



Fortalecimiento de la imagen institucional de la Corporación Ruta Mutis: estrategias de comunicación digital, promoción, planificación turística e iniciativas de turismo cultural y natural

Autora:

Leidy Vanessa Pabón Murcia

Modalidad de Trabajo de Grado Informe de Pasantía Según Acuerdo 098 del 2021 para Optar por el Título de Profesional en Turismo

Directora

Yolanda Urrego Sánchez

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Facultad de Ciencias Sociales

Programa de Turismo

Bogotá, D.C.

2025

Tabla de Contenido

| | |
|--|----|
| Resumen | 5 |
| Introducción | 6 |
| Planteamiento del problema | 7 |
| Objetivos | 8 |
| Objetivo General: | 8 |
| Objetivos Específicos: | 8 |
| Justificación | 8 |
| Estado del arte | 9 |
| Referentes conceptuales | 12 |
| Metodología | 15 |
| Cronograma de actividades | 15 |
| Limitaciones | 17 |
| Resultados | 17 |
| Guión de la Ruta Mutis en la Ciudad de Bogotá | 18 |
| Manejo de Redes Sociales de la Corporación Ruta Mutis | 19 |
| Inclusión de la Norma NTC-ISO 21101:2020 - Seguridad del Turismo de Aventura / Al Programa de Calidad de la Ruta Mutis | 22 |
| Propuesta Diagnóstico del Municipio de Piedras - Departamento de Tolima | 23 |
| Recomendaciones | 25 |
| Conclusiones | 26 |
| Referencias | 28 |
| Anexos | 30 |

Tabla

| | |
|---|----|
| Tabla cronograma de actividades de la pasantía. | 16 |
|---|----|

Tabla de Figuras

| | |
|--|----|
| Evidencia del estado de la red social Facebook. | 21 |
| Evidencia del estado de la red social Instagram. | 22 |

Resumen

La pasantía realizada en la Corporación Ruta Mutis, tuvo como objetivo contribuir al fortalecimiento institucional teniendo en cuenta cuatro ejes estratégicos: comunicación digital y manejo de redes sociales, iniciativas de turismo cultural y natural, promoción de productos turísticos, y planificación turística. Bajo un enfoque cualitativo y de carácter descriptivo, se emplearon técnicas de revisión documental y observación participante. Como resultado, se elaboró el guion interpretativo de la Ruta Mutis, se reactivaron las redes sociales con 19 piezas gráficas, se propuso la implementación de la norma NTC-ISO 21101 para turismo de aventura y se realizó un diagnóstico turístico inicial del municipio de Piedras, Tolima. Estas acciones permitieron visibilizar a la Corporación en la diversificación de la oferta turística regional, mejorar su posicionamiento digital y generar herramientas para la planificación de destinos turísticos, fortaleciendo así su papel en el desarrollo regional en Colombia.

Palabras claves: Fortalecimiento institucional, desarrollo regional, turismo cultural y natural, planificación turística, comunicación digital y redes sociales.

Abstract

The internship carried out at Corporación Ruta Mutis aimed to contribute to institutional strengthening, taking into account four strategic areas: digital communication and social media management, cultural and nature tourism initiatives, promotion of tourism products, and tourism planning. Using a qualitative and descriptive approach, document review and participant observation techniques were employed. As a result, an interpretive script for the Ruta Mutis was developed, social media was reactivated with 19 graphic pieces, the implementation of the NTC-ISO 21101 standard for adventure tourism was proposed, and an initial tourism assessment of the municipality of Piedras, Tolima, was carried out. These actions made the Corporation more visible in the diversification of regional tourism offerings, improved its digital positioning, and generated tools for tourism destination planning, thus strengthening its role in regional development in Colombia.

Keywords: Institutional strengthening, regional development, cultural and nature tourism, tourism planning, digital communication, and social media.

Introducción

La Corporación Ruta Mutis para el Desarrollo Regional es una entidad sin ánimo de lucro constituida en 2011 en Bogotá, por iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el marco de la conmemoración del Bicentenario de la Independencia de Colombia. Su objetivo principal es recuperar la memoria histórica del país, promover la identidad de las regiones y consolidar la Ruta Mutis como un producto turístico a nivel nacional e internacional, retomando el legado de la Real Expedición Botánica del Nuevo Reino de Granada liderada por José Celestino Mutis en 1783. (Corporación Ruta Mutis, 2025).

Desde sus inicios, la Corporación ha promovido el turismo cultural, natural y sostenible en distintas regiones del país, articulando a empresarios, comunidades y entidades gubernamentales en torno a iniciativas turísticas que impulsan el desarrollo económico y regional. Asimismo, ha fortalecido procesos de capacitación, diseño de productos, asesoría y promoción de destinos turísticos, consolidándose como un aliado estratégico para la planificación y gestión eficiente del turismo en el territorio nacional. En coherencia con su misión institucional, la Corporación asume el compromiso de trabajar de manera articulada con diversos actores sociales, fomentando el aprovechamiento sostenible de los recursos culturales y naturales como motor de desarrollo regional (Corporación Ruta Mutis, 2025).

En este sentido, la pasantía académica tuvo como propósito contribuir al fortalecimiento institucional orientado a la valoración del patrimonio cultural y natural, manejo de redes sociales, la planificación turística, así como la formulación de iniciativas turísticas. Esta experiencia permitió aplicar herramientas y conocimientos adquiridos en áreas como gestión cultural, diseño de productos, planificación turística y estrategias de promoción, al tiempo que representó una oportunidad para adquirir nuevos aprendizajes y metodologías. De esta manera, la pasantía contribuyó a fortalecer competencias profesionales con un enfoque integral y multidisciplinario, alineados con los retos actuales del sector turístico en Colombia.

En coherencia con lo anterior, se exponen los objetivos, la justificación, del estado del arte orientado hacia las transformaciones significativas especialmente en la adopción de nuevas tecnologías y el reto que han tenido que asumir empresas como la Corporación Ruta

Mutis para lograr un posicionamiento digital para la difusión de sus productos turísticos.

Además, se analizaron los referentes bibliográficos que permitieron identificar estrategias para la adecuada planificación del turismo en los destinos. Posteriormente, se expone la metodología, a partir de la identificación de las necesidades institucionales de la Corporación Ruta Mutis. Finalmente, se presentan los resultados, análisis y conclusiones. Los productos de la pasantía se presentan en anexos.

Planteamiento del problema

Desde su creación en 2011, la Corporación Ruta Mutis ha desarrollado diversas iniciativas orientadas a la promoción del turismo cultural, natural y sostenible en distintas regiones del país. Sin embargo, en los últimos años se ha evidenciado un bajo posicionamiento en el mercado, lo que limita su oferta y la consolidación de proyectos asociados. Una de las causas principales es la falta de actualización de contenidos en sus redes sociales y la disminución de la difusión digital de sus productos turísticos, situación que ha reducido la visibilidad institucional y la conexión con públicos interesados en experiencias culturales y naturales.

Adicionalmente, se identificó la necesidad de fortalecer los procesos de planificación y gestión de productos turísticos que integren criterios de sostenibilidad, seguridad y aprovechamiento responsable del patrimonio cultural y natural. La ausencia de estrategias para la aplicación de normativas como la NTC-ISO 21101 para turismo de aventura representa un desafío para garantizar estándares de calidad y seguridad en la oferta de experiencias, ya que, aunque se conoce la normativa, su implementación en los destinos de Agroparque Los Soches (Bogotá), Guachetá y Sibaté carecen del asesoramiento y acompañamiento de las alcaldías o entidades gubernamentales.

Asimismo, aunque la Corporación ha avanzado en la formulación de proyectos con entidades públicas y privadas, persiste la dificultad de contar con diagnósticos territoriales actualizados y propuestas que permitan articular de manera efectiva a las comunidades locales, prestadores de servicios turísticos y gobiernos regionales en torno a la Corporación.

Estas problemáticas limitan el cumplimiento de la misión institucional, que busca

consolidar la Ruta Mutis como un producto turístico de interés nacional e internacional, promoviendo el desarrollo regional. La ausencia de una presencia digital activa dificulta la conexión con los públicos objetivos y la generación de alianzas estratégicas. La falta de aplicación de estándares de calidad reduce la competitividad de las propuestas turísticas, y la carencia de insumos técnicos retrasa la formulación de proyectos con alcaldías y otras entidades.

Por lo anterior, se hace necesario responder la siguiente pregunta: *¿De qué manera la Corporación Ruta Mutis puede fortalecer su imagen institucional a través de estrategias de planificación turística, comunicación digital e iniciativas de turismo cultural y natural?*

Objetivos

Objetivo General:

- Establecer estrategias de comunicación digital, promoción, planificación turística e iniciativas de turismo cultural y natural, que contribuyan al fortalecimiento e imagen institucional de la Corporación Ruta Mutis.

Objetivos Específicos:

- Fortalecer la valoración del patrimonio cultural y natural asociado a la Ruta Mutis, a través de la actualización del guion interpretativo de Bogotá como instrumento para la difusión y promoción turística.
- Promover los productos turísticos y rutas culturales de la Corporación Ruta Mutis, incorporando los valores patrimoniales como elemento central de su identidad, mediante el diseño y difusión de piezas gráficas en redes sociales.
- Identificar herramientas y metodologías útiles para la gestión del turismo desde una perspectiva integral.

Justificación

La presente pasantía tiene como objetivo responder a la necesidad de fortalecer y mejorar la imagen institucional de la Corporación Ruta Mutis en el sector turístico, ante las limitaciones identificadas que afectan su visibilidad y difusión en redes sociales. Estas limitaciones también se reflejan en la articulación de proyectos e iniciativas con diversos

sectores sociales para el diseño y planificación de productos turísticos, así como en la valoración cultural y natural, lo que dificulta su alcance y competitividad en el sector.

Desde la parte conceptual, esta experiencia permitió aplicar e integrar conceptos fundamentales del turismo: marketing digital, planificación turística, gestión de proyectos, valoración patrimonial, desarrollo regional y gobernanza turística. Se ejemplifica cómo estos referentes conceptuales se materializan en acciones concretas que responden a las limitaciones específicas, contribuyendo a la construcción de conocimiento aplicado en el contexto colombiano.

En este sentido, desde la práctica se dio respuesta a estas limitaciones mediante la implementación de acciones orientadas al uso estratégico de redes sociales, entendidas como un canal de interacción con la audiencia, creación de comunidad y fomento del engagement, contribuyendo así al fortalecimiento de la percepción de la marca (Lopes y Casais, 2022). Asimismo, se formularon propuestas de planificación turística, que según González (2004) constituyen un instrumento de gestión necesario para optimizar los recursos territoriales, aprovechar el potencial turístico y mejorar el funcionamiento de los procesos de producción y consumo. A su vez, se trabajó en la gestión de proyectos orientados a resaltar el valor cultural y natural de los territorios, generando insumos prácticos para la proyección de nuevos productos turísticos y favoreciendo la articulación entre comunidades, prestadores de servicios turísticos, entidades públicas y privadas.

Por lo tanto, esta pasantía se justifica como una oportunidad para aportar soluciones concretas a las problemáticas identificadas, contribuyendo de manera directa al cumplimiento de la misión y visión institucional de la Corporación Ruta Mutis.

Finalmente, esta experiencia contribuye al desarrollo regional y social, en la medida en que la Corporación Ruta Mutis trabaja de manera articulada con comunidades, prestadores de servicios turísticos, alcaldías e instituciones públicas y privadas. Así, la pasantía no solo aporta al fortalecimiento de la Corporación, sino que también se alinea con el propósito de consolidar un turismo sostenible que dinamice las economías locales, promueva la identidad regional y fortalezca la cadena de valor en los territorios.

Estado del arte

El sector turístico ha experimentado transformaciones significativas en los últimos años, impulsadas por la adopción de nuevas tecnologías, el fortalecimiento de alianzas

público-privadas, la consolidación de la gobernanza turística, la valoración del patrimonio cultural y natural, y la implementación de modelos de planificación territorial participativa. Para organizaciones como la Corporación Ruta Mutis, enfrentar estas transformaciones implica diseñar e implementar estrategias que fortalezcan su institucionalidad y mejoren su posicionamiento en un sector cada vez más competitivo y dinámico en Colombia.

En primer lugar, *El impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico: Aplicación de la realidad aumentada al turismo cultural (2014)* este artículo, habla de la innovación tecnológica como un elemento clave para que las organizaciones puedan diversificar la oferta, llegar a diferentes públicos y brindar nuevas experiencias enriquecedoras al turista. En este sentido, Cuadrado y Fernández (2015) destacan que el uso de la realidad aumentada en el turismo cultural constituye una herramienta para acercar al público al patrimonio histórico y cultural, al tiempo que fortalece la comunicación institucional y la competitividad de los destinos. A través del caso de Guideo App, los autores evidencian que estas tecnologías permiten ofrecer experiencias interactivas, fomentar la participación del visitante y dar visibilidad al legado cultural de los territorios. Este enfoque resulta importante para la Corporación en la medida en que enfrenta desafíos relacionados con su posicionamiento digital y la difusión de sus productos turísticos. Incorporar innovaciones de este tipo, en combinación con el manejo de redes sociales y la planificación territorial, podría contribuir a fortalecer su imagen institucional y diversificar la oferta de experiencias culturales y naturales, generando mayor conexión con públicos interesados y potenciando su alcance en el sector turístico.

En la misma línea, el estudio *Análisis de la Comunicación Digital oficial en la Promoción turística de Brasil (2020)* evidencia cómo la administración pública de Brasil utiliza canales digitales oficiales para promocionar el turismo al exterior siendo: la página web oficial, las redes sociales y una aplicación móvil para promocionar el turismo al exterior. Los resultados evidencian que las redes sociales tienen un alcance positivo en términos de comunicación, interacción y atracción a turistas, sin embargo, la aplicación móvil si representa una limitación la cual debe seguir mejorando. Por lo tanto, con relación a esta pasantía en la Corporación Ruta Mutis, reconoce la necesidad de fortalecer y reactivar las redes sociales para ampliar su alcance donde no solamente sea de carácter informativo sino sea una herramienta interactiva orientada al usuario y sus necesidades, mejorar la vinculación con audiencias y consolidar su posicionamiento en iniciativas de turismo cultural y natural, aspectos centrales en las estrategias contempladas de trabajo.

En el contexto colombiano, *El turismo en el desarrollo regional: La experiencia de dos departamentos colombianos (2014)* este artículo resalta que los departamentos de Santander y Quindío han demostrado que para que el turismo se convierta en un motor real de desarrollo regional no basta con tener atractivos naturales, sino que es imprescindible invertir en planificación, conocimiento técnico, sostenibilidad, gestión responsable, y colaboración entre actores públicos, privados y comunitarios, además de la valorización del patrimonio cultural y natural de cada destino para fortalecer destinos turísticos competitivos y emergentes. En este contexto, la Corporación se enfoca en implementar nuevas estrategias que fortalezcan y dinamicen su interacción con otras regiones del país, donde sea un instrumento para la capacitación, asesoramiento e iniciativas que promuevan un turismo cultural y natural sostenible, mediante alianzas estratégicas, comunicación digital y gestión participativa de todos los actores involucrados en el territorio.

Asimismo, el artículo *La gobernanza para la gestión activa del turismo: el caso de la Provincia del Tequendama-Cundinamarca, Colombia (2020)* analiza cómo la gobernanza turística constituye un eje esencial para el desarrollo regional, al promover la coordinación entre los sectores público, privado, comunitario y académico en la gestión del turismo. Los autores Villate y Aranda (2020) destacan que la gobernanza no se limita a la administración del territorio, sino que implica la construcción de redes de colaboración, confianza institucional, participación ciudadana y articulación de políticas que fortalezcan la sostenibilidad y competitividad de los destinos. Este enfoque resulta pertinente para la Corporación Ruta Mutis, en la medida en que sus procesos de planificación turística, promoción y gestión de productos turísticos requieren de mecanismos de gobernanza turística que integren a los diferentes actores territoriales. En este sentido, los proyectos de NTC - ISO 21101 Turismo de Aventura y la Propuesta del Municipio de Piedras, se alinean con esta perspectiva, al proponer estrategias de articulación institucional, fortalecimiento de alianzas y comunicación digital que contribuyen a consolidar un modelo de gestión participativa en torno a la Ruta Mutis y su papel en el desarrollo regional.

