que señalan el interés de una gran parte de personas visitantes que quieren encontrar actividades y experiencias más significativas que logren elevar su calidad de vida sacándolos de su zona de confort. Consecuentemente, nace la necesidad de plantear una propuesta de un turismo diferente para la región, donde las personas tengan la oportunidad de compaginar y vivenciar las diferentes formas en las que una comunidad subsiste de manera empírica, forjando saberes que ponen en práctica logrando hacer la transformación de diferentes productos de calidad para ofrecer y, así pues, generar una propuesta de valor a su trabajo.

El estudio de la problemática permitió establecer como referente la importancia de tener presente el tema de la recuperación de la identidad cultural como un valor agregado al sector turístico. Se viabilizó la pertinencia del enfoque partiendo de una muestra de personas que pernotan en el municipio de San Gil, para así conocer sus distintos conceptos y opiniones acerca de un turismo basado en un aspecto más cultural que comprenda los saberes tradicionales para así conservarlos y mantenerlos como un recurso histórico-experiencial. En el estudio de Acevedo y Tarazona (2020), se documenta que los turistas han señalado la necesidad de mejorar la infraestructura turística, como las vías de acceso y los servicios de alojamiento, para asegurar una experiencia más cómoda y accesible. Además, dentro de la reciente demanda creciente por diversificar las ofertas turísticas para incluir más actividades culturales y educativas que resalten la historia y las tradiciones locales, se continuará intensificando la necesidad por encontrar transformación y variedad en un destino altamente turístico. Claramente. Se puede inferir desde los resultados arrojados en este estudio que, dentro de las percepciones y opiniones de los turistas, la demanda es real y es un llamado claro a la innovación de los servicios.

De los resultados positivos, hay que tener en cuenta que no es para nada fácil adentrar un segmento de mercado en turismo experiencial-comunitario en una zona que recibe visitantes que vienen en búsqueda de turismo de aventura como ya está establecido para el municipio de San Gil. A pesar de estos desafíos, se logra evidenciar desde el objeto de estudio, el interés por el público en ampliar la oferta turística para el municipio a través de la implementación de otro tipo de tours y experiencias turísticas.

8.1. Desafíos y Limitaciones

Dado que el turismo experiencial tiene una tajante posibilidad en el mercado, uno de los desafíos que estaría presente es la escasez de infraestructura turística como lo comenta Tarazona, (2020). El proyecto también enfrentaría desafíos debido a la competencia desleal de las empresas operadoras de turismo de aventura; este puede ser otro detonante al momento de diversificar la oferta turística de un sitio en el que los recursos entrantes se deban dividir y enfrentar la capacidad de carga al momento de ofrecer las actividades. Uno de los limitantes que puede surgir sería el no apoyo del gobierno local y nacional el cual es crucial para el éxito de nuevas iniciativas turísticas. Esto incluye la creación de políticas favorables, incentivos fiscales y subsidios para el desarrollo turístico de un territorio; así pues, es importante ampliar las percepciones a otros estándares donde las opiniones de los locales sea un influenciador en la toma de decisiones referentes al tema tratado.

8.2. Implicaciones y Recomendaciones

Los hallazgos de este estudio tienen importantes implicaciones ya que se está estudiando la posibilidad de ampliar la oferta más allá de un tipo de turismo de aventura o ecoturismo a otros campos en los cuales no se tiene mucho conocimiento. Esta tendencia de turismo puede lograr una estructuración del sector de la región, teniendo como prioridad la cultura y la historia para

catalogar el destino como un destino sustentable. Esta investigación puede fortalecerse más ampliando el enfoque sobre la población a la cual se le realiza el cuestionario y aplicarla a la gente local para saber diferentes opiniones acerca de la importancia de rescatar lo que se posee cultural e históricamente (Moreno, 2010).

La investigación arrojó a una serie de datos los cuales se interpretaron dando referentes positivos respecto a la implementación de la tipología turística. El paso a seguir en la búsqueda de información es hacer un inventario exhaustivo de la cantidad de recursos culturales con que cuenta la región y hacer un empaquetamiento de los productos para así poder generar una creación de paquetes turísticos en base a la oferta. Serán vitales elementos como la organización de festivales culturales, mercados de artesanías y eventos gastronómicos que puedan atraer a un público más amplio y proporcionar una experiencia más enriquecedora para los visitantes.

