

REVISTA TEMAS



Murallas de Sagsayhuama, Perú.

Referencia al citar este artículo:

Gómez, D.T., Carranza, Y., Ramos, C.A. (2017). Ecoturismo, turismo experiencial y cultural. Una reflexión con estudiantes de Administración de Turismo. *Revista TEMAS*, 3(11), 229 - 236

<http://dx.doi.org/10.15332/rt.v0i11.1757>

Ecoturismo, turismo experiencial y cultural. Una reflexión con estudiantes de Administración de Turismo¹

Dustín Tahisin Gómez Rodríguez²
Yeimmy Carranza Abella³
Camilo Andrés Ramos Pineda⁴

Recibido 03/04/2017 Aprobado 20/05/2017

Resumen

El objetivo del presente artículo es hacer una reflexión sobre ecoturismo, turismo experiencial y cultural, con estudiantes de Administración de Turismo de la Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá, Colombia. Por medio de una metodología cualitativa, analítica descriptiva, en la que se llegó a las siguientes conclusiones: la potencialidad que tiene el territorio colombiano frente al turismo de estas tipologías, como el mejoramiento de las competencias en lectura y escritura de los estudiantes que participaron en este proceso.

Palabras clave

Cultural, ecoturismo, escritura, experiencial y lectura.

Ecotourism, experiencial and cultural tourism. A reflection with Tourism Administration students

Abstract

The objective of this article was to conduct a reflection on ecotourism, experiential and cultural tourism, with students of tourism administration of the Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá, Colombia through a qualitative methodology, analytical descriptive. The main conclusions are: the potentiality that the Colombian territory has against the tourism of these typologies, such as the improvement of the reading and writing skills of the students who participated in this process.

Keywords

Cultural tourism, ecotourism, experiential, reading and writing.

1. Artículo de reflexión.

2. MS.c. Perteneciente al grupo de investigación GOVCM de la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá y de GODH de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá. Correo electrónico: dtgomez@ue.edu.co y dgomez@usbbog.edu.co

3. Docente de Preescolar en el Colegio Cafam Floresta. Licenciada en Educación Preescolar y estudiante de primer semestre de la Especialización en Didácticas para Lecturas y Escrituras con énfasis en Literatura de la Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá, Colombia. Correo electrónico: ycarranza@colegiocafam.edu.co

4. Estudiante del Doctorado en Gerencia y Política Educativa Universidad de Baja California. Magister en Educación Bilingüe, Universidad de los Andes. Licenciado en Inglés y Francés por la Universidad la Gran Colombia. Docente Uniminuto y Secretaría de Educación Distrital. Correo electrónico: ca.ramos965@uniandes.edu.co

Introducción

La economía colombiana en su conjunto, ha presentado cambios vertiginosos en el siglo XX como en el XXI. En efecto, estas transformaciones han contribuido en ampliar su portafolio, entre ellos, el sector de servicios como el turismo (Gómez, 2014; 2013). De igual manera, estas dinámicas han requerido de un talento humano que esté en concordancia con las exigencias de un mundo que tiende a ser globalizado, es decir, un capital humano que tenga tanto competencias gruesas como blandas para posicionarse en un mercado laboral tan fluctuante (Ibagón, 2015) y (Gómez, 2015).

Es por ello, que la Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá, Colombia avaló en el presente año un proyecto denominado: "Revisión documental. Mejoramiento de las competencias de lectura escritura en estudiantes universitarios", con el objetivo de enriquecer los conceptos, las categorías como la utilización de bases de datos reconocidas por Colciencias⁵, así como la utilización de perfiles de investigación; en su afán de contribuir con las dinámicas de la economía colombiana y, sobre todo, del mercado laboral en sus educandos (Gómez, Carranza & Ramos, 2017). Por eso, el presente documento fue realizado en conjunto con estudiantes de quinto semestre de Administración en Turismo de la Institución, contribuyendo así en el objetivo del proyecto como en posicionar a los futuros profesionales de la Universidad para el aparato productivo nacional e internacional, a través del fortalecimiento de sus competencias (Ibagón, Gómez & Santamaría, 2016).

Por este motivo, el artículo se divide en una introducción ya expuesta, prosigue

con los aportes de la revisión documental realizada por los estudiantes y asesorada por el profesor (evidenciando tipologías de turismo, su posterior análisis descriptivo de cada una de las fuentes escogidas por los educandos), teniendo como derrotero una metodología cualitativa. Ya que a diferencia de los estudios de corte cuantitativo que "destacan la explicación y el control; los investigadores cualitativos destacan la comprensión de las complejas relaciones entre todo lo que existe" (Stake, 1998, p. 42), tomando como categoría de búsqueda: turismo experiencial, aviturismo y turismo cultural, para terminar con unas pequeñas conclusiones.