Seguido a esto, el artículo *Gestión de proyecto en la planificación turística para la comunidad bajo grande de la provincia de Manabí (2021)* se evidencia que la estructuración de un producto turístico desde la comunidad a través de etapas de un diagnóstico territorial, identificación de atractivos naturales y culturales, diseño del producto y planificación de

acciones, permite no sólo visibilizar los recursos locales sino generar impacto económico comunitario y un uso más responsable del patrimonio. El estudio enfatiza la importancia de una gestión planificada y estructurada para potenciar el desarrollo local y la generación de ingresos a partir del aprovechamiento turístico sostenible de los recursos naturales y culturales. En este aspecto, la Corporación al desarrollar propuestas bien planificadas se convierte en una herramienta clave para los municipios con los que en la actualidad está trabajando (Piedras, Sibaté, Guachetá y Bogotá), y de esta manera, contribuye al fortalecimiento institucional y a la implementación exitosa de estrategias turísticas que respondan a las necesidades y potencialidades de la comunidad. Para la presente pasantía se trabajó en el diseño de una propuesta turística para el municipio de Piedras, Tolima.

Finalmente, el estudio *Análisis de la importancia de la colaboración entre el sector público y privado en el desarrollo del turismo en Panamá (2024)* destaca la colaboración público-privada en Panamá como estrategia esencial para potenciar el desarrollo turístico del país y fomentar un crecimiento sostenible de la industria. El sector público proporciona el marco regulatorio y legal necesario para incentivar la inversión en infraestructuras turísticas, mientras que el sector privado aporta inversión financiera, experiencia e innovación para gestionar eficientemente los servicios turísticos. Este enfoque refleja directamente las problemáticas identificadas en la Corporación: visibilidad institucional, necesidad de normativas aplicadas, innovación digital y alianzas estratégicas. Desde esta perspectiva, es importante seguir cooperando de manera articulada con los sectores públicos, privados y la comunidad local, que impulsen la competitividad, mejora de la calidad que contribuya al desarrollo económico e iniciativas turísticas que fortalezcan su imagen institucional tal y como es el objetivo de esta pasantía.

Referentes conceptuales

Este trabajo aborda enfoques conceptuales relacionados con el turismo, el patrimonio cultural y natural, el turismo sostenible, el desarrollo regional, la gobernanza turística, la institucionalidad, la planificación turística y el marketing digital.. Estos conceptos son fundamentales para comprender el contexto de la pasantía académica y de los principios rectores que guían el accionar de la Corporación en el desarrollo de la actividad turística.

El turismo, según la *ONU Turismo*, es un fenómeno social, cultural y económico que en los últimos años se ha caracterizado por ser un sector económico alternativo al que los colombianos están apostando. Este sector se presenta como una fuente de ingresos que

contribuye a la justicia económica de las comunidades, la protección de la naturaleza, la memoria y la construcción de una cultura de paz (Umaña, 2024). Por esta razón, desde los inicios de la Corporación, se ha promovido un enfoque multidisciplinario que fomenta el reconocimiento de la identidad local y el intercambio cultural, al tiempo que contribuye a la preservación de los valores históricos, sociales y simbólicos de las comunidades en las regiones de Colombia.

El patrimonio cultural se define como un conjunto determinado de bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos, y luego resignificados, de una época a otra, o de una generación a las siguientes (Servicio Nacional del Patrimonio Cultural, 2005). Permitiendo comprender como la Ruta Mutis integra elementos materiales desde los sitios históricos, colecciones botánicas, manuscritos y la arquitectura, e inmateriales como los conocimientos tradicionales, prácticas culturales y la memoria histórica que hacen parte de los valores y principios en la consolidación de la entidad y se gestión en otros territorios.

Por su parte, el patrimonio natural según la UNESCO (2009) se refiere a los accidentes naturales, las formaciones geológicas y fisiográficas, y las áreas delimitadas que constituyen el hábitat de especies amenazadas de animales y plantas, así como a sitios naturales de valor científico, de conservación o de belleza natural. En este contexto, la Real Expedición Botánica del Nuevo Reino de Granada representa un patrimonio científico y cultural único que articula historia, ciencia y territorio, constituyéndose en un recurso patrimonial de gran valor para el desarrollo de productos turísticos y diseño de experiencias responsables con el entorno natural.

Al optar por una visión de turismo sostenible, es fundamental considerar la definición establecida por la Organización Mundial del Turismo, que lo define como aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Esta conceptualización se articula directamente con los principios del desarrollo regional, entendido como un proceso dinámico y participativo que busca mejorar la calidad de vida de las comunidades, fortalecer su economía y promover su desarrollo sostenible y que implica un enfoque integral que abarca aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales de un territorio determinado (Gobernación del Valle del Cauca, p.1,s.f.).Esta perspectiva, permite que el turismo sostenible se convierta en una

herramienta de desarrollo regional mediante el fortalecimiento de capacidades locales, la articulación entre actores comunitarios, empresarios y entidades gubernamentales, así como la valorización de recursos naturales y culturales, y la construcción de identidad territorial.

En este sentido, la gobernanza turística juega un papel muy importante en buscar la integración de actores públicos, privados y la comunidad para la resolución de algunos problemas públicos (Zambrano, 2021, p.31). De esta manera, según Hernandez et al., (2020) en un instrumento útil que permite comprender la naturaleza política de la gestión pública y que, por medio de los esfuerzos consensuados, ayuda a establecer lazos afines en la colectividad que hacen posible avanzar con visión de sector y empoderamiento para desarrollarse localmente, permitiendo a todos los actores involucrarse en la gestión de los destinos. Por su parte, la institucionalidad es entendida como un conjunto de normas, creencias y principios que rigen en una entidad, orientado a su accionar hacia la transparencia, coherencia y legitimidad. En el ámbito turístico, la institucionalidad permite consolidar la imagen, fortalecer la gestión organizacional y generar confianza entre los diferentes actores del sector. En este contexto, la gobernanza y la institucionalidad se complementan al compartir un mismo propósito al promover la articulación de distintos actores en el sector, la creación de alianzas estratégicas y la planificación efectiva para el desarrollo regional en los destinos.

La planificación turística se constituye en una herramienta dinámica y adaptable para el desarrollo ordenado, participativo y sostenible del turismo. Permite definir estrategias que armonicen la conservación del patrimonio natural y cultural, atendiendo las necesidades del territorio y promoviendo la participación activa de los actores involucrados. Según la OMT (2004), la planificación turística "es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad" y se trata de un proceso que opera en distintas escalas territoriales (como se cita en Socatelli, p.1,s.f.). Para la Corporación Ruta Mutis, la planificación constituye un eje central que permite estructurar proyectos orientados al fortalecimiento del turismo cultural y natural, la cooperación institucional, el diseño de productos y los diagnósticos territoriales alineados con la identidad regional, así como a iniciativas a favor de un turismo responsable y sostenible.

Finalmente, Pursell (2025) define el marketing digital como el conjunto de estrategias, técnicas y herramientas utilizadas para promocionar productos o servicios a través de canales digitales. Su objetivo es conectar con audiencias específicas, generar engagement,

impulsar conversiones y fortalecer la presencia de una marca en el ecosistema online. En el marco de esta pasantía, el marketing digital se implementó como herramienta para reactivar las redes sociales institucionales, incrementar la visibilidad de productos y rutas turísticas vigentes, diseñar piezas gráficas y estrategias de promoción, planificar publicaciones según las interacciones de los seguidores, y consolidar la imagen institucional de la Corporación. Estas acciones contribuyen a la proyección de la Ruta Mutis como producto turístico de carácter cultural y patrimonial, reforzando sus valores y posicionamiento a nivel local, regional y nacional.

Metodología

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de carácter descriptivo, con el objetivo de identificar, analizar y proponer estrategias para fortalecer la Corporación Ruta Mutis. Este enfoque permitió comprender los contextos y dinámicas territoriales, así como identificar potencialidades y limitaciones en el desarrollo de productos turísticos. Las técnicas empleadas durante esta pasantía fueron:

- ★ Revisión de documentos institucionales, contratos con entidades públicas y privadas, material histórico sobre la Real Expedición Botánica, normatividad técnica sectorial y diagnósticos territoriales existentes.
- ★ Para el análisis de redes sociales institucionales se utilizó Meta Business Suite para evaluar el estado de las cuentas de Instagram y Facebook, identificar tendencias de interacción, y planificar contenidos estratégicos. Además de la página web.
- ★ Observación participante en actividades de la Corporación (reuniones, procesos, etc.) lo que permitió comprender su funcionamiento interno y aportar insumos en la formulación de propuestas, proyectos y creación de piezas gráficas.

Finalmente, se utilizó Microsoft Word para elaborar las propuestas, la plataforma Canva para diseñar las piezas gráficas y Excel para recopilar la información que sirvió como insumo para estos documentos, tal como se muestra en los Anexos.

Cronograma de actividades

La pasantía se realizó de manera presencial en las instalaciones de la Corporación Ruta Mutis, ubicada en la Cl. 4a #28^a – 28, en la ciudad de Bogotá. La duración de esta pasantía consta de 320 horas, que se dividieron en jornadas de 8 horas diarias y 40 horas

semanales, y con una duración de 9 semanas en el horario de lunes a viernes de 8:00 am a 12:00 pm y 01:00 pm a 5:00 pm.

Las actividades se llevaron a cabo en dos periodos: del 21 de mayo al 13 de junio y del 21 de julio al 22 de agosto del presente año.

Tabla 1

Tabla cronograma de actividades de la pasantía.

| Metas | Indicadores | Duración | Actividades |
|---|--|-----------------------------------|---|
| Guión de Bogotá en la ciudad de Bogotá | Documento técnico en formato Word con actualización y contextualización del guion interpretativo de la Ruta Mutis en Bogotá. | 21 de mayo al 03 de junio de 2025 | Identificar los principales ejes que se quieren destacar en los recorridos, considerando las necesidades actuales del público objetivo. Investigar y recopilar información histórica, cultural y patrimonial relacionada con la Ruta Mutis. |
| Manejo de Redes Sociales de la Corporación Ruta Mutis | 19 publicaciones digitales (post e historias) en redes sociales institucionales (Instagram y Facebook). | 03 al 31 de julio de 2025 | Diseñar piezas audiovisuales, gráficas e informativas sobre las rutas de la Corporación. Difundir contenidos que fortalezcan la promoción del turismo cultural y natural. |
| Inclusión de la Norma NTC-ISO 21101:2020 / Al Programa de Calidad de la Ruta Mutis | Documento técnico en formato Word con diagnóstico de escenarios naturales y propuesta de actividades seguras bajo criterios de la norma. | 1 al 12 de agosto de 2025 | Evaluar los escenarios naturales disponibles y posibles actividades de aventura. Elaborar una propuesta de actividades que cumplan criterios de seguridad y viabilidad. |
| Propuesta de Diagnóstico del Municipio de Piedras - Departamento de Tolima | Documento técnico con propuesta de rutas turísticas e itinerarios, acompañado de diagnóstico territorial del municipio. | 13 al 22 de agosto de 2025 | Identificar potencialidades, recursos y atractivos del municipio. Investigar la demanda turística y fortalecer la economía local a través de la formulación de rutas turísticas integrales. |

Nota: Elaboración Propia. (2025)

Limitaciones

En la Corporación Ruta Mutis se identificaron algunas limitaciones relacionadas con la disponibilidad de imágenes y contenido digital. Esta situación dificultó la elaboración de estrategias de promoción y planificación más detalladas que pudieran compartirse en las redes sociales, así como el diseño de piezas gráficas que reflejaran de manera efectiva los procesos y proyectos desarrollados por la entidad a lo largo de los años. Dichos proyectos representan iniciativas alineadas con la misión y visión de la Corporación, orientadas a contribuir al desarrollo regional y a la consolidación de nuevos productos turísticos innovadores, sostenibles y responsables, en articulación con alcaldías, prestadores de servicios turísticos y la comunidad local.

En cuanto a la duración de la pasantía, se evidenció que algunos procesos no pudieron finalizarse completamente debido a los tiempos requeridos para su ejecución, especialmente en lo relacionado con la formulación y gestión de proyectos. Dado que, no fue posible concretar reuniones con las personas o entidades responsables dentro del tiempo disponible, ni realizar visitas a los territorios para dialogar con las comunidades locales y conocer sus percepciones sobre las propuestas planteadas. Estas limitaciones afectan el avance de algunas propuestas incluidas en el informe. Sin embargo, se espera que los documentos entregados sirvan como insumos para la Corporación en futuras actividades o iniciativas.

Como acción de mejora, se destaca la importancia de seguir fortaleciendo el uso de redes sociales (Facebook e Instagram) y la página web como herramientas claves para alcanzar al público objetivo, fidelizar audiencias y la difusión de acciones e iniciativas impulsadas por la Corporación Ruta Mutis. Esto puede lograrse mediante la creación de contenidos digitales que reflejan su trayectoria, proyectos o iniciativas, datos de interés y temas alineados con los valores y objetivos de la organización. Asimismo, resulta importante continuar promoviendo alianzas estratégicas entre empresarios, comunidad y gobierno en la consolidación de la Ruta Mutis como una oferta turística sólida que contribuya al desarrollo regional y a la articulación de diversos sectores en relación al campo del turismo.

Resultados

En el desarrollo de la pasantía en la Corporación Ruta Mutis para el Desarrollo

Regional, se dio cumplimiento a los objetivos propuestos mediante cuatro ejes estratégicos orientados al fortalecimiento de la imagen institucional a través de estrategias de: *Planificación turística, comunicación digital, promoción e iniciativas de turismo cultural y natural*. A lo largo del proceso, se identificaron las principales necesidades de la entidad y se diseñaron acciones que contribuyeron a mejorar su posicionamiento, visibilidad y articulación con distintos actores del sector. Estos avances evidencian la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en el programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, generando aportes significativos al posicionamiento de la Corporación en procesos orientados a la valorización del patrimonio cultural y natural, la promoción de un turismo responsable y sostenible, y la articulación entre los diferentes actores del sector turístico.

Como resultado, se entregaron tres documentos: *Guión de la Ruta Mutis en la ciudad de Bogotá, NTC - ISO 21101 Turismo de Aventura y Propuesta del Municipio de Piedras*, junto con la creación y publicación de 19 piezas gráficas en las redes sociales oficiales de *@RutaMutis* en las plataformas de Facebook e Instagram. Finalmente, cada producto responde a los objetivos planteados y se detalla en los apartados siguientes.

Guión de la Ruta Mutis en la Ciudad de Bogotá

En el presente documento se realizó una breve contextualización de la ciudad de Bogotá y su relación con la Real Expedición Botánica del Nuevo Reino de Granada, desarrollada durante el periodo virreinal. Esta expedición representó un hito histórico que marcó la llegada de las ideas ilustradas europeas al territorio americano. Además, coincidió con el proceso de Independencia de Colombia, iniciado el 20 de julio de 1810.

La Real Expedición Botánica impulsó la exploración científica del territorio y permitió una mayor comprensión de la biodiversidad del país. Este proceso combinó el conocimiento europeo con el saber local, generando valiosos aportes a la ciencia y al conocimiento del patrimonio natural. Su legado permanece vigente tanto a nivel nacional como internacional. En Bogotá, diversos espacios emblemáticos conservan su memoria, como el Jardín Botánico José Celestino Mutis, el Observatorio Astronómico Nacional y la Biblioteca Luis Ángel Arango, donde reposan documentos e ilustraciones científicas que forman parte del patrimonio cultural y natural del país.

Durante el desarrollo de la pasantía, mi principal aporte consistió en la actualización integral del Guion Interpretativo de la Ruta Mutis en Bogotá, cuyo último registro era del año 2016. El documento presentaba información desactualizada y algunas inconsistencias históricas, lo que dificultaba su uso como herramienta de apoyo para la difusión patrimonial y turística. Por ello, se llevó a cabo un proceso de revisión, verificación y actualización de los contenidos, mediante la consulta de documentos institucionales archivados en la Corporación, el análisis de fuentes bibliográficas recientes y la validación de información a través de páginas oficiales de los sitios mencionados.

Este trabajo permitió incorporar información reciente sobre los lugares representativos de la Ruta Mutis en la ciudad, incluyendo su relevancia histórica, científica y cultural, además de fortalecer la coherencia narrativa y el lenguaje interpretativo del documento, adaptándolo a un enfoque más turístico y educativo. El resultado fue un guion actualizado que puede ser utilizado por la Corporación y sus aliados como el IDT, para actividades de divulgación, recorridos culturales y promoción del patrimonio.

Con esta actualización, se contribuyó directamente al fortalecimiento de la valoración y difusión del patrimonio cultural y natural asociado a la Ruta Mutis, respondiendo al primer objetivo específico de la pasantía. Asimismo, el guion se consolida como un instrumento clave para la promoción de un turismo cultural y natural, que busca difundir el legado que marcó la Real Expedición Botánica y la proyecta hacia el desarrollo regional a través del conocimiento, la historia y la identidad territorial.