9. Conclusión

El turismo en San Gil y la región está siendo impulsado de manera acelerada, por eso es fundamental que la academia forme profesionales que desarrollen las mejores capacidades para impulsar proyectos con estándares elevados que apunten a la implementación de iniciativas como las propuestas en esta investigación.

La región cuenta con una serie de recursos invaluable de los cuales se puede aprovechar de manera benéfica para la creación de paquetes y experiencias que puedan fortalecer la visibilidad del territorio mostrando desde su identidad y costumbres el valor agregado que le da a las vidas de los visitantes y los locales.

San Gil y la provincia de Guanentá cuentan con una serie de potenciales naturales, culturales, históricos y religiosos que pueden incentivar el crecimiento exponencial de su oferta

turística y diversificación; es muy relevante conocer de raíz todo el potencial con el que se cuenta para así de esa manera explotarlo turísticamente de forma adecuada.

En complemento a la información anterior y a los datos recolectados, se puede concluir de manera objetiva que el turismo experiencial en el municipio de San Gil, Santander, es una propuesta a la innovación con muchos puntos que favorecen su viabilidad, como lo son el potencial con el que cuenta, la zona geográfica donde se encuentra, el reconocimiento que ha estandarizado sus servicios turísticos a niveles altos y el gran interés demostrado por la población objeto de estudio.

No debemos restar importancia al hecho de que el turismo comunitario es uno de los pilares que mueve una economía local; por esa razón, la Organización Mundial de Turismo (2008), recalca la importancia que tiene el turismo comunitario y de qué manera se está convirtiendo en una de las tipologías a las cuales se está enfocando más el trabajo turístico. Es vital estandarizarlo a altos niveles y lograr apropiarse de la identidad local e importancia de la cual es sujeto.

Referencias bibliografía

- Alcaldía de charalá. (2018). *Mi Pueblo creador de cultura*.
- Alcaldía Municipal de Páramo Santander. (2019). *Mi pueblo creador de cultura*. Páramo Santander.
- Alcaldía Municipal San Gil. (2020-2023). *PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL*. SANGIL.
- Asociación Hotelera y Turística de Colombia. (2022). *2022 termina con la mejor tasa de ocupación hotelera en 7 años*. Bogotá.
- Blogchabelly. (20 de Junio de 2009). *TURISMO EN LA PROVINCIA GUANENTINA*. Obtenido de Turisan Turismo de Santander: <https://turisan.blogspot.com/2009/06/turismo-en-la-provincia-guanentina.html>
- Boote, A. (2005). *La investigación como herramienta de*. España.
- Butler, R. (2019). *Evolución de los destinos Turísticos*.
- Cabanilla, E. (16 de Mayo de 2018). *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/246/2461284011/html/index.html#redalyc_2461284011_ref145
- Cámara de Comercio de Bucaramanga . (2020). *Antecedentes Turísticos de San Gil Santander*. San Gil: Instituto de Cultura y Turismo San Gil.
- Cámara De Comercio De Bucaramanga. (2020). *Informe Sobre los prestadores Con RNT vigente a 30/01/2020*. Bucaramanga.
- Creswell. (2014). *Fundamentos de la investigación en campo*. España.
- Ecofibras Curití Cooperativa. (2023). *ECOFIBRAS CURITÍ*. Obtenido de ECOFIBRAS CURITÍ: <https://www.ecofibrascuriti.com/>
- Escuela Universitaria De turismo De Murcia. (2012). *EL TURISMO. CONCEPTOS Y DEFINICIONES E IMPORTANCIA ACTUAL*. Murcia.
- Espectador, E. (22 de Febrero de 2023). *Turismo en Santander; motor de desarrollo socioeconómico y cuidado del ecosistema*. Obtenido de Turismo en Santander, motor de desarrollo socioeconómico y cuidado del ecosistema: <https://www.lespectador.com/contenido-patrocinado/turismo-en-santander-motor-de-desarrollo-socioeconomico-y-cuidado-del-ecosistema/>
- Forero, L. (2021). *Percepción Sobre los servicios turísticos en sangil*.
- Fundación Socorranos en Acción, Cámara de Comercio de Bucaramanga y Universidad Industrial de Santander. (2023). *Rescatando los caminos históricos, Ruta de los comuneros*. Socorro, Santander: UIS.