Reflexión con estudiantes del programa de Administración Turística Ecoturismo: aviturismo

El aviturismo es una de las modalidades de ecoturismo y turismo especializado con mayor dinamismo en el presente. El aviturismo se ha definido como la actividad de observar e identificar aves en su hábitat natural, en que una de las características principales de esta modalidad es la atracción principal de aves, visitándolas en lugares alternativos fuera de las rutas del turismo masivo. Por consiguiente, los destinos principales son las áreas con hábitat natural en buen estado de conservación donde se encuentren las aves, con lo cual el observador de aves se traslada de un lugar a otro pasando el día en ello.

En efecto, uno de los países más desarrollado en aviturismo es Cuba, por su avifauna en el contexto de Caribe Insular, donde se identifican las regiones de mayor riqueza en recursos ornitológicos y la dinámica del patrón migratorio en la selección del período óptimo para el avistamiento del mayor número total de especies. En consecuencia, desde el

5. Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación - Colciencias.

punto de vista ornitológico, Cuba es la isla del Caribe con mayor representatividad de avifauna en cuanto al número total de especies y un alto por ciento de endémicos. Es así que se reportan también el 50% de los endémicos del Caribe Insular y abundancia de aves neárticas y neotropicales. Ambos factores son de significación para los diferentes mercados por la posibilidad de agregar especies nuevas a la lista personal de por vida de los observadores (Chávez & Gracia, 2016).

Por otro lado, el aviturismo en Colombia aún se está desarrollando de manera potencial turísticamente, en virtud de que Colombia tiene grandes ventajas debido a la diversidad de flora y fauna, de hábitat y la gran cantidad de especies endémicas que se encuentran en el país, como las condiciones y la ubicación del territorio colombiano hacen que se fortalezca la biodiversidad en las diferentes regiones con los diversos pisos térmicos del país. Precisamente se puede afirmar que en la ciudad de Bogotá se puede realizar la actividad de aviturismo en los humedales de Santa María del Lago y la Florida, debido a que estos fueron seleccionados por la Alcaldía para estudiar la reproducción como formación de pareja y el comportamiento de las aves (Benítez, Morales & Cely, 2011).

Otra de las regiones con gran existencia de aves es Puerto Asís en el departamento de Putumayo, en el cual se encuentran más de 100 especies que se extienden en todo su territorio, hasta la región amazónica. De igual modo el material de Puerto Asís enlaza los conocimientos de la avifauna de la Amazonia colombiana con la ecuatoriana y peruana (Olivares, 2012) y (Quintana, Acevedo, Plase, Ruales & Monsalve, 2016). De igual modo, estudios realizados de especies de aves en Colombia se encuentran archivados numerosos documentos que se han

descubierto, una lista de 12 especies de aves que han transitado el país por primera vez a la lista de aves de Colombia, se han adicionado especies como el pato amarillo (Lehmann, 2012), y especies como: *Neochen jubata*, *Anas brasiliensis*, *Cathartes urubitinga*, *Aratinga pertinax lehmanni*, según (Dugand, 2012)., entre otras.

En el mismo sentido la identificación de especies endémicas y casi-endémicas, como la distribución de estas aves en Colombia, 79 son endémicas y 193 casi-endémicas, incluyendo cinco especies para las islas, 19 especies como de interés con casi 50% de su distribución en Colombia y 16 en una nueva categoría de información insuficiente para evaluar su estatus. La mayor cantidad de especies se encuentra en alturas medias en las cordilleras (800-2400 msnm), con mayor número para la Sierra Nevada de Santa Marta, el andén Pacífico y la cordillera Oriental. Las casi-endémicas están compartidas principalmente con Ecuador y Panamá en el lado Pacífico (Chaparro, Echeberry, Córdoba, & Sua, 2013).

Cabe resaltar que el aviturismo es una actividad que se realiza en las primeras horas de la mañana, esta actividad requiere de mucha concentración y silencio, debido a que las aves son desconfiadas y no se acercan al ser humano, si no se siguen estas pautas se afectará la actividad haciendo que las aves se vayan o se escondan.