(Véase en el Anexo A).

Manejo de Redes Sociales de la Corporación Ruta Mutis

Durante la pasantía se implementó una estrategia de comunicación digital enfocada en la reactivación y fortalecimiento de las redes sociales institucionales de la Corporación Ruta Mutis en Facebook e Instagram, con el fin de mejorar su presencia en línea y difundir contenidos relacionados con el turismo. En el diagnóstico inicial se evidenció que, tras el año 2015, la Corporación dejó de publicar contenidos relacionados con el turismo, utilizando sus redes durante la pandemia de 2020 únicamente para la promoción de productos comerciales como termómetros, máquinas de café y dispositivos médicos que no guardaban relación con la misión institucional. Asimismo, se identificó la ausencia de un plan de manejo de redes y

de herramientas de programación o análisis de métricas, lo que limitaba el alcance y la visibilidad digital de la Corporación.

A partir de este diagnóstico, se diseñó e implementó una propuesta de activación digital orientada a retomar la identidad institucional y fortalecer su posicionamiento a través de la publicación de contenidos relacionados con el turismo. El análisis inicial evidenció una disminución en la presencia digital y en la promoción activa de las rutas y productos turísticos asociados a la Corporación, lo cual había limitado la atracción de visitantes y la conexión con públicos interesados en experiencias culturales y naturales. Por tal motivo, se elaboraron 19 piezas gráficas bajo una línea visual coherente, incluyendo carruseles, imágenes ilustrativas y videos (gifs), abordando temáticas como las rutas culturales de la Corporación, tips de viaje, fechas conmemorativas y noticias del sector. Cada publicación fue acompañada de una breve descripción informativa o un dato curioso, con el propósito de fomentar la interacción con el público, generar contenido de valor y reconectar con el público objetivo. *(Véase en el Anexo número B)*

Con el fin de optimizar la gestión de los contenidos, se implementó por primera vez el uso de la herramienta Meta Business Suite, la cual permitió vincular las cuentas oficiales de Facebook e Instagram, programar publicaciones, monitorear e identificar los horarios de mayor alcance. Durante los meses de julio, agosto y septiembre, se estableció una frecuencia de una a dos publicaciones semanales, de acuerdo con el cronograma digital elaborado para esta pasantía. *(Véase en el Anexo C).*

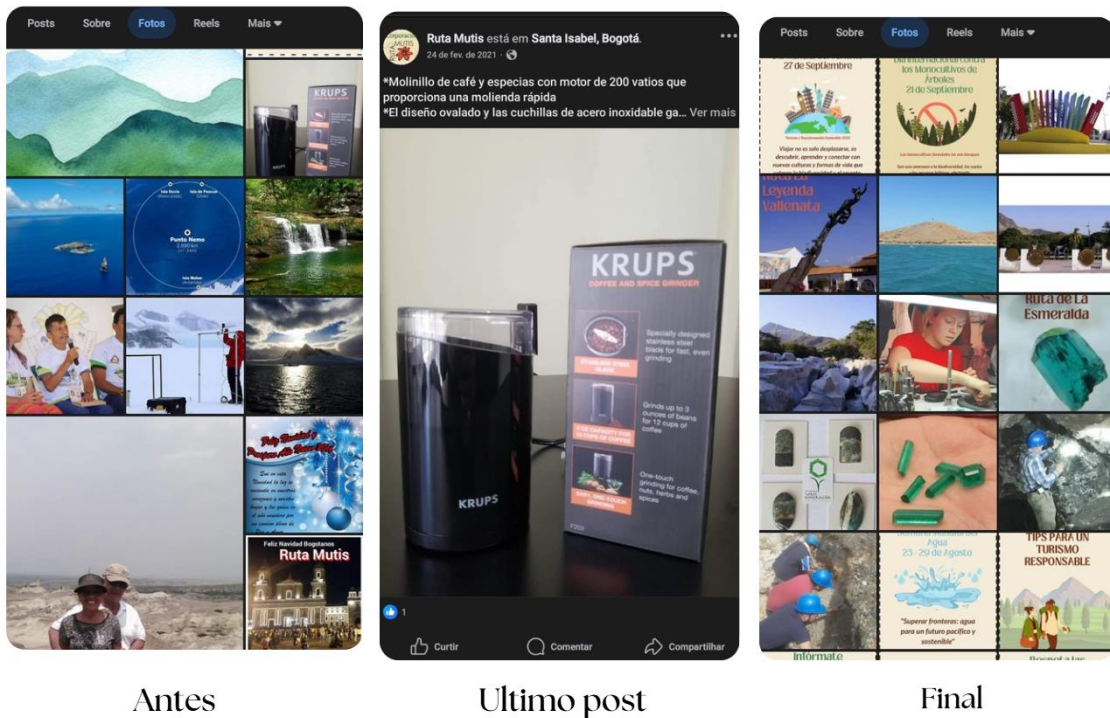
Asimismo, se actualizó la información institucional en ambas plataformas, incluyendo datos de contacto, vínculos oficiales y la creación de un perfil en Linktree, herramienta que centraliza el acceso a las diferentes redes y facilita la navegación del usuario. *(Véase en el Anexo D).*

Como resultado de estas acciones, se evidenció un aumento progresivo en la interacción, un crecimiento en el número de seguidores y una mejora en la coherencia visual e informativa de las publicaciones. Más allá de los indicadores, el principal logro fue restablecer la identidad institucional en los entornos digitales, propiciando la articulación con actores del sector turístico y generando bases para futuras estrategias de comunicación. Finalmente, el manejo de redes sociales durante la pasantía contribuyó directamente al cumplimiento del segundo objetivo específico, al promover los productos y rutas culturales

de la Corporación Ruta Mutis mediante la producción y difusión de contenidos digitales alineados con sus valores patrimoniales y su misión institucional.

Figura 1

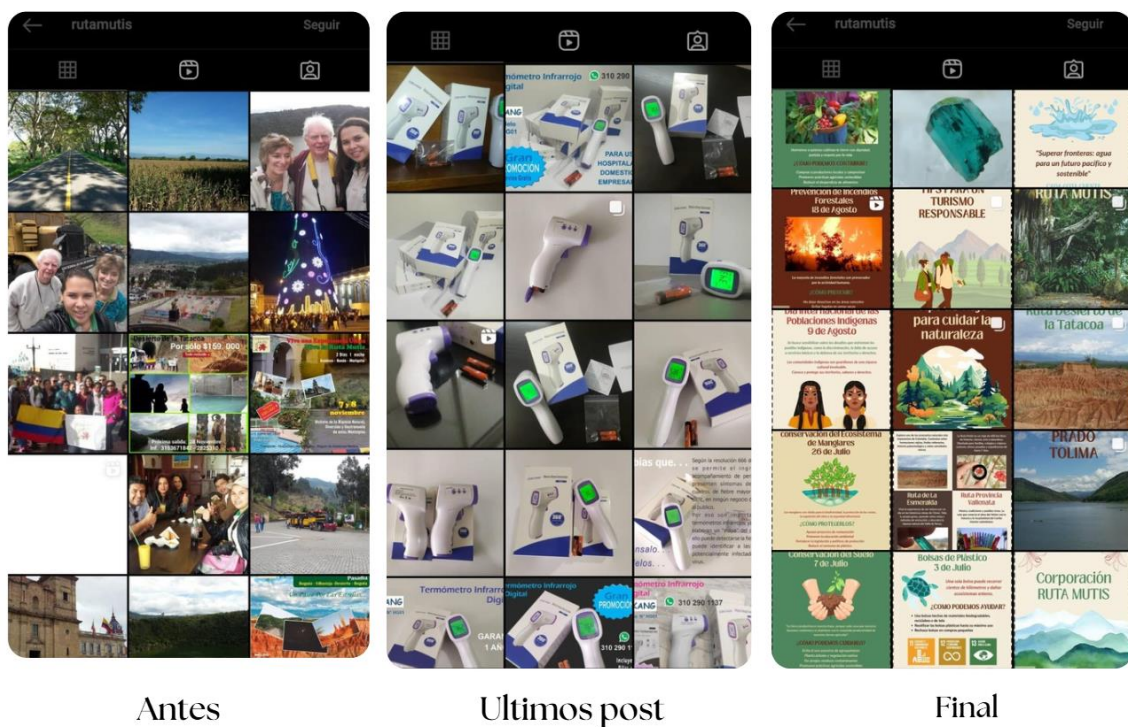
Evidencia del estado de la red social Facebook.



Nota: Elaboración Propia. 2025

Figura 2

Evidencia del estado de la red social Instagram.



Nota: Elaboración Propia. 2025

Inclusión de la Norma NTC-ISO 21101:2020 - Seguridad del Turismo de Aventura / Al Programa de Calidad de la Ruta Mutis

En este apartado se presenta una propuesta específica de turismo de aventura en tres lugares cercanos a la ciudad de Bogotá: el Agroparque Los Soches, ubicado en la localidad de Usme; el municipio de Sibaté, al suroccidente; y el municipio de Guachetá, al norte. La propuesta se fundamentó en un diagnóstico inicial que se elaboró durante el desarrollo de la pasantía, el cual reconoció las potencialidades naturales y culturales de cada destino, aplicando estándares internacionales como las normas ISO 21101 e ISO 21103, así como las normas técnicas sectoriales colombianas para turismo de aventura. Su objetivo principal fue fortalecer la planificación y el desarrollo de productos turísticos que integren sistemas de gestión de seguridad, participación comunitaria y un aprovechamiento responsable del patrimonio natural y cultural del territorio.

Durante la pasantía, la iniciativa surgió a partir de la solicitud del director de la Corporación Ruta Mutis, quien manifestó el interés en incorporar nuevas modalidades turísticas que ampliarán la oferta institucional. A partir de ello, se desarrolló una propuesta sustentada tanto en la experiencia práctica previa como en la revisión documental de fuentes institucionales y académicas.

En el Agroparque Los Soches (Usme) se identificaron montañas de alta pendiente y zonas rocosas, ideales para actividades como rappel, barranquismo, espeleismo, parapente, senderismo interpretativo y escalada controlada, además de una fuerte presencia comunitaria campesina interesada en la conservación del entorno. En el municipio de Sibaté, las zonas de montaña, los caminos reales y la cascada El Hoyo representan espacios propicios para el senderismo, la escalada, el rappel, la espeleología y el torrentismo, que pueden ser aprovechados para promover experiencias de contacto con la naturaleza y la historia local. Por su parte, en Guachetá, las montañas como el Cerro del Sol o el Mirador La Virgen ofrecen escenarios naturales de alto valor paisajístico, además de recorridos en cuatrimoto ideales para la exploración responsable y el turismo de naturaleza, una modalidad que ha despertado un creciente interés en la región.

El diagnóstico se desarrolló a partir de la observación participante, la revisión bibliográfica y el análisis comparativo de información proveniente de fuentes técnicas y

digitales. A través de este proceso se establecieron criterios iniciales que servirán como guía para futuras acciones de planificación y diseño de productos turísticos en los municipios seleccionados. Se incluyeron además componentes técnicos como la identificación de actores locales, requerimientos de equipos, estimación presupuestal y cronograma operativo, con el propósito de orientar a la Corporación en la formulación de proyectos de turismo de aventura bajo parámetros de calidad y seguridad.

De esta manera, la Corporación Ruta Mutis podría articular dichos lineamientos en la planificación y desarrollo de experiencias turísticas seguras, responsables y sostenibles, en coherencia con sus principios institucionales de sostenibilidad, valoración del patrimonio cultural y natural, y fortalecimiento del desarrollo regional. Esta propuesta constituye un insumo técnico para la Corporación, al brindar una base sólida que le permita avanzar en la gestión de proyectos turísticos innovadores y en la creación de alianzas estratégicas con prestadores de servicios, entidades gubernamentales y comunidades locales. Así, la Corporación Ruta Mutis no sólo diversifica su oferta, sino que también fortalece su imagen institucional y reafirma su compromiso con el desarrollo responsable del turismo en los territorios.

Para terminar, esta propuesta da cumplimiento al último objetivo específico de la pasantía, al aplicar herramientas metodológicas que orientan la gestión del turismo desde una perspectiva integral, aplicado a los estándares internacionales de calidad y seguridad, que orientan la planificación de experiencias turísticas responsables y sostenibles.

(Véase en el Anexo E).

Propuesta Diagnóstico del Municipio de Piedras - Departamento de Tolima

En este apartado se presenta un diagnóstico y una propuesta turística inicial del municipio de Piedras, elaborado durante el desarrollo de la pasantía académica en la Corporación Ruta Mutis, como complemento de la Ficha Técnica de FONTUR. Este documento se elaboró como un insumo adicional orientado a fortalecer la formulación de propuestas turísticas en el municipio, aportando al cumplimiento de los objetivos institucionales de la Corporación y sirviendo como base para la planificación de futuras acciones en el territorio.

El proceso inició con la revisión y análisis de la ficha técnica proporcionada por la Corporación, la cual sirvió como referencia metodológica para la construcción del diagnóstico. A partir de esta, se elaboró un documento complementario en el que se incluyeron los siguientes componentes: contextualización general del municipio, reseña histórica, caracterización geográfica, diagnóstico climático, identificación de atractivos turísticos, análisis de la oferta y demanda, vocación turística, gastronomía local y servicios complementarios. De esta manera, se generó una herramienta técnica que contribuye a la valorización del patrimonio local y a la dinamización económica del territorio.

Para el desarrollo del documento se aplicó una metodología basada en la revisión documental, la consulta de fuentes oficiales como la Alcaldía de Piedras y prestadores de servicios turísticos locales, así como la observación de redes sociales y plataformas digitales relacionadas con el turismo en la región. La creación de estas rutas tienen como objetivo resaltar aspectos representativos de Piedras, como su paisaje natural, su riqueza cultural y su gastronomía tradicional, promoviendo un turismo responsable y sostenible.

Asimismo, se diseñaron tres itinerarios uno para una pasadía de un día y el otro de dos días, las cuales incorporan los tiempos estimados, actividades, recomendaciones y observaciones que permiten diversificar la oferta del municipio, orientadas a integrar experiencias naturales, culturales y gastronómicas que resalten el potencial de Piedras como un destino emergente en la región del Tolima.

Finalmente, el diagnóstico y la propuesta desarrollada constituyen una herramienta estratégica para la Corporación Ruta Mutis, al proporcionar información técnica y metodológica útil para la gestión del turismo desde una perspectiva integral. Este producto da cumplimiento al primer y al último objetivo específico de la pasantía, al apoyar los procesos de valoración del patrimonio cultural y natural, así como la sistematización de los aprendizajes y metodologías útiles para la planificación turística. En conjunto, este documento ofrece una base sólida para impulsar el turismo local, fortalecer la economía regional y promover la identidad cultural de Piedras, articulando a la comunidad, los empresarios y las autoridades locales en torno al desarrollo territorial.

(Véase en el Anexo F y G).

Recomendaciones

A la Corporación Ruta Mutis se le recomienda continuar fortaleciendo el uso activo y estratégico de sus redes sociales institucionales, dado que representan una herramienta clave para diversificar, promocionar y posicionar sus productos y servicios turísticos. Las plataformas digitales constituyen hoy un espacio fundamental para generar confianza, atraer visitantes y proyectar la identidad de la organización, ya que la comunicación visual y el contenido digital son determinantes en la decisión del turista o visitante al momento de elegir un destino o una entidad con la cual vincularse.

En este sentido, se sugiere implementar una planificación constante de contenidos, que contemple publicaciones periódicas, dinámicas interactivas y el uso de historias y videos cortos que promuevan la participación del público y fortalezcan el engagement. Asimismo, es importante designar una persona o equipo responsable de la gestión de redes sociales, con el fin de garantizar continuidad en las estrategias comunicativas, mantener la frecuencia de publicación y asegurar coherencia en el contenido.

También se recomienda analizar las redes sociales de otras entidades del sector turístico, tanto públicas como privadas, para identificar buenas prácticas, tendencias y formatos exitosos que sirvan como referencia en la creación de nuevos productos comunicativos y experiencias digitales. De igual forma, se sugiere consolidar y ampliar las alianzas estratégicas ya establecidas con alcaldías, universidades e instituciones culturales, pero también explorar vínculos con empresas privadas, grupos empresariales y organizaciones que puedan estar interesadas en recorridos o rutas culturales y naturales a sus empleados o públicos específicos.

Finalmente, resulta fundamental mantener una comunicación digital activa y sostenida que permita conservar la visibilidad institucional, reforzar la confianza del público y garantizar que la Corporación Ruta Mutis siga posicionándose como una entidad referente en turismo cultural, natural y sostenible en Colombia.