- Gilmore, P. y. (1999). *Turismo experiencial*.
- Huéscar, A. (1993). *"Nuevo marco conceptual del turismo"*.
- Instituto de Cultura y Turismo de San Gil. (2022). *Formulación política pública de turismo*. Sangil.
- Instituto de Cultura Y Turismo San Gil. (2019). *Informe del Ministerio de comercio, Industria y Turismo*. Bogotá.
- Jaramillo, M. J. (2015). *El papel de la descripción en la investigación cualitativa*.
- Marrero, M. (2016). *glosario de terminos hoteleros, turisticos y relacionados*. Tenerife, canarias, españa.
- Ministerio de Comercio, I. y. (2022). *Definiciones y actividades de prestadore de servicios turisticos*. bogota.
- MiTIC. (2022). *Plan Sectorial de turismo*. Bogotá.
- Molero, D. R. (2020). *EL TURISMO COMUNITARIO: UN ACERCAMIENTO A LA REALIDAD DE COLOMBIA Y PERÚ*.
- Moreno, M. C. (2010). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*.
- Orozco, F. A. (2021). *Introduccion a la hoteleria*.
- Pearce. (1995). *LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE*. Murcia españa: Universidad de Murcia.
- Pérez, G. D. (2016). *La expansion internacional industria Hotelera de los paises desarrollados frente a los paises subdesarrollados*.
- R.Buckley. (2006). *Adventure Tourism*.
- Registro Nacional De Turismo. (2022). *Base de datos de prestadores nuevos del sector turismo*. Bogotá.
- Ritchie, G. y. (2003). *Modelos teoricos aplicados al turismo*.
- Santander, J. d. (12 de 12 de 2022). Boletín de Prensa. *Santander, la puerta abierta a los turistas nacionales e internacionales con buen servicio*, pág. 1 de 3.
- Secall, E. (2003). *sugiyarto, blake y sinclair*.
- SiTUR. (2019). *Estadísticas Santander año 2019*.
- Tarazona, Á. A. (2020). *El turismo como propuesta patrimonial: de los museos arqueológicos a las nuevas alternativas lúdicas en la actual provincia de Guantá (Santander, Colombia)*. Bucaramanga: Memorias.

TecnoHotel. (12 de junio de 2019). ESAH con las últimas tendencias del sector en Tecnohotel Forum.

Teddlie, T. y. (2009). *Diseño de metodologías mixtas. Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas*. Guadalajara: Universidad Jesuita de guadalajara.

Turismo, O. M. (2008). *Glosario de Terminos*. Obtenido de Glosario de términos de turismo : <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Valle, E. G. (2022). *Nuevas tendencias Hoteleras en la reactivación turística. Caso y propuesta*. Lima, Perú: universidad nacional de educacion.

Villavicencio, B. P. (2016). *El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca*:. Mexico: Universidad Autónoma del Estado de mexico.

Visible, C. (2023). *Redescubra el país con estas 20 experiencias de turismo*. Obtenido de Redescubra el país con estas 20 experiencias de turismo: <https://colombiavisible.com/turismo-transformador-que-impulsan-las-comunidades-de-colombia/#>

Apéndice A: Encuesta Aplicada

1. *Genero*
 - *Femenino*
 - *Masculino*
 - *Otro*
2. *Edad*
 - *Entre 14 y 20 años*
 - *Entre 20 y 30 años*
 - *Entre 30 y 40 años*
 - *Más de 40 años*
 - *Otro*
3. *País de procedencia* _____
4. *Ciudad de procedencia* _____
5. *¿Cuál es el motivo principal por el cual viaja a San Gil?*
 - *Negocios*
 - *Bienestar*
 - *Gastronomía*
 - *Aventura*
 - *Visita familiar*
 - *Transito*
 - *Vacaciones*
 - *otro*
6. *¿En qué forma suele viajar?*
 - *En familia*
 - *Entre amigos*
 - *En pareja*
 - *Solo*
 - *Otro*
7. *¿Con que frecuencia viaja a San Gil?*
 - *Una vez por año*
 - *En temporada de vacaciones*
 - *Viajo por trabajo cada mes*
 - *Primera vez que viajo*
 - *Otro*
8. *¿Por qué medio se enteró del destino de San Gil, Santander y toda su oferta?*
 - *Agencia de viajes*
 - *Redes sociales*
 - *Páginas web*
 - *Portales oficiales*
 - *Amigos/familiares*
 - *Posters de información*
 - *Medios de comunicación masiva (tv, radio, prensa)*
 - *Búsqueda en internet*