Turismo cultural

El turismo cultural es una actividad que es realizada por personas que quieren conocer los vestigios que dejaron las civilizaciones antiguas que dan como resultado el mundo que hoy se conoce. Precisamente el turismo cultural es un turismo alternativo, que consume la co-

mercantilización de la cultura, abarcando monumentos, ruinas, el color local, los vestigios de una época, entre otros (Baudrihayé, 1997).

Por consiguiente, el turismo cultural debe servir para conocer la historia del mundo sin dar demasiada importancia al factor económico que tiene esta actividad, sin olvidarlo. Ya que, el turismo en cualquiera de sus tipologías es una industria generadora de empleo, aportando así al crecimiento económico de cualquier país y esa es una de las ventajas que destaca Baudrihayé, en virtud de las diversas poblaciones alrededor de los atractivos culturales. De igual manera, Baudrihayé explica que existen desventajas, tales como el peligro que hay en que se presente una transculturación y el deterioro de los atractivos. Sin embargo,

comienza a visualizarse como una actividad que no solo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales (Toselli, 2003, p. 3).

En efecto, el turismo cultural está disociado del turismo de masas, su consumo se ha vinculado a la posibilidad de realizar distinciones sociales, pasando de ser exclusivo de las clases acomodadas a popularizarse como una ambición que teóricamente garantiza el prestigio social. Pero aun así, la base del turismo cultural o lo que mueve a las personas a inclinarse por este tipo de turismo, es tener un conocimiento del pasado, indagar en lo que las culturas pasadas pueden contar a través de sus legados. Sin descartar como indica (Richards, 2001), que el hecho de que haya cada vez más gente que viaja durante las vacaciones lleva inevitablemente a que haya más visitas a

los centros culturales, pero eso no quiere decir que la gente se interese más por la cultura.

En cuanto a la organización de estos viajes Richards (2001) reconoce que la influencia de las nuevas tecnologías ha afectado en que las personas ya no recurren como lo hacían antes a los tour operadores, la gran mayoría de la población prefiere organizar ellos mismos sus visitas, pero no solo eso, el internet también juega el papel de guía, ya que las personas llegan a los atractivos y a las ciudades con la información necesaria para desarrollar su visita. Ahora en términos de cultura, según (Pastor, 2003, p. 101)

será cada comunidad, por sí misma, quien tenga que ocuparse de inventariar, catalogar, conservar y, en su caso, activar el patrimonio propio. Esta decisión, que debe depender exclusivamente de los miembros de cada grupo, puede ponerse en marcha con el apoyo económico de instituciones del Estado o empresariales.

No solo es mostrar una comunidad a los turistas, es hacer que esa comunidad se integre al proceso turístico, cuidando el patrimonio, inventariando los atractivos y demás acciones que permitan llevar de buena forma el sistema turístico y que permitan demostrar la transversalidad que tiene el turismo, y por esta misma característica es que cuando se habla de turismo cultural el etnoturismo es una de sus corrientes, por lo que cuando un turista llega a una población debe respetar las tradiciones e ideologías de la misma (Atlas, 2005) y (Ledo, Bonín & Iglesias, 2007).

Turismo experiencial

El turismo experiencial surge como una tipología estudiada por ciencias como la sociología, la filosofía, la psicología, la antropología y se define como

el momento en el que la persona vive situaciones satisfactorias y emocionantes; dejando para esta una recordación; las experiencias están dimensionadas como sensoriales, emocionales, intelectuales e interactivamente al clasificarlas se pueden ajustar a diferentes actividades que la persona realice, es por esto que al influir de manera significativa logrará obtener acogida rápidamente y así permitir la construcción de vivencias experimentales o acontecimientos ocurrentes fuera de la rutina diaria (Jiménez & Campo, 2016) y (Rivera, 2013).

Una de las herramientas factibles para la promoción y el conocimiento de este nuevo tipo de turismo, pionero en las vivencias de los turistas, es la utilización del marketing. Este ha dado inicio a las necesidades y deseos del consumidor; como eje central indaga la forma de pensar y entender la relación de intercambio de la empresa con su mercado (Giana, 2012); por su parte Philip Kotler argumenta que las decisiones de compra se ven influidas por factores culturales, sociales, personales y psicológicos que deben ser tenidos en cuenta en la gestión del marketing.

La tipología de turismo experiencial es desarrollada por los distintos territorios a los que no se les puede dejar a un lado, pues son utilizados como una herramienta clave para posicionarse como marca-ciudad, para atraer turistas e inversión extranjera; la estrategia clave es la utilización del marketing en la realización de un mega evento que será capaz de suscitar experiencias emocionales entre los ciudadanos y turistas a nivel macro con una mirada holística que abarca cultura y entretenimiento (López, Kuster, & Martín, 2016).