En cuanto a la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, se recomienda seguir promoviendo el componente social como eje central de la formación académica, fortaleciendo su articulación con entidades públicas como FONTUR, MINCIT, ProColombia, Alcaldías, entre otras. También se sugiere profundizar en el campo de la formulación de

proyectos turísticos, incluyendo fichas técnicas y guías prácticas que faciliten a los estudiantes la correcta presentación de propuestas en convocatorias oficiales propuestas por estas entidades. Adicionalmente, resulta necesario ampliar y diversificar los campos de práctica o pasantía, procurando que estos se alineen con los objetivos y competencias del Programa de Turismo.

Conclusiones

La presente pasantía permitió responder a la pregunta: *¿De qué manera la Corporación Ruta Mutis puede fortalecer su imagen institucional a través de estrategias de planificación turística, comunicación digital e iniciativas de turismo cultural y natural?*

Se concluye que la Corporación Ruta Mutis puede fortalecer su imagen institucional mediante la articulación de cuatro ejes estratégicos: *(1) la planificación turística, que facilita la estructuración de diagnósticos y proyectos alineados con la identidad regional; (2) la comunicación digital y manejo de redes sociales, que amplían la visibilidad institucional y consolidan el vínculo con los públicos; (3) la promoción de productos turísticos, que diversifica la oferta y posiciona rutas con valor cultural y natural; y (4) la gestión de iniciativas de turismo cultural y natural, que articula comunidades, prestadores de servicios y entidades gubernamentales.* La integración de estos ejes configura una ruta efectiva para consolidar a la Corporación como un actor clave en el desarrollo regional y en la proyección de la Ruta Mutis como producto turístico de referencia nacional e internacional.

Entre los principales resultados obtenidos se encuentra la actualización del guion interpretativo de la Ruta Mutis en Bogotá, la cual es relevante para mejorar la calidad y precisión de la información patrimonial en el contexto cultural y natural de la ciudad. Esta actualización permitió fortalecer la coherencia narrativa, modernizar los datos históricos y aumentar la confiabilidad del material, convirtiéndolo en un insumo técnico de gran valor tanto para la Corporación como para entidades aliadas, como el Instituto Distrital de Turismo (IDT), con quienes se espera mantener la articulación institucional en futuros proyectos.

Asimismo, la reactivación de las redes sociales institucionales (Facebook e Instagram) permitió restablecer la presencia digital de la Corporación mediante la publicación de diecinueve piezas gráficas orientadas a visibilizar rutas, fechas conmemorativas y temas de interés turístico. Sin embargo, tras la finalización de la pasantía se identificó la ausencia de personal asignado para la gestión continua de estas plataformas, lo que podría afectar nuevamente su alcance y nivel de interacción con las audiencias. Esto evidencia la necesidad

de establecer una estrategia de comunicación permanente que garantice la actualización de contenidos y el fortalecimiento del vínculo con el público objetivo.

En cuanto a la propuesta de aplicación de la Norma Técnica NTC-ISO 21101, se identificaron condiciones y requerimientos específicos para tres destinos: el Agroparque Los Soches (Usme), con zonas de montaña ideales para rappel, senderismo y escalada controlada; Sibaté, con la cascada El Hoyo y caminos reales propicios para actividades de torrentismo y espeleología; y Guachetá, con escenarios como el Cerro del Sol y el Mirador La Virgen, adecuados para turismo de naturaleza y exploración responsable. Este diagnóstico permitió establecer los requerimientos de seguridad, personal especializado y equipamiento técnico necesarios para futuros proyectos, contribuyendo al fortalecimiento de la calidad y sostenibilidad de las experiencias turísticas.

Por su parte, el diagnóstico turístico del municipio de Piedras (Tolima), elaborado con base en la Ficha Técnica de FONTUR, constituyó un aporte significativo al identificar atractivos, prestadores de servicios, infraestructura y recursos naturales y culturales del territorio, además de diseñar tres itinerarios turísticos que integran experiencias de naturaleza, cultura y gastronomía. Este documento sirvió como una herramienta metodológica útil para la gestión integral del turismo local y para el fortalecimiento de la economía regional.

Por otro lado, la experiencia práctica permitió demostrar que la combinación de una planificación turística participativa, una comunicación digital estratégica y el desarrollo de iniciativas que valoren el patrimonio cultural y natural son factores clave para fortalecer la imagen institucional. Estas estrategias facilitan la ampliación del alcance, la formalización de alianzas y la conexión con públicos interesados, al tiempo que fomentan un turismo sostenible y responsable que integra comunidades, prestadores de servicios y entidades gubernamentales, reafirmando el compromiso institucional con el desarrollo turístico.

Finalmente, cabe destacar que esta práctica permitió profundizar en el componente social, eje central de la carrera, aspecto que no siempre está presente en muchas organizaciones. El trabajo conjunto con la Corporación Ruta Mutis reconoció la importancia de continuar desarrollando propuestas integrales, participativas y comprometidas con un enfoque cultural y natural, fortaleciendo así la identidad territorial. Estas experiencias han permitido que la Corporación logre posicionarse cada vez más en el sector, contribuyendo al desarrollo económico, la diversificación de la oferta turística y la articulación de diversos actores en el turismo. De esta manera, la pasantía fortaleció no solo mis competencias

profesionales, sino que evidenció que el turismo desde una perspectiva social, cultural y responsable puede ser una herramienta valiosa en la transformación de las regiones y territorios en Colombia.

Referencias

- Ávila, A. (2024). Análisis de la importancia de la colaboración entre el sector público y privado en el desarrollo del turismo en Panamá. *Revista FAECO Sapiens*, 7(2), 107-122. <https://doi.org/10.48204/j.faeco.v7n2.a5275>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2025). Certificado de existencia y representación legal: Corporación Ruta Mutis. Código de verificación A25967800AADEC. <https://www.ccb.org.co>
- Corporación Ruta Mutis para el Desarrollo Regional. (s/f). [Rutamutis.org](https://rutamutis.org/). <https://rutamutis.org/>
- Fernández Alles, M.T., & Cuadrado Marqués, R. (2014). “El impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico: Aplicación de la realidad aumentada al turismo cultural”. *International journal of world of tourism*, 1(2), 11–18. <https://doi.org/10.12795/ijwt.2014.i02.02>
- Gobernación del Valle del Cauca. (s.f.). Desarrollo local y regional [Archivo PDF]. <https://ogpt.valledelcauca.gov.co/storage/Clientes/ogpt/principal/imagenes/contenidos/6168-4.%20desarrollo%20local%20y%20regional.pdf>
- González Murillo, H., (2004). La planificación y gestión del desarrollo territorial en municipios con dificultades de gobernabilidad. *Revista Opera*, 4(4), 37-70. <https://www.redalyc.org/pdf/675/67540403.pdf>
- Hernández González, G. B., Bojórquez Vargas, A. R., y Pedraza Gómez, C. (2020). Gestión pública del turismo: un enfoque de gobernanza local en la Huasteca potosina (México). *Turismo Y Sociedad*, 27, 77–94. <https://doi.org/10.18601/01207555.n27.04>
- Lopes, A. R., & Casais, B. (2022). Digital content marketing: Conceptual review and recommendations for practitioners. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(2), 1-17. <https://bit.ly/4a2SsVG>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2024). Turismo ocupa lugar esencial en la

economía colombiana. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/turismo-ocupa-lugar-esencial-economia-colombiana>

Montañez, J. A. R. (2014). El turismo en el desarrollo regional: La experiencia de dos departamentos colombianos. *Revista lebrer*, 6(6), 259–278.

<https://doi.org/10.15332/RL.V0I6.1457>

Observatorio Astronómico Nacional. (s/f). Edu.co.

https://ciencias.bogota.unal.edu.co/departamentos_e_institutos/observatorio_astronomico_nacional/

Puerto, A. Y. C. (2019, abril 24). Portada - Jardín Botánico de Bogotá. Jardín Botánico de Bogotá. <https://jbb.gov.co/>

Pursell, S. (2025). Marketing digital: qué es, tipos y ventajas para tu negocio. HubSpot.

<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital>

Sánchez, M. Á. (2020). Análisis de la comunicación digital oficial en la promoción turística de Brasil. *3C TIC. Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*, 9(1), 17-39.

<http://doi.org/10.17993/3ctic.2020.91.17-39>

Santana, C. L. M., Merino, M. R. G., & Figueroa, L. D. Z. (2021). Gestión de proyecto en la planificación turística para la comunidad bajo grande de la provincia de Manabí. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 14(6), 153–172.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8590491>

Socatelli, M. A. (s.f.). La planificación del producto turístico [Archivo PDF]. Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.

<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>

UNESCO Institute for Statistics. (2009). Natural heritage. En UNESCO Framework for Cultural Statistics. <https://uis.unesco.org/en/glossary-term/natural-heritage>

UNWTO. (s.f.). Desarrollo sostenible. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Villate, P. A. Yesid Aranda-Camacho, Y. (2020). La gobernanza para la gestión activa del turismo: el caso de la Provincia del Tequendama-Cundinamarca, Colombia. *Gestión y Ambiente*, 23(2), 284–298. <https://doi.org/10.15446/ga.v23n2.81896>

Zambrano, C. S. B., Moreira, K. A. P., & Chávez, K. J. P. (2024). Herramientas de Marketing Digital para el Posicionamiento de la Marca Pastora Sol. Erevna Research Reports, 2(2), 1–1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10076027>

Zambrano P. N. (2021). Gobernanza turística en el municipio de Subachoque Cundinamarca: lineamientos para la creación de la corporación de turismo. Universidad Externado de Colombia. Disponible en: <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/4365>

Anexos

Anexo A: Guión de la Real Expedición Botánica de la Ciudad de Bogotá.

TEXTOS BOGOTÁ D.C PARA RUTA MUTIS

A continuación, se presentan los textos relacionados con Bogotá en el contexto de la Ruta Mutis, una guía desarrollada por el Ministerio de Cultura para articular los municipios que la conforman.

El observatorio de la Ruta Mutis

Bogotá D.C es una de las capitales latinoamericanas con más vida cultural activa. A diario se realizan exposiciones de arte, obras de teatro, festivales de cine, literatura y música, entre otras, que hacen que sus habitantes y visitantes, tengan un abanico de opciones para elegir.

La ciudad cuenta con más de 60 museos y centros culturales, dentro de los cuales se destacan el Museo del Oro, el Museo Nacional, el Museo Botero y el Centro Cultural Gabriel García Márquez, además de contar con una red de bibliotecas públicas que se ha hecho acreedor a importantes premios y reconocimientos. También es sede de reconocidos eventos culturales como el Festival Iberoamericano de Teatro, el más importante del mundo en su estilo, la Feria Internacional del Libro, una de las más renombradas del continente y el Festival Rock al parque, el espectáculo gratuito de rock al aire libre con más asistencia de público de Latinoamérica.

En la ciudad y su zona de influencia tienen sede más de 30 templos de interés turístico, donde se destacan el santuario del Señor Caído de Monserrate, ubicado a 3.152 metros sobre el nivel del mar, el santuario del Divino Niño Jesús del 20 de julio y Catedral de Sal de Zipaquirá, obra de ingeniería realizada 180 metros bajo tierra en una mina de sal.

Bogotá D.C se consolida como una de las principales capitales gastronómicas de América Latina. La ciudad también se caracteriza por poseer una variada vida nocturna, en la que turistas nacionales y extranjeros encuentran diversas ofertas y estilos. Representados en sus bares y discotecas que incluyen desde los ritmos colombianos como la salsa y el vallenato, hasta música internacional como tango, chill-out y electrónica, entre otros.

Por otro lado, las diversas posibilidades de alojamiento, que incluye más de 600 hoteles, algunos de cadenas internacionales y nacionales, hostales y apartamentos turísticos entre otros, hacen que Bogotá D.C sea el principal destino de turistas extranjeros que llegan al país. Sus facilidades para realizar negocios, eventos y convenciones, la consolidan como uno de los destinos preferidos para ejecutivos en todo el mundo.

Finalmente, la oferta de la ciudad se complementa con excelentes prestadores de servicios turísticos que incluye más de 1.566 agencias de viajes, 55 arrendadores de vehículos, 116 transporte terrestre, 413 guías profesionales de turismo, 446 establecimientos de gastronomía y 5 puntos de información turística dispuestos a brindarle material promocional y asistir en la preparación de los viajes a turistas nacionales e internacionales.

Para conocer el listado completo de atractivos y prestadores de servicios turísticos, por favor consulte los directorios en <https://www.visitbogota.co/es/> y <https://observatorio.idt.gov.co/>

Breve Historia

La ciudad de Santafé fue fundada el día 6 de agosto de 1538 por Gonzalo Jiménez de Quesada. La ciudad se localizó en el sitio denominado Teusaquillo, un pequeño poblado indígena situado en las estribaciones de los cerros de Monserrate y Guadalupe. Ese poblado hacía parte del territorio ocupado por los Muisca, un populoso grupo indígena perteneciente a la familia lingüística chibcha de cuya cultura han quedado muestras de fina orfebrería, textiles y cerámica.

Desde su fundación, Santafé fue capital del Nuevo Reino de Granada, cuyo gobierno se confió en 1550 a la Real Audiencia fue sede de numerosas órdenes religiosas fundadoras de conventos, colegios y universidades que le dieron un carácter especial de ciudad educadora. Desde 1740 la ciudad fue sede virreinal, carácter que conservó hasta el fin de las guerras de independencia.

La expedición Botánica fue uno de los aportes del despotismo ilustrado español a la vida científica colonial y trajo a Santafé la influencia de la ilustración francesa. Un aporte especial de la Expedición fue la construcción del observatorio astronómico, entre 1802 y 1803, uno de los pocos edificados en América durante el primer régimen colonial. Santafé fue escenario del grito de la independencia el 20 de julio de 1810. Luego de las guerras de la independencia, acogió, en 1819, al Libertador Simón Bolívar como primer presidente de la República de Colombia. En ese mismo año su nombre cambió por el de Bogotá y en 1821 fue elegida como capital de la nueva república. El siglo XIX estuvo marcado por las sucesivas contiendas políticas que culminaron en la “Guerra de los Mil Días”, que finalizó en 1902.

El aislamiento relativo de la capital contribuyó a sostener su carácter de ciudad administrativa y educadora a lo largo del siglo XIX. Se destacan como importantes eventos científicos y culturales de la segunda mitad del siglo XIX las actividades investigativas de la comisión corográfica desarrolladas entre 1850 y 1859 y la fundación, en 1867, de la Universidad Nacional de Colombia.

La literatura fue especialmente importante en el siglo XIX, lo que le valió a Bogotá el título de ciudad de poetas. Las artes plásticas tuvieron un impulso con la fundación de la Escuela

Nacional de Bellas Artes en 1886, en donde se formaron los mejores paisajistas y retratistas, algunas de cuyas obras se encuentran en el Museo Nacional de Colombia. En la cultura bogotana de fin del siglo XIX, conocida con el nombre de Centenarista, se combinaron costumbres de raigambre colonial con las influencias europeas llegadas a lo largo del siglo.

Las comunicaciones de la naciente metrópoli se incrementaron, desde 1882, con la construcción de la red ferrocarriles que la conectaron con el resto del país. Internamente la ciudad dispuso del servicio de tranvía, desde 1884, lo que le permitió extenderse en diversas direcciones para alojar la población. En ese momento se inicia un incremento gradual de las actividades comerciales, industriales y de modernización de su infraestructura, que tuvieron impulso en los años veinte y continuaron en la década siguiente, auspiciado por los propósitos modernizadores del gobierno nacional.

El 9 de abril de 1948 fue asesinado Jorge Eliecer Gaitán, político influyente quien había sido alcalde de Bogotá entre 1936 y 1937. Su muerte desató violentos disturbios que duraron varios días y dejaron una huella de destrucción en la ciudad. En ese momento se conoce hoy con el nombre de El Bogotazo. Esta fecha marco, en gran medida, el fin, de la primera mitad del siglo y el comienzo de una nueva era en la vida de la ciudad.

La modernización de la ciudad se ha llevado a cabo en diferentes fases, la primera de ellas entre 1950 y 1970 y la más reciente en los últimos treinta años. La primera fase se inició durante el gobierno del general Gustavo Rojas Pinilla, único dictador que gobernó la república en el siglo XX, quien asumió el poder en 1953 y fue derrocado en 1957. En ese periodo se inició la era de la televisión en Colombia y se realizaron tres obras importantes para la estructura física de Bogotá: la Autopista del Norte, el Aeropuerto el Dorado y el proyecto del Centro Administrativo Nacional.

Bogotá es hoy un importante centro educativo, cultural, financiero y de negocios en el ámbito nacional e internacional. Su historia se encuentra reflejada en la estructura física y en el rico patrimonio cultural que recuerdan a ciudadanos y visitantes lo transcurrido a lo largo de su existencia.