- *otro*
- 9. *¿Qué es lo más le ha gustado del destino de San Gil?*
 - *Sitios de interés*
 - *Deportes de aventura*
 - *Parques*
 - *Arquitectura*
 - *La amabilidad de las personas*
 - *Atractivos naturales*
 - *Pueblitos aledaños*
 - *Otro*
- 10. *¿Qué más le gustaría conocer de San Gil y esta región?*
 - *Cultura*
 - *Música*
 - *Gastronomía*
 - *Artesanías*
 - *Historia*
 - *Naturaleza*
 - *Otro*
- 11. *¿Volverías a visitar San Gil?*
 - *Si*
 - *No*
 - *Tal vez*
- 12. *¿Por qué razón no volverías a San Gil, Santander?* _____
- 13. *Le gustaría que en su próxima experiencia en San Gil se enfocara en un turismo experiencial, basado en la gastronomía y cultura de la región en los que se pudiera familiarizar con:*
 - *Ferias de emprendimiento*
 - *Muestras gastronómicas*
 - *Muestras culturales (teatro, danza, música, arte, objetos de artesanías)*
 - *Muestras de historia*
 - *Muestras de tradiciones de la región*
 - *Si*
 - *No*
 - *Otro*

Si su respuesta es no se plantea:

13.1 ¿Porque no te gustaría vivir una experiencia diferente además del turismo de aventura en el destino de San Gil?

- *No me gustó el clima del municipio.*
- *No me gustaría explorar sobre el municipio.*
- *Estos nuevos Temas no me llaman la atención.*
- *No me gustó la atención dada por la gente de San Gil*
- *Solo me interesan los deportes de aventura en San Gil.*

- *Otro*
- 13.2. *¿Qué te gustaría encontrar en San Gil, si tienes la oportunidad de regresar nuevamente? _____*
14. *¿En qué espacio le gustaría que se enfocara su experiencia en San Gil?*
- *Ferias de emprendimiento*
 - *Muestras gastronómicas*
 - *Muestras culturales (teatro, danza, música, arte, objetos de artesanías)*
 - *Conocimiento de historia*
 - *Muestras de tradiciones de la región*
 - *Otro*
15. *¿Qué interés le generaría si en su próximo hotel que se hospede en San Gil tuviera usted la oportunidad de adquirir un paquete turístico que le permita descubrir acerca de la gastronomía, cultura e historia de esta región de Santander?*
- *Bastante Interés*
 - *Algo de interés*
 - *No me gusta*
 - *No me interesa*
 - *Otro*
16. *¿Qué municipios de la región desearía conocer más a fondo de su cultura?*
- *Paramo*
 - *Valle de San José*
 - *Charalá*
 - *Villanueva*
 - *Cabrera*
 - *Curití*
 - *Mogotes*
 - *Pinchote*
 - *Socorro*
17. *¿Qué interés le generaría la idea de no tan solo promocionar el destino de San Gil como un destino de turismo de aventura sino también como un destino de turismo experiencial, adentrándose en la historia, cultura y gastronomía de San Gil y sus pueblitos aledaños?*
- *Me gustaría que se resalte la historia de la región*
 - *Me gustaría que podamos ver muestras culturales*
 - *Me gustaría explorar acerca de la gastronomía de la región*
 - *Me gusta poder aprender acerca de saberes tradicionales y tertulias de antepasados*
 - *Me gustaría ver los emprendimientos de las personas de la región*
 - *otro*
18. *¿Cuál es su nivel socioeconómico?*
- *Alto*
 - *Medio*
 - *Bajo*

- *Otro*
- 19. *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en estadía por una noche en un alojamiento donde se le permita vivir una experiencia en donde encuentre todos estos nuevos aspectos socioculturales?*
 - *Por una noche, entre 100.000 y 200.000 COP*
 - *Por una noche, entre 200.000 y 300.000 COP*
 - *Por dos noches, entre 300.000 y 400.000 COP*
 - *Por 2 noches, entre 400.000 y 500.000 COP*