El turismo tiene un papel importante al entrar en territorios que administran ciertos recursos y atractivos que permi-

ten generar un desarrollo sostenible, por ende, actualmente se lleva a cabo un turismo experiencial en humedales, que al encontrarse en ecosistemas protegidos, conservados y con bio-diversidad específica son relevantes y considerados como atributos únicos, de gran acogida por observadores de aves, grupos escolares que realizan actividades educativas y público en general no especializado (Viñals & Alonso, 2016).

Lo anterior se desarrolla a menor escala, pero de forma similar al turismo experiencial en paisaje cultural cafetero, las rutas de café del clúster turístico del Quindío se ha encargado de la elaboración y diseño de la oferta en esa parte del país, apostando a la competitividad y teniendo en cuenta variables fundamentales como el paisaje y la biodiversidad, la cultura cafetera, los parques temáticos, la arquitectura, la gastronomía, el arte y cultura (CCTQ, 2012).

A medida que la población se encarga de saber cuál es el potencial turístico del territorio, se implementan propuestas turísticas como es el caso de Colosó, Sucre, que utilizan inventarios turísticos para descubrir y evaluar la vocación del mismo, dando a conocer recursos y atractivos que serán parte del producto final de la investigación para el desarrollo de nuevas ideas de turismo como lo es el turismo experiencial. El saber que tiene cada territorio permitirá centrarse en su tipología de turismo (Karin, 2013). Por tanto el turismo experiencial deberá adaptarse al mercado actual, por medio de sistemas informáticos en donde las principales agencias de viajes online siguen evolucionando e incorporando plataformas especializadas en alojamiento y actividades, los usuarios ahora reservan un viaje a través de Internet, las empresas y destinos turísticos se encuentran en un mercado complejo en el que deben

desarrollar propuestas de valor innovadoras, agregando valor, allí encontramos el turismo experiencial, consiguiendo que la marca sea representativa y se dé a conocer para generar contenido social y fidelice a los clientes. Desde el punto de vista tecnológico será cada vez más importante su uso para optimizar la gestión de los precios, la ocupación y la reputación en sus canales de distribución (Thinktour, 2016).

El turismo experiencial se debe percibir como una oportunidad para captar más turistas a nivel mundial y abrir nuevos mercados, de esta forma poder diversificar los servicios turísticos que brinden desarrollo y sostenibilidad en el lugar donde se lleve a cabo; caso tal fue la oportunidad que se vio en España al ofrecer diversos productos turísticos experienciales a personas provenientes de China, creando experiencias específicas según los gustos y preferencias de sus visitantes, mejorando la promoción del producto turístico en dicho país (Liu, 2013).

Reflexiones finales

Colombia es un país con gran potencial para realizar la actividad de aviturismo, los turistas aproximadamente están invirtiendo entre USD\$2500 a USD\$3000 para recorrer todas las rutas de avistamiento de aves en cada región. Cabe resaltar que son más turistas extranjeros que locales; se puede evidenciar mediante estas cifras que el aviturismo es realmente rentable, pero esta actividad deben realizarla personas especializadas, para que el país se pueda posicionar como uno de los mejores lugares para el avistamiento, debido a la diversidad de aves que se encuentran y a la cantidad en todo el territorio colombiano. Sin olvidar que cada día se puede identificar más de una especie nueva que llega o pasa por el territorio nacional, generando más esta

actividad de aviturismo para los potenciales clientes y así ofrecer una experiencia de satisfacción en ellos.

El turismo experiencial es una oportunidad potencial para el país y no debe confundirse con la generalidad del sector, la cual es visitar lugares no habituales, sino, entender la diferencia entre vivencia y experiencia. La vivencia es aquel lugar que visita el turista, sin embargo, la experiencia es aquel factor fundamental que le provoca la vivencia y que recordará con el pasar del tiempo. Por consiguiente, el turismo experiencial deberá ir de la mano de tecnologías de información, medio por el cual se podrá comercializar y dar a conocer su tipología. En el mismo sentido, se debe ver al turismo experiencial de forma holística en donde se tenga en cuenta la situación interna del país, las condiciones sociales en las que desee presentarse y la condición económica que se desarrolle en la localidad explotada.