Ubicación

Bogotá reposa sobre la extensión noroccidental de la cordillera de los Andes, en una sábana con diversidad de climas, tipos de suelos, cuerpos de aguas y diferentes formaciones naturales. Bogotá está rodeada de montañas que sirven como barrera natural y restringen el flujo de humedad, influyendo en el régimen de lluvias.

Limita al norte con el municipio de chía, al este con los cerros orientales y los municipios de La Calera, Choachí, Ubaque, Chipaque, Une y Gutiérrez; al sur con los departamentos del Meta y Huila; y al oeste con el río Bogotá y los municipios de Cabrera, Venecia, San Bernardo, Arbeláez, Pasca, Sibaté, Soacha, Mosquera, Funza y Cota.

¿Cómo Llegar?

Bogotá cuenta con el terminal aéreo más importante del país, el **Aeropuerto Internacional El Dorado** en donde operan vuelos internacionales y nacionales. Muy cerca al aeropuerto está el **Puente Aéreo**, un terminal complementario que se creó exclusivamente para los vuelos nacionales de la aerolínea Avianca, sin embargo, hoy en día opera vuelos de Satena, Easyfly, Wingo entre otras.

La Terminal de Transporte de Bogotá Ciudad Salitre está organizada en 5 módulos. El #1 (amarillo) con buses con destino al sur del país; el #2 (azul) con rutas hacia el oriente y occidente; el #3 (verde) permite acceder a servicio de taxis intermunicipales e interdepartamentales; el #4 (rojo) conecta con el norte del país y gestiona algunas rutas internacionales hacia países vecinos y por último el #5 (morado) es donde llegan los pasajeros provenientes de fuera de la ciudad.

Actualmente Bogotá cuenta con dos terminales satélites localizadas una al sur de la ciudad, donde los viajeros pueden movilizarse desde y hacia el sur y suroccidente del país. La otra es la terminal del Norte ubicada en la Autopista Norte con calle 192, donde pueden movilizarse a regiones del norte.

Por otro lado, por vía terrestre a Bogotá, se puede ingresar a través de corredores como la Autopista Norte, La Calera, la Autopista Sur, la Autopista Medellín - Bogotá y por la vía a Villavicencio.

Población

De acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2025 Bogotá tendrá una población estimada de 7,94 millones de habitantes. De este total, 4,14 millones son mujeres (52,1 %) y 3,80 millones son hombres (47,9 %).

Los habitantes de Bogotá representan el 14,9 % de la población total de Colombia en 2025.

Altitud y Clima

Bogotá está ubicada a 2.640 metros sobre el nivel del mar. Su clima es templado de alta montaña, con una temperatura promedio anual de 14 °C y mínimas nocturnas que pueden descender hasta los 10 °C o menos, especialmente en zonas altas. La variabilidad climática está influenciada por los fenómenos de El Niño y La Niña, lo que afecta la estabilidad entre localidades y reduce la precisión de las predicciones meteorológicas.

Esta temperatura suele variar según los meses del año: en diciembre, enero y marzo tiende a ser más alta, mientras que en abril y octubre se registran las más bajas.

Actividad Económica

Bogotá es el principal centro económico e industrial de Colombia. Las actividades económicas se concentran principalmente en los servicios financieros y el comercio, que en

conjunto representan más del 76 % del PIB local. La ciudad también concentra cerca del 60 % de las transacciones bancarias del país.

El turismo de negocios (MICE) aporta aproximadamente el 2 % del PIB, consolidándose como un motor clave en la diversificación económica y en el posicionamiento internacional de la ciudad.

La industria manufacturera conserva una participación significativa, especialmente en los sectores metalmecánico, alimentario, químico y textil, los cuales representan cerca del 20 % del total de empresas locales.

En el ámbito de la tecnología y la innovación, Bogotá se ha consolidado como un hub regional, con una creciente presencia de startups y múltiples iniciativas orientadas al desarrollo digital y al emprendimiento.

En el **Brand Finance Global City Index 2024**, Bogotá fue reconocida como la sexta mejor ciudad de América Latina en percepción de marca, siendo además la única ciudad colombiana incluida en el ranking global, donde ocupa el puesto 87. También se destacó como destino líder para eventos internacionales y por su capacidad para atraer inversión extranjera directa.

Estos logros son posibles gracias a la calidad de su capital humano, el impulso al emprendimiento, el acceso a capital de riesgo y los avances en seguridad, factores que han permitido a Bogotá consolidarse como una de las ciudades más atractivas y competitivas de América Latina.

Artesanías

Debido a que en la ciudad es habitada por personas provenientes de todas las regiones del país, la capital concentra una muestra de artesanías de todo el territorio nacional, permitiendo a los visitantes y turistas acceder a recuerdos del país completo. Se destacan entre los principales centros para comprar artesanías los almacenes de Artesanías de Colombia, y los mercados de pulgas de San Alejo, Las Aguas, ubicado en el Centro Internacional, y los de Toldos de San Pelayo y Carpe Diem, localizados en Usaquén, a los que se puede acceder los días domingos desde tempranas horas en las mañanas.

Gastronomía

El plato típico por excelencia es el Ajiaco Santaferense elaborado con tres clases de papa, mazorca, pollo y guascas, acompañado de alcaparras, crema de leche y aguacate. Para desayunar es tradicional la Changua, el tamal de hoja de plátano, el caldo de costilla, o un buen chocolate caliente con queso y almojábana. Si de postres se trata, Bogotá ofrece las brevas con arequipe, fresas con crema, postre de natas y cuajada con melao. El canelazo es una bebida del Altiplano Cundiboyacense que se prepara con agua de panela, aguardiente y canela, y se consume caliente.

Bogotá se consolida como una de las principales capitales gastronómicas de América Latina. Actualmente, la ciudad cuenta con seis zonas gastronómicas como la zona G, entre calles 68 y 71 y carreras 7 a 4; la zona C, ubicada en el barrio La Candelaria; la zona Rosa y zona T entre

calles 83 y 84 con carrera 12ª; Usaquén y la zona M, en el barrio La Macarena, parque de la 93; alrededores y la vía Calera.

Festividades, Patrimonio Inmaterial

Bogotá es una ciudad en la que fluyen culturas milenarias que le hace ser hoy en día, un escenario propicio para la realización de innumerables conciertos, ferias y eventos donde se destacan los siguientes:

- **Enero/Febrero:** Vitrina Turística de ANATO- Anualmente se congrega agentes de viajes y oficinas de turismo de diversos países y regiones, lo cual lo convierte en el certamen especializado más importante del sector en Colombia. Temporada Taurina- En la Plaza de Toros La Santamaría se presentan las figuras del toreo nacional e internacional.
- **Marzo/Abril:** Festival Iberoamericano de teatro uno de los festivales de artes escénicas más grandes del mundo por su capacidad de convocatoria, cantidad de funciones y diversidad de géneros. Se celebra cada dos años.
- **Mayo/Junio:** Temporada de Ópera y Zarzuela puesta en escena de selección de obras de la Lírica mundial. Festival Rock al parque al aire libre y gratuito más grande de América Latina y el evento masivo más importante de Bogotá. Se lleva a cabo una vez al año, con el fin de promover las bandas de rock del país.
- **Julio/Agosto:** Festival de Verano- Multitudinario evento que se realiza en conmemoración de la fundación de Bogotá con una programación cultural, deportiva y recreativa. Agroexpo es considerado el mejor evento generador de negocios del agro en América Latina. Se puede apreciar una excelente muestra del sector pecuario y agroindustrial del país, juzgamiento y remate de bovinos, ovinos y caprinos; seminarios y conferencias, muestra de maquinaria agrícola, de insumos y del sector alimenticio. Feria Internacional del Libro es uno de los tres eventos editoriales de mayor tamaño en Latinoamérica. Fuente importante de negocios para el sector editorial nacional e internacional, posicionándose como el evento cultural más relevante de Colombia y de la Región Andina. Se celebra una vez al año. Feria de las colonias. Es el evento cultural y comercial que integra a todas las regiones del país en un solo lugar. Se convierte en una plataforma en donde el público en general tiene la oportunidad de “recorrer Colombia en un solo día”, y disfrutar de una amplia programación con acceso al comercio, la cultura, la gastronomía y, una extensa gama de productos, servicios y proyectos, que congregan lo más representativo de cada departamento.
- **Septiembre/Octubre:** Festival Internacional de jazz tradicional evento en el que participan bandas de Colombia y el exterior para ofrecer lo mejor del jazz. Festival de cine donde se proyectan las mejores películas nacionales y extranjeras en salas de cine y espacio público. Premio a nuevos directores, talleres de cine y exposiciones.
- **Noviembre/Diciembre:** Expoartesánías es la feria más importante del sector artesanal en América Latina. Sus productos ofrecen altos estándares de calidad, diseño e innovación.

Sitios de interés Cultural

Jardín Botánico José Celestino Mutis

El Jardín Botánico es un mundo pleno de naturaleza y color. Su nombre honra la memoria del sabio Mutis. Promueve y realiza actividades de conservación, educación ambiental e investigación sobre la diversidad de la flora colombiana, en particular, la de la Sabana de Bogotá. Fue fundado en 1955 por el científico colombiano Enrique Pérez Arbeláez. Dentro de sus colecciones cuenta con representantes de: Bosque andino, robledal, bosque de niebla, zona de coníferas, criptogamium (plantas que carecen flores), herbal (plantas medicinales), rosaleta y circuito de invernaderos con plantas de clima cálido, seco y lluvioso.

Es de especial interés el Sistemático, un lugar en donde las plantas están organizadas según su grado de evolución. Posee acceso peatonal y vehicular, lago, cascada, laboratorios, túneles de propagación, aula ambiental y auditorio para conferencias y conciertos. Ofrece servicios de biblioteca, video – foro, venta de publicaciones, restaurante, cafetería y vivero comercial. Desarrolla talleres infantiles, expediciones ambientales, asesoría técnica y exposiciones temporales de orquídeas, bromelias, rosas, bonsái y heliconias.

Ubicación: Avenida calle 63 No. 68-95. Horario: martes a viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.; Sábados, domingos y festivos de 9:00 a.m. a 5:00 p.m. Teléfono (pbx): +57 60 1 437 7060 extensión 1000 - Celular: +57 3135025464. Entradas: General \$6.300; Tropicario: \$11.600; General y Tropicario \$14.800. Niños menores de 5 años y adultos mayores de 60 no pagan entrada general.

Observatorio Astronómico Nacional

El edificio científico, como lo han llamado, fue el hito que materializó el pensamiento moderno que Mutis venía trazando desde mediados del siglo XVIII en la Nueva Granada. Fue el primer observatorio de la América de habla hispana y es resultante directa de las actividades de la Exposición Botánica. Se inició su construcción en 1802 y fue inaugurado el 20 de agosto de 1804.

Actualmente el observatorio hace parte del conjunto de edificaciones de la Casa de Nariño, sede de los presidentes de la República de Colombia, tras haber prestado sus servicios por casi 180 años. Su figura es la de una torre Octágona de 13 pies de rey de lado y 56 de altura. Un ático fingido corona todo el edificio, y sirve al mismo tiempo de antepecho. Un agujero en la segunda bóveda da paso a un rayo de luz que va a pintar la imagen del sol sobre el pavimento del salón en el que se ha tirado una línea meridiana, y forma un gnomon de 37 pies y 7 pulgadas de elevación. La bóveda superior es hemisférica, perforada en el centro y sostiene el último piso al descubierto. En el lado del octágono que mira al suroeste está la escalera en espiral, que da ascenso a la salida principal, y a la azotea superior.

La sede académica del observatorio está ubicada en la Universidad Nacional de Colombia donde se realizan las actividades académicas y administrativas, así como también observaciones por telescopio de cuerpos celestes al público en general los días viernes a partir de las 6:30 pm siempre y cuando las condiciones meteorológicas lo permitan.

*Ubicación: Palacio de Nariño. Carrera 8va con calle 8va. Tel: 57-1-3423786.
Entrada con previa autorización. Ubicación: Universidad Nacional de
Colombia. Carrera 45 No. 26-85- Edificio Uriel Gutiérrez*

Capilla de la Bordadita - Tumba Mutis

La capilla, donde se venera “La Bordadita”, posee una fachada en la que dos columnas flanquean un arco de medio punto, en cuya clave se resalta el escudo arzobispal de Fray Cristóbal de Torres. Las columnas estriadas tienen un imoscapo decorado con motivos vegetales y están rematadas con capiteles corintios que sostienen un arquitrabe liso, decorado con la cruz de Calatrava, flores y querubines. Sobre este, se eleva un frontón curvo en cuyo tímpano están las imágenes de la Virgen del Rosario entre Santo Domingo de Guzmán y Santa Catalina de Siena y en los extremos Santo Tomas de Aquino y el Arzobispo fundador.

La capilla Bordadita, perteneciente al colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, guarda la tumba del sabio Mutis. En este colegio, Mutis se inició como catedrático donde implantó su propio estilo, y se distinguió por ser un abierto defensor de las nuevas ciencias e implantó su propio estilo, y crítico del oscurecimiento revolucionario como el principio de que “La Tierra se movía alrededor del Sol”.

Ubicación: Calle 12C #6-25, Bogotá, D.C.

Biblioteca Nacional de Colombia

La Biblioteca Nacional de Colombia es la más antigua de su género en América. Fue fundada en 1777, durante el gobierno del Virrey Manuel De Guirior. Su primer acervo bibliográfico estuvo conformado por la colección que perteneció a los padres jesuitas. Entre sus fondos, se destacan las bibliotecas particulares que pertenecieron a influyentes personalidades de la vida nacional, entre ellas cabe mencionar las de: Anselmo Pineda, Joaquín Acosta, Manuel Ancizar, José María Quijano Otero, Rufino José Cuervo, Marco Fidel Suarez, Miguel Antonio Caro, Eduardo Santos y más recientemente la donación de Germán Arciniegas y la compra de las bibliotecas de Horacio Rodríguez Plata y Fernando Arbeláez.

En 1822 le fue entregada la custodia de la biblioteca del sabio Mutis. También, hacen parte de sus fondos 30.000 volúmenes de libros raros y curiosos publicados entre los siglos XV-XVIII y que se constituyen en una importante fuente para la investigación histórica y cultural del país. Está declarada Monumento Nacional debido a que guarda el patrimonio bibliográfico de la nación.

Ubicación: Calle 24 No. 5-60. Horario de Atención: de Lunes a Viernes, 8:00 am a 5:00 pm. Sábados, de 9:00 am a 4:00 pm. Tel: (+57 601) 3424100

Mutis en el Museo Nacional de Colombia

El Museo Nacional, fue fundado en 1823, conserva y divulga testimonios representativos de los valores culturales del país. Su colección, conformada por más de 20.000 objetos, reúne

desde muestras de los vestigios más antiguos de la presencia del hombre en territorio colombiano- 10.000 a.C.- hasta piezas y obras relacionadas con la historia, el arte y la etnografía indígena y afrocolombiana del siglo XX.

Durante casi dos siglos de existencia su colección se ha exhibido en lugares tan diversos como la Casa Botánica, hoy desaparecida; la Casa de las Aulas; el edificio Pedro A. López y el inmueble que actualmente lo acoge, el antiguo panóptico de Cundinamarca. La edificación es una imponente construcción militar amurallada levantada, entre 1874 y 1905, a partir de planos de Thomas Reed y permaneció sirviendo como penitenciaría hasta 1946. Es sede del Museo Nacional desde 1948 y fue declarada monumento nacional en 1975.

El museo fue fundado como continuación de la labor pedagógica y de investigación que desarrolló Mutis a través de la Expedición Botánica y contando con la colección que de ella se conservaba. Actualmente, con más de 27.000 piezas de arqueología, etnográfica e historia, el Museo expone algunos objetos del científico español que dan cuenta de su importancia para el desarrollo científico nacional.

Ubicación: Cra 7 No. 28-66 Horario: De Martes a Domingo de 09:00 am a 5:00 pm. Los lunes, incluidos los festivos, No hay servicio. Bóveda de orfebrería: Martes a Domingo de 09:00 am a 5:00 pm. Tel: +60(1) 381 6470 Entrada: Adultos \$ 6.000; los niños mayores de 5 años \$2.000; los jóvenes mayores de 12 \$4.000. Los niños menores de 5 años, los adultos mayores de 60 y las personas en condición de discapacidad tienen entrada libre.