Apéndice B: Encuesta aplicada en inglés

1. *Gender*
 - o Female*
 - o Male*
 - o Other*
2. *Age Between 14 and 20 years*
 - o Between 20 and 30 years*
 - o Between 30 and 40 years*
 - o Over 40 years*
 - o Other*
3. *Country of origin _____*
4. *City of origin _____*
5. *What is the main reason why you travel to San Gil?*
 - o Business*
 - o Wellness*
 - o Gastronomy*
 - o Adventure*
 - o Family Visit*
 - o Transit*
 - o Vacation*
 - o Other*
6. *How do you usually travel?*
 - o With family*
 - o Among Friends*
 - o As a couple*
 - o Alone*
 - o Other*
7. *How often do you travel to San Gil?*
 - o Once a year*
 - o During the holiday season*
 - o I travel for work every month*

- o First time traveling*
 - o Other*
8. *How did you find out about the fate of San Gil Santander and all its offerings?*
- o Travel agency*
 - o Social networks*
 - o Web pages*
 - o Official portals*
 - o Friends/family*
 - o Information posters*
 - o Mass media (TV, radio, press)*
 - o Internet search*
 - o Other*
9. *What did you like most about the destination of San Gil?*
- o Places of interest*
 - o Adventure sports*
 - o Parks*
 - o Architecture*
 - o The friendliness of the people*
 - o Natural attractions*
 - o Nearby towns*
 - o Other*
10. *What else would you like to know about San Gil and this Region?*
- o Culture*
 - o Music*
 - o Gastronomy*
 - o Crafts*
 - o History*
 - o Nature*
 - o Other*
11. *Would you visit San Gil again?*
- o Yes*

o No

o Maybe

12. *Why would you not return to San Gil, Santander* _____

13. *Would you like your next experience in San Gil to focus on experiential tourism, based on the gastronomy and culture of the region, where you could become familiar with:*

- Entrepreneurship fairs

- Gastronomic displays

- Cultural displays (theater, dance, music, art, crafts)

- History displays

- Displays of the region's traditions

o Yes

o No

o Other

If your answer is no, ask yourself:

13.1 *Why wouldn't you like to live a different experience besides adventure tourism in the destination of San Gil?*

o I didn't like the climate of the municipality.

o I wouldn't like to explore the municipality.

o These new topics don't attract my attention.

o I didn't like the attention given by the people of San Gil

o I'm only interested in adventure sports in San Gil.

o Other

13.2. *What would you like to find in San Gil, if you have the opportunity to return again?*

14. *What area would you like your experience in San Gil to focus on?*

o Entrepreneurship fairs

o Gastronomic displays

o Cultural displays (theater, dance, music, art, crafts)

o Knowledge of history

o Displays of regional traditions

o Other

15. *How interested would you be if, at your next hotel in San Gil, you had the opportunity to purchase a tourist package that would allow you to discover the gastronomy, culture and history of this region of Santander?*

- o Quite Interesting*
- o Somewhat Interesting*
- o I don't like it*
- o I'm not interested*
- o Other*

16. *Which municipalities in the region would you like to learn more about their culture?*

- o Paramo*
- o Valle de San José*
- o Charalá*
- o Villanueva*
- o Cabrera*
- o Curití*
- o Mogotes*
- o Pinchote*
- o Socorro*

17. *What interest would you generate in the idea of not only promoting the destination of San Gil as an adventure tourism destination but also as an experiential tourism destination, delving into the history, culture and gastronomy of San Gil and its surrounding towns?*

- o I would like to highlight the history of the region*
- o I would like us to be able to see cultural samples*
- o I would like to explore the gastronomy of the region*
- o I like to be able to learn about traditional knowledge and ancestral gatherings*
- o I would like to see the undertakings of the people of the region*
- o other*

18. *What is your socioeconomic level?*

- o High*
- o Medium*
- o Low*

o Other

19. How much would you be willing to pay for a night's stay in an accommodation where you are allowed to live an experience in which you find all these new sociocultural aspects?

o For one night, between 100,000 and 200,000 COP

o For one night, between 200,000 and 300,000 COP

o For two nights, between 300,000 and 400,000 COP

o For 2 nights, between 400,000 and 500,000 COP