El turismo cultural si bien está en auge sus principales clientes no emplean más del 40% de su tiempo en “consumir” este producto, por lo que se debe incentivar el descubrimiento de la cultura en las personas que son propias del destino para generar un sentido de pertenencia con su patrimonio y así cuando llegue la ola de turismo a cada lugar, se realice un turismo responsable que no afecte la identidad social de la región y evitar el fenómeno de transculturación en cada uno de los lugares visitados. El turismo cultural es un turismo exigente por la calidad de la información que pide el turista, por lo que al conocer la historia del mundo es importante para prestar un servicio integral a los turistas, el Camino de Santiago es una muestra de cómo un evento puede llegar a sacar “del olvido” a un atractivo.

La realización del presente documento contribuyó a mejorar significativamente

la utilización de bases de datos como repositorios nacionales en los educandos participantes. De igual modo, se pudo evidenciar una mejor comprensión en la utilización de conectores como de signos de puntuación, como ratificar que el gusto por indagar temáticas del agrado de los estudiantes amplía y desarrolla un mejor manejo de conceptos y categorías referentes a los futuros profesionales de administración turística de la Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá, Colombia.

Referencias

- ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education). Recuperado de http://www.atlas-euro.org/sig_socio/tabid/85/language/en-US/Default.aspx
- Baudrihaye, J. (1997). El turismo cultural: luces y sombras. *Estudios Turísticos*, 134-135.
- Benítez, H., Morales, J., & Cely, J. (2011). Aspectos de la reproducción y el comportamiento de *Podilymbus podiceps* (aves: podicipedidae) en dos humedales de Bogotá, Colombia. *Revistas Electrónicas UN. Acta Biológica Colombiana*, 61-68.
- Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío - CCTQ. (2012). *Competitividad del clúster turístico del Quindío*. Recuperado de <http://camaraarmenia.org.co/files/Proyecto%20INNPULSA%20CLUSTER%20TUR%C3%8DSTICO.pdf>
- Chaparro, S., Echeberry, M., Córdoba, S., & Sua, A. (2013). Listado actualizado de las aves endémicas y casi-endémicas de Colombia. *Biota Colombiana*, 235-272. Redalyc.
- Chávez, E., & Gracia, F. (2016). El turismo de observación de aves en Cuba. *Investigaciones Turísticas*, 20-49.
- Dugand, A. (2012). Adiciones a la lista de aves conocidas en Colombia. *Caldasia*, 53-61.
- Dugand, A. (2012a). Dos nuevas aves de Colombia. *Caldasia*, 191-198.
- Dugand, A., & Phelps, W. (2012). Aves de la ribera colombiana del río Negro (frontera de Colombia y Venezuela). *Caldasia*, 225-245.
- Espelt, N., Fernández, J., & Casellas, D. (2000). Patrimonio cultural y turismo: nuevos modelos de promoción vía Internet. *Cuadernos de Turismo*, (6), 73-88.
- Giana, M. (2012). *Marketing experiencial y turismo. Nuevas corrientes de pensamiento y aplicaciones*. Universidad Nacional de Comahue Facultad de Turismo. Recuperado de http://170.210.83.98:8080/jspui/bitstream/123456789/228/3/marketing_experiencial_y_turismo_Giana.pdf
- Gómez, D., Carranza, Y., & Ramos, C. (2017). Revisión documental, una herramienta para el mejoramiento de las competencias de lectura y escritura en estudiantes universitarios. *Chakiñan, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 1, 46-56.
- Gómez, D. (2013). Posibles cambios institucionales en Colombia. Breve análisis económico, comercial y político entre el 2002 al 2012. *Revista IGNIS*, 72-96.
- Gómez, D. (2014). La competitividad. La paz y el ambiente regulatorio en Colombia. *Revista Opinión Pública*, 2, 34-41.
- Gómez, D. (2015). Introducción: Neoliberalismo y educación. En *Neoliberalismo y educación transformación social y desarrollo*. Corporación Unificada de Educación Superior – CUN.
- Gómez, L. (2012). El modelo de los tipos ideales para la representación del 'homo turisticus'. *Prisma Social*, 9, 57-82.
- Ibagón, J., Gómez, D., & Santamaría, J. (2016). Introducción: Pensar la educación de América Latina. En J. Ibagón, D. Gómez, & J. Santamaría. *Pensar la educación de América Latina* (pp. 13-23). Bogotá: Departamento de Comunicaciones, Mercadeo y Publicaciones.
- Ibagón, N. (2015). La racionalidad neoliberal y su impacto en el sistema educativo colombiano. En D. Gómez. *Educación y Neoliberalismo* (pp. 55-88). Bogotá: Corporación Unificada de Educación Superior – CUN.
- Jiménez, J., & Campo, S. (2016). Marketing Experiencial en FITUR: Análisis de dos destinos competidores, Islas Canarias e Islas Baleares. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS*, 14(1), 75-91. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88143642006>
- Karin, I. (2013). *Propuesta de turismo activo y experiencial para el municipio de Colosó, Sucre* Unitecnológica. Recuperado de <http://biblioteca.unitecnologica.edu.co/notas/tesis/0064109.pdf>
- Liu, Y. (2013). *Aragón: Turismo experiencial para los turistas chinos*. Universidad Zaragoza. Recuperado de <https://zaguan.unizar.es/record/17777/files/TAZ-TFM-2014-818.pdf>
- Ledo, A., Bonín, A., & Iglesias, A. (2007). El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el Camino de Santiago. *Estudios Geográficos*, 68(262), 205-234.
- Lehmann. (2012). Nuevas adiciones a las aves de Colombia. *Caldasia*, 407-410.
- López, N., Kuster, B., & Marín, T. (2016). ¿Crean los eventos experienciales marca-ciudad? *Revista Brasileira de Gestao de Negocios*, 191-206.
- Mazarrasa, K. (2016). El turismo experiencial y creativo: el caso de Cantabria. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 3(2), 195-203.
- Olivares, A. (2012). Algunas aves de gaitania: (municipio de Ataco, Tolima, Colombia). *Caldasia*, 369-382.
- Olivares, A. (2012). Algunas aves de Puerto Asís, Comisaría del Putumayo, Colombia. *Caldasia*, 379-393. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/33790/#sthash.0wEib2hN.dpuf>.
- Olivares, A. (2012a). Avifauna columbiensis notulae-ii: seis nuevas aves para Colombia y apuntamiento sobre sesenta especies y subespecies registradas anteriormente. *Caldasia*, 39-54.
- Pastor, M. (2003). El patrimonio cultural como opción turística. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 97-115.
- Quintana, L., Acevedo, M., Plase, T., Ruales, C., & Monsalve, S. (2016). Análisis de la biodiversidad de fauna vertebrada. *Revista de Medicina Veterinaria*, 51-63.
- Richards, G. (2001). El desarrollo del turismo cultural en Europa. *Estudios Turísticos*, 3-14.
- Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *Relaciones Interculturales en la Diversidad*, 199-217.
- Santana A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31-57.