Otros Atractivos

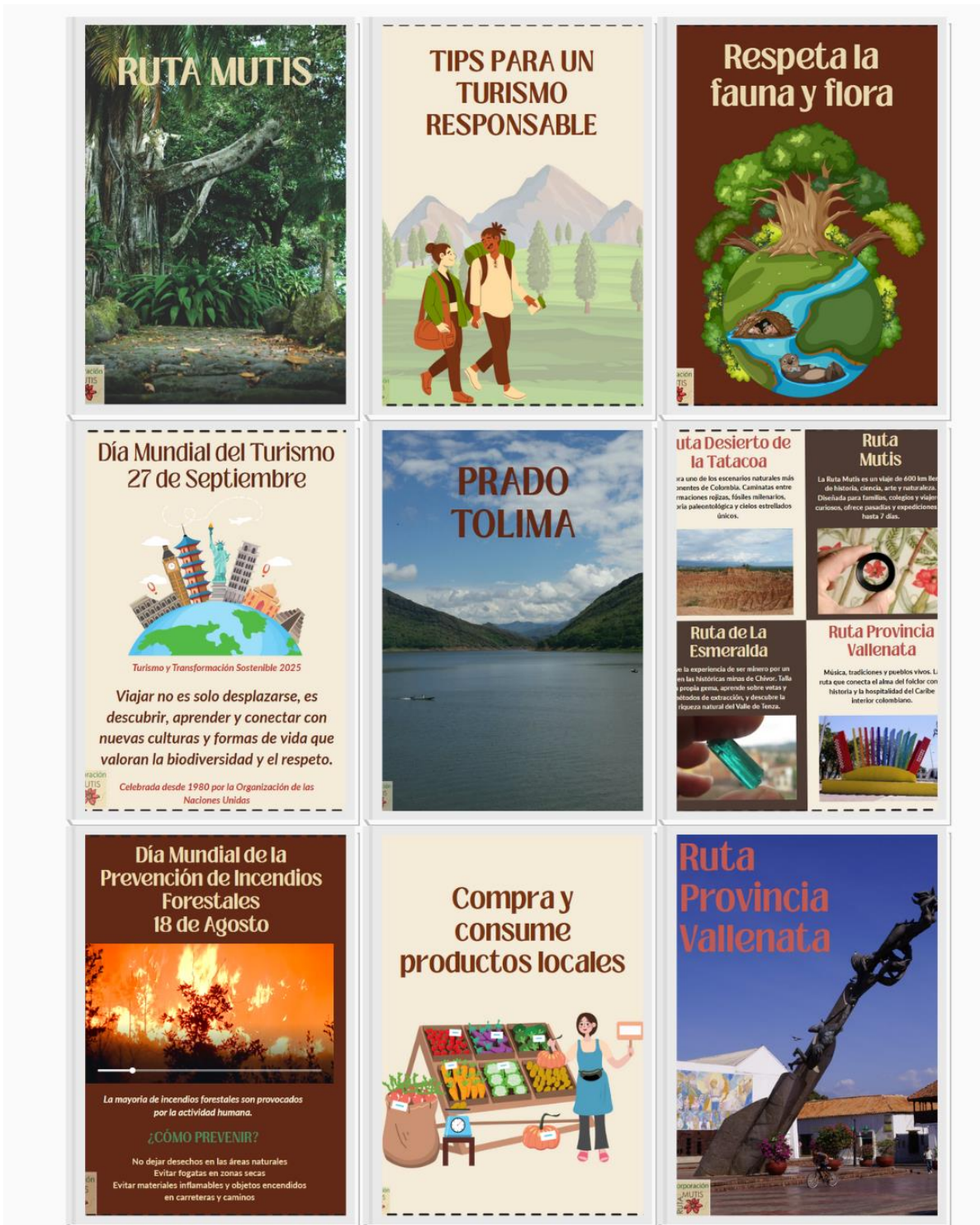
Museo del oro, Museo de Arte Colonial, Museo de Arte MODERNO, Museo de la Independencia Casa del Florero, Casa de la Moneda, Casa de los Comuneros, Casa de Nariño sede de la Presidencia de la República; Capitolio Nacional, Museo Arqueológico, Casa del Márquez De San Jorge, Quinta de Bolívar, Edificio Liévano sede de la Alcaldía Mayor de Bogotá; Catedral Primada, Templo de San Francisco, Iglesia de la Veracruz sede del Panteón Nacional; Iglesia de la Tercera Orden, Plaza de Bolívar, Plazoleta del Chorro de Quevedo, Teatro Cristóbal Colón, entre otros.

Reflexión final

Bogotá fue uno de los puntos de partida de la Real Expedición Botánica, lo que la convirtió en un centro de investigación y conocimiento científico durante el periodo virreinal. Este acontecimiento dejó una huella profunda en el desarrollo cultural y académico de la ciudad, y sirvió como referente para que otros municipios cercanos explorarán y documentaran la riqueza natural y cultural del territorio.

Los hallazgos de esa expedición han perdurado en el tiempo gracias a la conservación de manuscritos, mapas, notas, láminas y registros botánicos, que hoy conforman parte fundamental de la memoria histórica y científica de Colombia.

Anexo B: Piezas gráficas - Redes Sociales. [Post de Ig y Fb](#)



Anexo C: Cronograma de publicaciones

Cronograma de publicaciones para las Redes Sociales de Facebook e Instagram

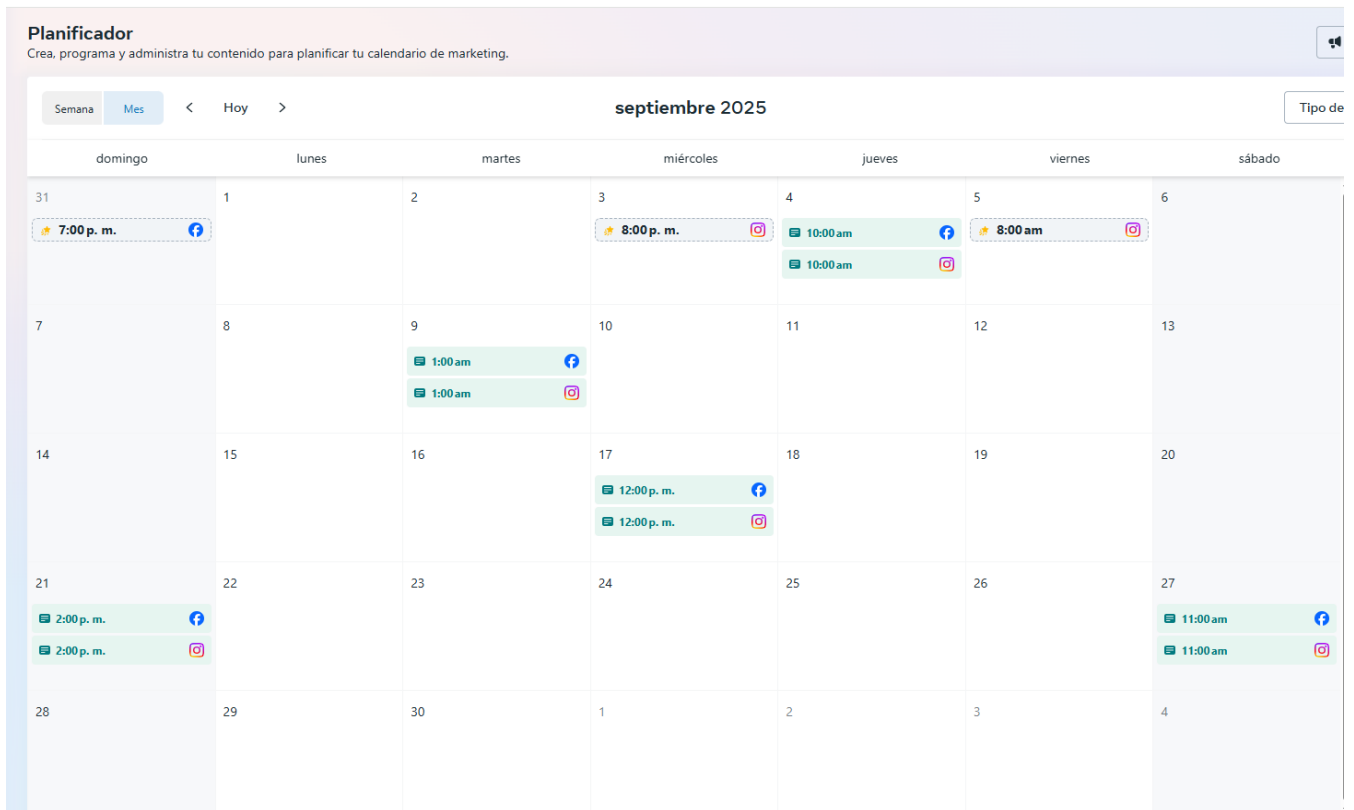
- Cronograma Mes de Julio. Elaboración Propia. Meta Business Suite (2025).

| Semana | | Mes | | < Hoy > | | julio 2025 | | | | | | Tipo de | |
|---------|-------|--------|------------|------------|---------|------------|---------|------------|-------------|-------------|------------|------------|----------|
| domingo | lunes | martes | miércoles | jueves | viernes | sábado | domingo | lunes | martes | miércoles | jueves | viernes | sábado |
| 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | | 2:02 p. m. | 1:56 p. m. | | |
| | | | 2:02 p. m. | 1:56 p. m. | | | | | | | | | |
| | | | + 2 más | + 2 más | | | | | | | | | |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | 11:56 am | | | | 3:00 p. m. | |
| | | | | | | | | 11:56 am | | | | 3:00 p. m. | |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | | | | 2:00 p. m. | | | |
| | | | 2:00 p. m. | | | | | | | | | | |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | | | | | | 8:35 am | 10:00 am |
| | | | | | | | | | | | | 10:00 am | |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 1 | 2 | | 7:00 p. m. | 12:00 p. m. | 12:00 p. m. | | | |
| | | | | | | | | 8:31 am | 7:00 p. m. | 12:00 p. m. | | | |
| | | | | | | | | + 2 más | | | | | |

- Cronograma Mes de Agosto. Elaboración Propia. Meta Business Suite (2025).

| Planificador | | | | | | | | | | | | | Tipo de |
|--|-------|--------|------------|-------------|-------------|-----------|---------|----------|--------|-----------|--------|-------------|----------|
| Crea, programa y administra tu contenido para planificar tu calendario de marketing. | | | | | | | | | | | | | |
| Semana | | Mes | | < Hoy > | | ago. 2025 | | | | | | Tipo de | |
| domingo | lunes | martes | miércoles | jueves | viernes | sábado | domingo | lunes | martes | miércoles | jueves | viernes | sábado |
| 27 | | | 30 | 31 | 1 | 2 | | | | | | | |
| | | | 7:00 p. m. | 12:00 p. m. | 12:00 p. m. | | | | | | | | |
| | | | 8:31 am | 7:00 p. m. | 12:00 p. m. | | | | | | | | |
| | | | + 2 más | | | | | | | | | | |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | | 2:00 am | | | | | 10:00 am |
| | | | 9:00 am | 9:00 am | | | | | | | | | 10:00 am |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | | | | | | | |
| | | | 10:00 am | | | | | | | | | 12:00 p. m. | |
| | | | 10:00 am | | | | | | | | | 12:00 p. m. | |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | | 8:00 am | | | | | |
| | | | | | | | | 8:00 am | | | | | |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | | 10:00 am | | | | | |
| | | | | | | | | 10:00 am | | | | | |

- Cronograma Mes de septiembre. Elaboración Propia. Meta Business Suite (2025).



Anexo E: Propuestas de aplicabilidad de la Norma en actividades de Turismo de Aventura.



Norma ISO 21101 - Sistemas de gestión de seguridad.

Esta norma especifica cómo la organización de turismo de aventura gestiona sus operaciones en términos de seguridad, buscando satisfacer las expectativas de seguridad de los participantes y el personal, logrando cumplir con todos los requisitos legales y la seguridad exigida.

La organización debe definir: La actividad de turismo de aventura; el alcance de la actividad, como los lugares, la duración y todas las actividades dentro de la actividad; los objetivos de la gestión del riesgo de la actividad; los límites e interfaces con otras actividades o sistemas de gestión de la seguridad; las metodologías de evaluación del riesgo; los criterios de evaluación del riesgo y sus razones.

Norma ISO 21103 - Información que se le debe proporcionar a los participantes en actividades de turismo de aventura.

Establece los requisitos mínimos para ofrecer información a los participantes antes, durante y después de realizar las actividades de turismo de aventura. Busca mejorar la seguridad, transparencia y confianza en el turismo de aventura, a la vez que garantiza que los participantes estén bien informados y preparados para la experiencia.

Normas técnicas sectoriales

- **NTS AV 010 de 2007:** Requisitos para la operación de actividades de rafting en Turismo de Aventura
- **NTS AV 011 de 2007:** Requisitos para la operación de actividades de rapel en Turismo de Aventura
- **NTS AV 012 de 2008:** Requisitos para la operación de actividades de espeleología recreativa en Turismo de Aventura
- **NTS AV 013 de 2010:** Requisitos para la operación de parapente en Turismo de Aventura
- **NTS AV 014 de 2015:** Requisitos para la operación de actividades de cabalgata en turismo de aventura
- **NTS AV 015 de 2015:** Requisitos para la operación de actividades de canyoning en Turismo de Aventura.

Propuesta en el Agroparque los Soches

El Proyecto Agroparque Los Soches tiene como fin contribuir con el desarrollo de la ciudad con una visión dirigida hacia la conservación del ambiente y la cultura tradicional campesina. Actualmente se trabaja por la promoción de la conservación ambiental y la sensibilización hacia el ambiente a través de caminatas ecológicas y se promociona el ecoturismo, senderismo, campamentos, agroturismo, aviturismo, deportes extremos y de aventura, como economías alternativas. Cuenta con dos senderos de interpretación ambiental como son el sendero La Toscana y el sendero El Manantial con 6 km de largo.

Teniendo en cuenta lo anterior, desde la Corporación de la Ruta Mutis se quiere proponer una alianza para ejecutar y desarrollar un producto turístico en la ciudad de Bogotá, para fortalecer y promover un turismo más responsable y consciente que involucre activamente a la comunidad local y resalte las potencialidades y atractivos del territorio. Aunque, su objetivo principal gira en torno a actividades de aventura como el rapel y el senderismo, también se articula de forma estratégica con otras tipologías turísticas complementarias como el turismo de naturaleza, el ecoturismo, el turismo comunitario y el turismo cultural y educativo.



Agroparque Los Soches. 2021. Sitios turísticos Bogotá

Actividades a desarrollar

1. Hacer un diagnóstico previo acerca de las potencialidades que se den en esta zona para poder desarrollar actividades afines a un turismo de aventura tales como rapel, senderismo y talleres al aire libre.
2. Garantizar condiciones mínimas de seguridad, señalización y sostenibilidad según las normas técnicas sectoriales para el cumplimiento óptimo de las actividades.
3. Creación de un circuito que integre diferentes actividades como el reconocimiento de la fauna y flora mientras se hace senderismo y se llega hasta un último punto que involucre la actividad de Rappel o Escalada.
4. Talleres en los cuales participe la comunidad local en conjunto con la Ruta Mutis para el intercambio cultural de saberes naturales, culturales y educativos que beneficien y potencien una experiencia enriquecedora en el territorio
5. Estrategia de promoción donde se difunda la actividad a realizar teniendo en cuenta un público objetivo, los costos y equipos necesarios para que se lleve a cabo la actividad.
6. Recolectar información de los asistentes como retroalimentación para mejoras y cambios en los recorridos.

Posibles actores

- Agroparque los Soches
- Alcaldía de Usme
- Corporación de Ruta Mutis
- Comunidad local

Beneficios

- Intercambio cultural entre distintos actores
- Creación de nuevos productos
- Conocer la fauna y flora del lugar
- Hacer diferentes actividades en un solo recorrido

Presupuesto

| | |
|--------------------------------|---------------|
| Equipos especializados en T.A | \$ 2.000.0000 |
| Señalización | \$ 1.500.000 |
| Guías especializados | \$ 1.500.000 |
| Creación y diseño del producto | \$ 3.000.000 |
| Diagnóstico | \$ 2.000.000 |
| Total: 10.000.000 | |

Personal

- 4 a 8 personas máximo
- 2 guías por grupo

Resultados esperados:

- Implementación de un circuito de turismo de aventura con valor paisajístico y cultural.
- Fortalecimiento de capacidades locales en diseño turístico
- Generación de una experiencia significativa para el visitante y la comunidad.
- Visibilización del Agroparque como espacio de aprendizaje, conservación y aventura.

Propuesta en Sibaté

El municipio de Sibaté, ubicado en Cundinamarca, posee una riqueza natural y cultural única, con paisajes montañosos, caminos reales históricos y caídas de agua que ofrecen un entorno ideal para el desarrollo del turismo de aventura. Este proyecto propone la creación de un producto turístico enfocado en actividades como senderismo por los caminos reales, ciclomontañismo, rappel o torrentismo, fomentando el aprovechamiento responsable del territorio. Teniendo el apoyo por parte de la Alcaldía, la Secretaria de Turismo y la comunidad local en conjunto con la Corporación Ruta Mutis.



Sibaté. 2024. Elaboración Propia.

Actividades a desarrollar

1. Identificar y caracterizar los recursos naturales y culturales aptos para el turismo de aventura en Sibaté.
2. Desarrollar un proceso participativo con la comunidad local para la formación y apropiación del producto
3. Diseño de rutas y evaluación de riesgos en cada zona (cascadas, senderos, tramos de bicicleta).
4. Campaña de promoción local y regional del producto turístico.
5. Articulación de las entidades gubernamentales para seguir trabajando en nuevos proyectos que incluyan a Sibaté o la creación de nuevas rutas por el territorio.

Atractivos turísticos

- Embalse del Muña
- Cascada El Hoyo
- Alto San Miguel - Vereda Alto Charco – Alto de la Virgen
- Caminos reales (Senderismo y ciclomontañismo)
- Cerro de la Cruz
- Parque los Frailejones Sibaté

Posibles actores

- Alcaldía de Sibaté
- Secretaria de turismo
- Corporación de Ruta Mutis
- Comunidad local

Presupuesto

| | |
|--------------------------------|---------------|
| Equipos especializados en T.A | \$ 2.000.0000 |
| Señalización | \$ 1.500.000 |
| Guías especializados | \$ 1.500.000 |
| Creación y diseño del producto | \$ 3.000.000 |
| Diagnóstico del territorio | \$ 2.000.000 |
| Total: 10.000.000 | |

Personal

- 4 a 8 personas máximo

Resultados esperados

- Implementación de un circuito turístico de aventura en Sibaté.
- Participación activa de la comunidad local en el desarrollo del producto.
- Posicionamiento del municipio como destino emergente de turismo de aventura en Cundinamarca.
- Generación de beneficios económicos, sociales y ambientales para el territorio.

Propuesta en Guachetá

Guachetá, ubicado en el norte de Cundinamarca, es un municipio con un amplio potencial natural y cultural para el desarrollo del turismo de aventura. Su geografía montañosa, formaciones rocosas, quebradas y cuevas, así como su riqueza cultural vinculada a las raíces muiscas y campesinas, lo convierten en un escenario ideal para actividades de aventura de bajo impacto. Esta propuesta plantea el diseño e implementación de un producto turístico que promueva actividades como senderismo, escalada, paseos de lancha o rappel.



Cerro del Sol. Guacheta. Ecoglobal Expeditions.

Actividades a desarrollar

1. Realizar un diagnóstico del estado actual del turismo en Guachetá, identificando prácticas existentes, niveles de organización, accesibilidad y presencia de servicios turísticos.
2. Hacer un mapeo participativo de actores locales, institucionales y comunitarios clave para el desarrollo del proyecto
3. Establecer contacto con actores regionales como las alcaldías de Guachetá y municipios vecinos (Cucunubá, Ubaté y Fúquene), la Corporación Autónoma Regional (CAR), organizaciones comunitarias y posibles operadores turísticos locales.
4. Creación de un producto turístico en colaboración con las distintas organizaciones en el contexto de un turismo de aventura que incluya senderismo por caminos rurales e históricos, ciclomontañismo a través de rutas montañosas intermunicipales, y rappel en escenarios naturales.

Atractivos turísticos

- Caminos reales
- Cerro el Sol
- Excursiones a lagunas de Fúquene y Ubalá

Posibles actores

- Alcaldía de Guachetá, Fúquene y Cucunubá
- Guías intermunicipales
- Corporación de Ruta Mutis
- Comunidad local

Anexo F: Propuesta en el Municipio de Piedras - Departamento de Tolima



Municipio de Piedras - Tolima

El municipio de Piedras, Tolima está ubicado a 47 km de Ibagué, extendiéndose sobre la margen izquierda del río Magdalena. Está organizada en cuatro centros poblados (la Cabecera Municipal, Doima, Guataquisito y Paradero Chipalo) y 13 veredas. Limita al norte con Venadillo, al oriente con el departamento de Cundinamarca, al occidente con Alvarado y al sur con Ibagué y Coello. Históricamente fue un punto clave en las vías de comunicación terrestre entre Quindío y Bogotá, otorgándole esa vocación comercial. Además, su población tiene origen indígena, remontándose a las tribus Itandaima y Doima. Es reconocida como “*La Capital arrocerá del Tolima*” debido a que su economía principalmente se basa en la agricultura y la ganadería, siendo una zona arrocerá por excelencia y que hace parte de la denominación de origen de la meseta de Ibagué. También se destaca por sus cultivos de frutas como el anon, ciruelas, naranjas, limón entre otras.

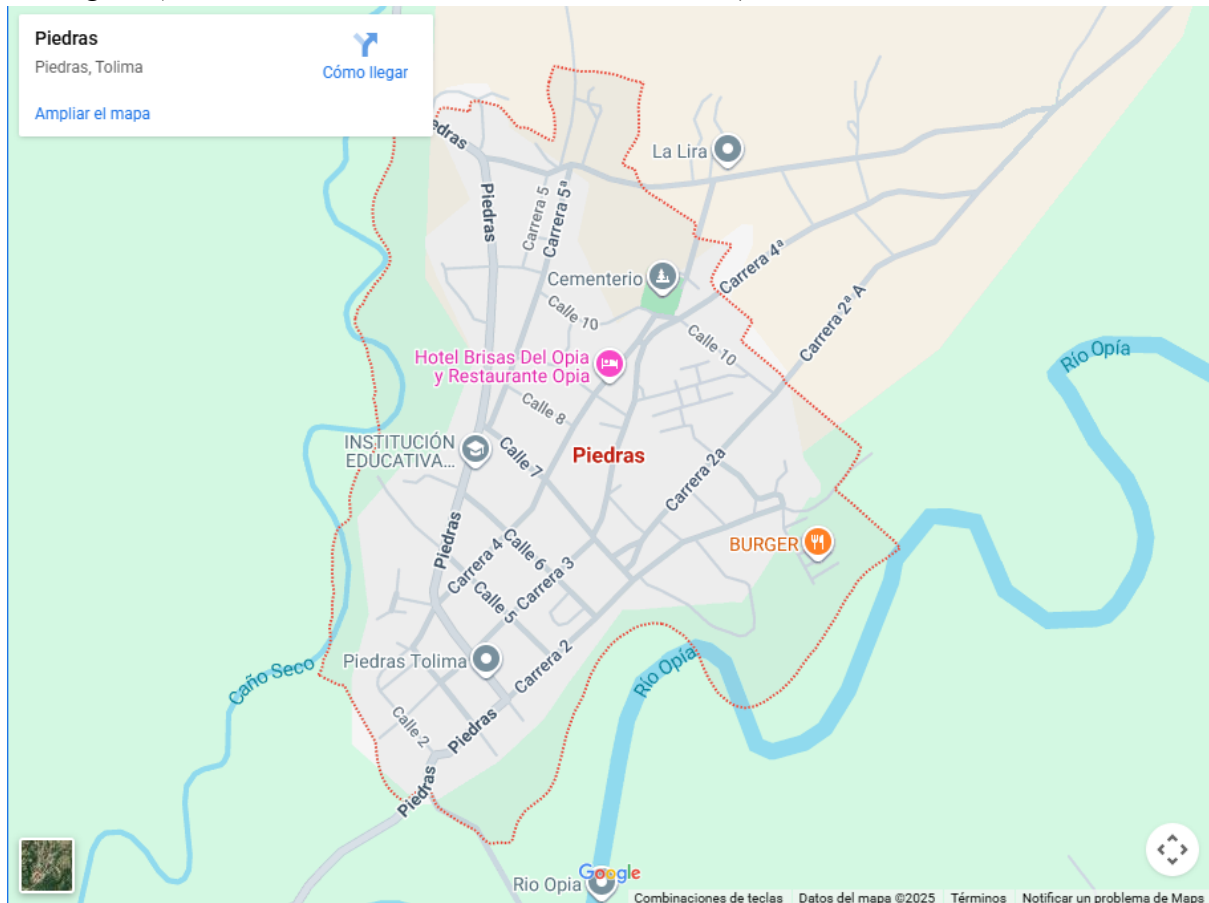


Piedras, Tolima. Colombia Extraordinaria. 2025.

Historia:

El municipio fue fundado el 13 de octubre de 1552 y su ubicación inicial a 3 kilómetros de la margen izquierda del río Opia, después en el año 1774 fue trasladado al lugar que

actualmente ocupa; su nombre indígena Itandaima y nombre posterior San Sebastián del Río de las Piedras. En el año 1903 la población fue incendiada por las constantes confrontaciones entre partidos políticos. Fue antiguamente una región muy importante por ser vía de comunicación terrestre entre el Quindío y Bogotá. Forma parte de Piedras el Corregimiento de Doima que se encuentra aproximadamente a 60 kilómetros de Ibagué y a 202 kilómetros de Bogotá. (Tomado de la Gobernación del Tolima, 2025).



Mapa de Piedras. Gobernación del Tolima. 2025

Clima

El climograma del municipio de Piedras (Tolima) muestra un clima cálido tropical, con temperaturas promedio que oscilan entre los 25 °C y 28 °C a lo largo del año y se encuentra a 403 m.s.n.m. Se observan dos periodos marcadamente lluviosos entre abril–mayo y octubre–noviembre, y dos periodos secos entre diciembre–febrero y junio–agosto.

Estas condiciones favorecen el desarrollo de actividades de turismo natural y cultural durante la temporada seca, especialmente aquellas al aire libre, como recorridos ecoturísticos, caminatas, talleres gastronómicos y visitas a balnearios. Durante los meses lluviosos, la planificación turística debe incluir medidas de seguridad y alternativas bajo techo, garantizando experiencias seguras y sostenibles para los visitantes.



Climograma de Piedras. Meteoblue. 2025

Gastronomía:

Uno de los elementos más destacados es su gastronomía, especialmente el bizcocho de cuajada, un producto artesanal elaborado con harina de maíz y huevos, que es no solo un ícono culinario sino también una fuente de sustento para muchas familias rurales. Otros platos típicos de la región son la lechona tolimense, los tamales tolimenses y la gallina criolla.

Atractivos turísticos:

Entre sus potencialidades, destacan sus recursos naturales, tales como los balnearios de Caracolí, La Fragua y La Jabonera, ampliamente frecuentados por visitantes de Ibagué y municipios cercanos durante los fines de semana y festivos. La Reserva Natural La Esmeralda también se perfila como un lugar clave para el aviturismo, con especies emblemáticas que atraen tanto a turistas como a investigadores interesados en la conservación ambiental. Por otro lado, el río Opia, también conocido como el río Piedras, no solo es un símbolo territorial sino también un espacio con gran potencial recreativo. Los cerros como Las Tetas de Doima y el cerro de las Tres Cruces amplían aún más la oferta turística, con posibilidades para actividades de ecoturismo y turismo de aventura, como el senderismo.

Entre sus recursos culturales destacan la Parroquia de San Sebastián y el Centro de Culto “San Miguel Arcángel”, Parque Principal Bulira y el Monumento a Bulira y el Parque principal Doima. Además, de sus fiestas patronales de San Sebastián que se celebran en el mes de enero.

La cultura ecuestre y vaquera tiene una fuerte presencia, con festivales y eventos que atraen a visitantes y celebran la identidad local. Asimismo, la Leyenda de la Cacica Bulira es un recurso cultural único que ofrece la posibilidad de diseñar rutas temáticas que incluyan representaciones teatrales, festivales y recorridos históricos, integrando el patrimonio cultural con el turismo.



La Esmeralda Reserva Natural. 2025



Monumento a Bulira. Colombia Extraordinaria. 2025



Cerro la Tetas de Doima. Adobe Stock. 2025

Demanda y Vocación Turística:

El municipio de Piedras se enmarca dentro de un turismo natural y cultural arraigado a su cultura indígena que se ve permeada en sus monumentos y tradiciones en la zona. Aunque las zonas más provechosas se deben a sus recursos hídricos como lo es el Río Opía y otros balnearios de la zona. Sin embargo, los recursos de la zona han diversificado su oferta, buscando atraer a más personas al municipio y establecer otros tipos de turismo (turismo ecológico, agroturismo y cultural). *(Tomado de FNPT - Piedras -Tolima, 2025).*

Prestadores de servicio:

En términos de capacidad e infraestructura, Piedras cuenta con 10 hoteles con 112 habitaciones en total, distribuidos en el centro y veredas como Campoalegre, Doima y Chicala. Entre los hoteles destacados se encuentran el Hotel Sueño Esperanza, Verano Plaza, La Gabriela F.K, y el Hotel Campestre Phenix. Además, hay haciendas y fincas turísticas, así como casas campestres familiares que dan posada durante temporadas altas. La oferta gastronómica, aunque incipiente, se centra en negocios familiares, con 4 panaderías, 38 restaurantes y cafeterías, y 45 tiendas de alimentos. Durante las ferias y fiestas locales, como las Fiestas de San Sebastián y las Fiestas de San Miguel Arcángel, la demanda de alojamiento aumenta significativamente, atrayendo visitantes de ciudades cercanas y otras regiones, lo que refleja el potencial turístico del municipio y la necesidad de seguir fortaleciendo su infraestructura. *(Tomado de FNPT - Piedras -Tolima, 2025).*

También se cuenta con 67 personas que están en proceso de formalización en el SENA en las áreas de alojamiento, artesanías, gastronomía y guías de turismo.

Propuesta Turística

Teniendo en cuenta lo anterior y el documento base suministrado por la Corporación Ruta Mutis, alineándose con los objetivos propuestos en el proyecto esta propuesta pretende servir como un insumo para el desarrollo y ejecución de las actividades que se pretenden realizar alrededor de los próximos meses.

Objetivo

Diseñar y promover una experiencia turística integral que combine naturaleza, cultura y gastronomía, resaltando el potencial de Piedras como destino emergente en el Tolima.

Público objetivo

Personas interesadas en realizar actividades naturales y culturales, que quieran vivir experiencias auténticas y enriquecedoras .

Duración

Desde Pasadía a 2 días máximo.

Implementos para la salida:

- Ropa cómoda para caminar
- Zapatos de senderismo

- Protector solar y repelente
- Cámara fotográfica (opcional)
- Ropa de baño
- Sombreros o gorras
- Documentación

Recomendaciones:

- Llevar termo o botella reutilizable con agua.
- No dejar basura, no extraer flora o fauna.
- Respetar la cultura local.