- Stake, R. (1998). *Investigación con estudio de caso*. Madrid: Morata.
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(2), 175-182.
- Toselli, C. (2003). Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*.
- Thinktour. (2016). *Plataforma tecnológica del turismo. Tendencias tecnológicas para el turismo en el 2016*. Recuperado de http://www.ithoteler.com/wp-content/uploads/2016/01/Ebook_Tendencias_Tec_Turismo_2016.pdf
- Viñals, M., & Alonso, M. (2016). Técnicas y estrategias para desarrollar el turismo experiencial en humedales. *Investigaciones Turísticas*, 1-19. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/61308/1/Investigaciones_Turísticas_12_01.pdf

Anexos

Perfiles investigativos de los estudiantes

Nombre de los estudiantes	Tema	Enlace
Cindy Zulay Potes Moreno y María Alejandra Rodríguez Pulido	Turismo sexual en Colombia	https://www.academia.edu/31750071/Turismo_Sexual_Primer_Revisi%C3%B3n
Giovanny Hernández	Turismo de la naturaleza	https://uniempresarial.academia.edu/Giovannahernandez
Mariana Martínez	Turismo del futuro	https://uniempresarial.academia.edu/MarianaMart%C3%ADnez
Ana María Muñoz Ruiz	Turismo cultural	https://uniempresarial.academia.edu/AnaMu%C3%B1ozRuiz
Angie Paola Roncancio Quevedo	Turismo cultural	https://uniempresarial.academia.edu/AngieQuevedo
Daniela Herrera	Avistamiento de aves	https://www.academia.edu/31811032/AVISTAMIENTO_DE_AVES_-_Revisi%C3%B3n_2
Lorena Díaz	Avistamiento de aves	https://uniempresarial.academia.edu/LorenaDiaz
Luz Karime Contreras Albadán y Darwis Sharif Garaviz Rodríguez	Turismo experiencial	https://www.academia.edu/31788194/Turismo_experiencial