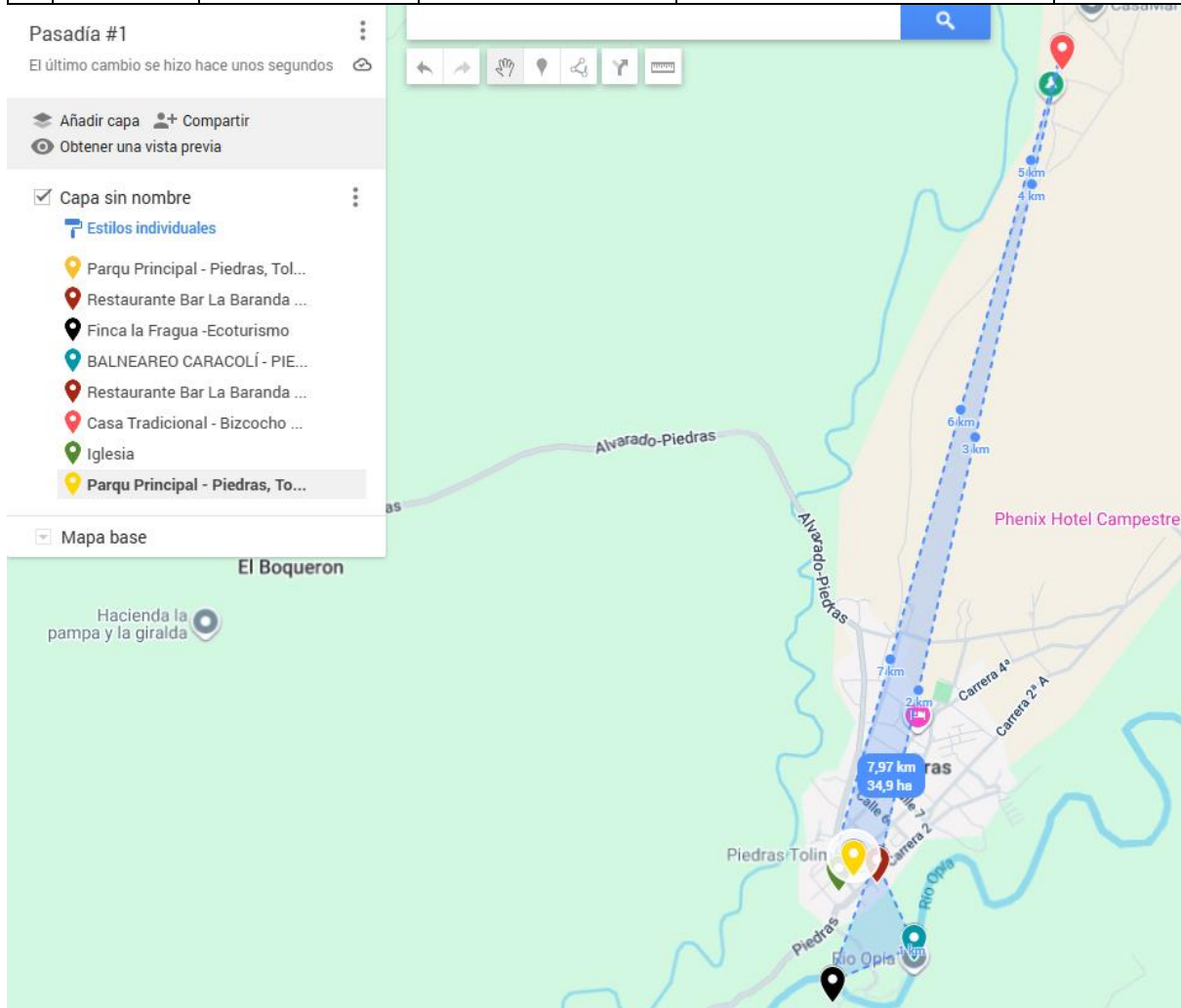
Beneficios de esta experiencia:

- Promoción del consumo local.
- Diversificación de la oferta turística en el Tolima.
- Fortalecimiento de prestadores de servicios y economía popular.
- Visibilización de la identidad cultural del municipio.

Itinerario #1 - Pasadía

| # | HORA | ACTIVIDAD | LUGAR | DESCRIPCIÓN | DURACIÓN |
|---|----------|---|-------------------------------------|---|-----------------|
| 1 | 7:30 am | Bienvenida y presentación del programa. | Plaza Principal de Piedras | Recibimiento con café tolimense y se hacen actividades de estiramiento y se da el cronograma. | 30 minutos |
| 2 | 8:00 am | Desayuno típico | Restaurante Bar La Baranda Piedruna | Arepa de maíz, café, jugos naturales. | 30 minutos |
| 3 | 8:30 am | Recorrido natural | Finca la Fragua - Ecoturismo | Senderismo, avistamiento de aves, cuatrimotos, piscinas naturales y recorridos en ponnys | 2 horas y media |
| 4 | 11:00 am | Actividad natural | Balnearios Caracolí | Baño en río o pozos naturales | 2 horas |
| 5 | 1:00 pm | Almuerzo | Restaurante Bar La Baranda Piedruna | Comida típica tolimense | 1 hora |
| 6 | 2:00 pm | Taller Gastronómico | Casa tradicional | Elaboración Bizcocho de Cuajada | 2 horas y media |
| 7 | 4:30 pm | Actividad cultural | Centro histórico | Leyenda Cacica Bulira + representación | 30 minutos |

| | | | | | |
|---|---------|--------------------|----------------------------|--|--------|
| 8 | 5:00 pm | Recorrido cultural | Cabecera municipal | Parque principal, iglesia y murales comunitarios con explicación histórica | 1 hora |
| 9 | 6:00 pm | Regreso | Plaza Principal de Piedras | Fin del recorrido y entrega de souvenir | |



Mapa Pasadia. Elaboración Propia. Google Maps. 2025

INCLUYE LA PASADÍA:

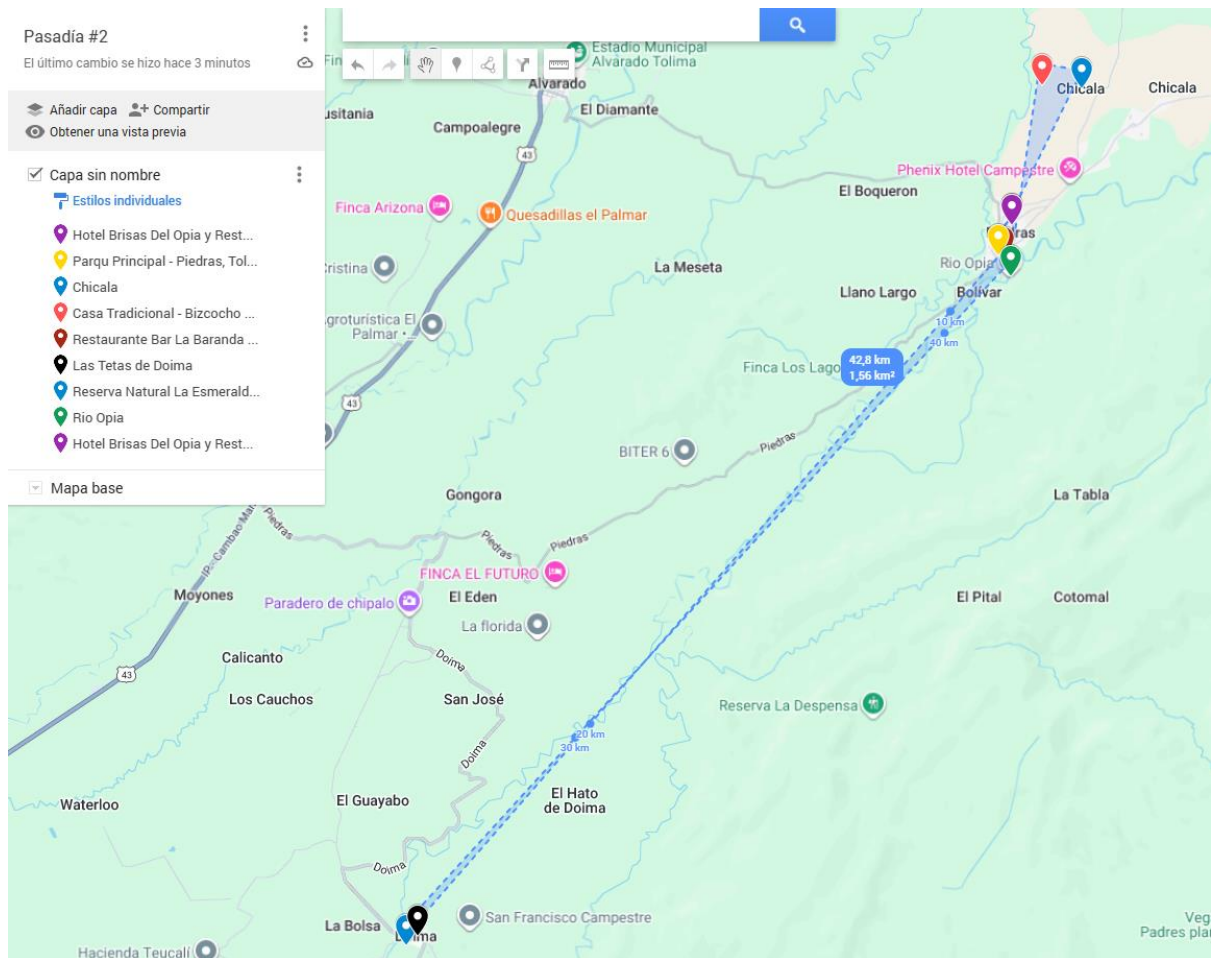
- Transporte
- Alimentación: desayuno (1), almuerzo (1) y refrigerio (1).
- Entradas y traslados a los sitios mencionados.
- Guianza especializada.
- Tarjeta de asistencia médica y póliza de seguro.
- Souvenir.

NO INCLUYE:

- Alimentación por carretera
- Actividades opcionales no programadas.
- Gastos no especificados en el programa.

Itinerario #2 - 1 DÍA

| # | HORA | ACTIVIDAD | LUGAR | DESCRIPCIÓN | DURACIÓN |
|---|----------|----------------------|-------------------------------------|--|----------|
| 1 | 7:00 am | Llegada y Bienvenida | Hotel Brisas Del Opia | Recibimiento con café tolimense y se hacen actividades de estiramiento y se da el cronograma. Desayuno típico | 1 hora |
| 2 | 8:00 am | Recorrido cultural | Centros poblados | Recorrido en la plaza principal Piedras y Chicala | 2 horas |
| 3 | 10:00 am | Taller Gastronómico | Casa tradicional | Elaboración Bizcocho de Cuajada | 2 horas |
| 4 | 12:00 pm | Almuerzo | Restaurante Bar La Baranda Piedruna | Comida típica | 1 hora |
| 5 | 1:00 pm | Caminata | Las Tetas de Doima | Caminata, interpretación ambiental, mirador | 1 hora |
| 6 | 2:00 pm | Recorrido Natural | Reserva Natural La Esmeralda Doima | Senderismo, guía interpretativa de fauna y flora | 2 horas |
| 7 | 4:00 pm | Recorrido natural | Río Opía | Paseo fluvial y baño en río Opia y charla de educación ambiental | 2 horas |
| 8 | 6:00 pm | Cena cultural | Hotel Brisas Del Opia | Comida típica | 1 hora |
| 9 | 7:00 am | Descanso | Hotel Brisas Del Opia | Tiempo libre en alojamiento | |

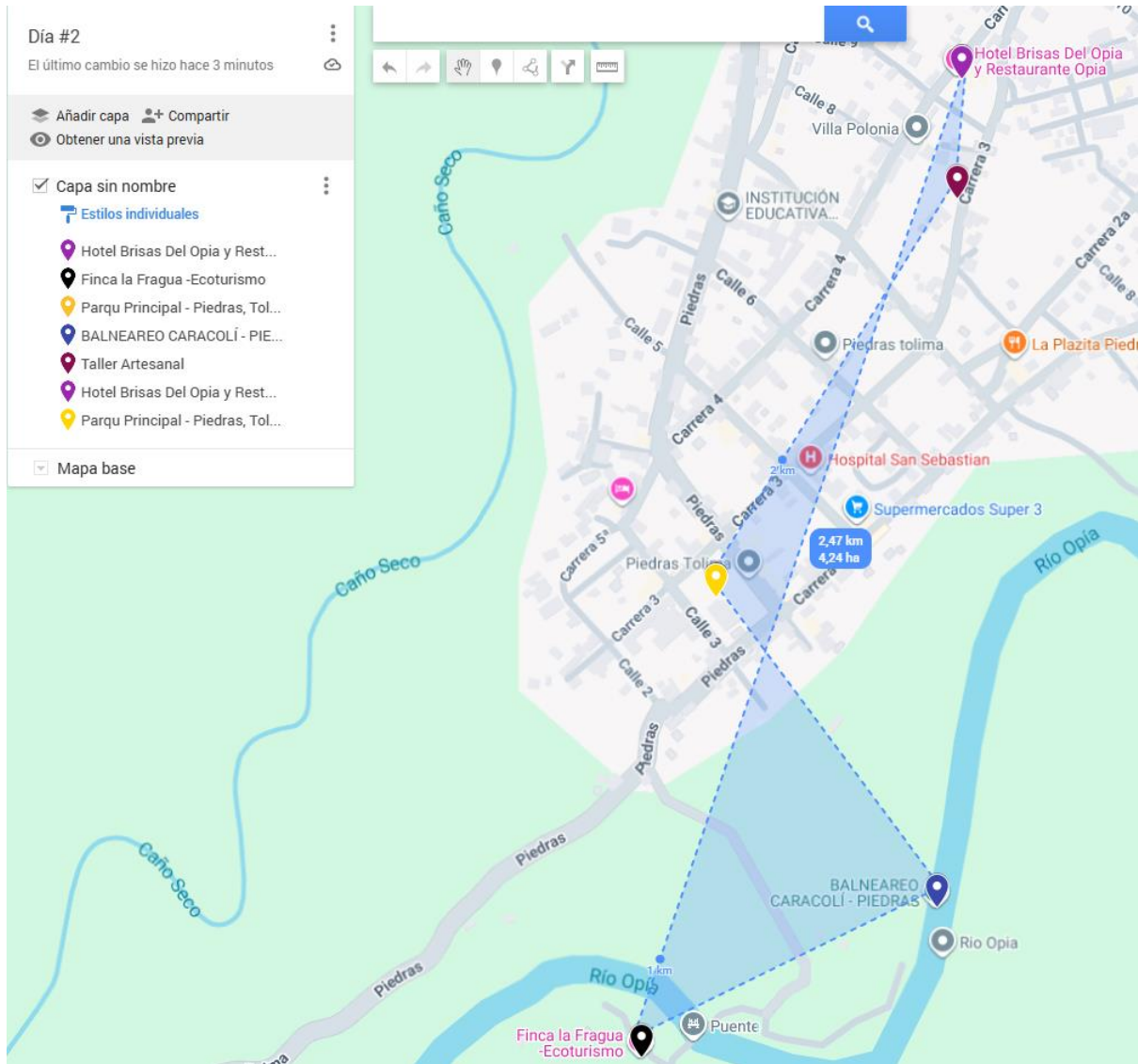


Mapa Día #1. Elaboración Propia. Google Maps. 2025

Itinerario #2 - 2 DÍA

| # | HORA | ACTIVIDAD | LUGAR | DESCRIPCIÓN | DURACIÓN |
|---|----------|-------------------------------------|-----------------------|--|----------|
| 1 | 8:00 am | Desayuno | Hotel Brisas Del Opia | Desayuno típico | 1 hora |
| 2 | 9:00 am | Actividades naturales y de aventura | Finca la Fragua | Senderismo, avistamiento de aves, cuatrimotos, piscinas naturales y recorridos en ponnys | 3 horas |
| 3 | 12:00 pm | Almuerzos | Finca la Fragua | Comida típica | 1 hora |
| 4 | 1:00 pm | Actividad cultural | Centro histórico | Leyenda Cacica Bulira + representación | 1 hora |
| 5 | 2:00 pm | Actividad natural | Balnearios Caracolí | Baño en río o pozos naturales | 2 horas |
| 6 | 4:00 pm | Actividad | Taller local | Elaboración de artesanía. | 1 hora y |

| | | | | | |
|---|---------|----------------------|-----------------------|---|------------|
| | | artesanal | | | media |
| 7 | 5:30 pm | Check-out | Hotel Brisas Del Opia | Entrega de habitaciones y traslado | 30 minutos |
| 8 | 6:00 pm | Cierre del recorrido | Plaza Principal | Final del recorrido y entrega de souvenir | |



Mapa Día #2. Elaboración Propia. Google Maps. 2025

INCLUYE LOS DOS DÍAS:

- Transporte
- Alimentación: desayuno (2), almuerzo (2), cenas (1) y refrigerios (1).
- Entradas y traslados a los sitios mencionados.
- Guianza especializada.
- Tarjeta de asistencia médica y póliza de seguro.

- Souvenir

NO INCLUYE:

- Alimentación por carretera.
- Actividades opcionales no programadas.
- Gastos no especificados en el programa.

Anexo G: Ficha de Presentación de Proyectos (FONTUR). 2025. FNTTP 029 - Piedras Tolima

- 12 Junio + Fundación Ruta Mutis [FNTTP 029 - Piedras Tolima - 12 Junio + Fundación](#)

[Mutis.xlsx](#)

Anexo H: Cronograma de actividades.

| Objetivos | Actividades | Fecha | Horario |
|---|--|--|---|
| <p>1. Actualizar el guion de la Ruta Mutis mediante la recopilación de información, para mejorar la calidad y coherencia de los recorridos ofrecidos a los visitantes, alineados a las directrices de la corporación.</p> | <p>- Identificar los principales ejes que se quieren destacar en los recorridos, considerando las necesidades actuales del público objetivo.</p> <p>- Investigar y recopilar información histórica, cultural y patrimonial relacionada con la Ruta Mutis articulada con lo propuesto anteriormente.</p> | <p>21 de mayo al 03 de junio del 2025</p> | <p>Lunes a Viernes en los horarios de 8:00 am a 12:pm y de 1:00 a 5:00 pm</p> |
| <p>2. Diseñar una estrategia de creación y difusión de contenido digital para fortalecer la presencia de la Corporación Ruta Mutis en plataformas como Instagram y Facebook, con el fin de promover de forma constante sus paquetes turísticos, productos y</p> | <p>- Diseñar piezas audiovisuales, gráficas e informativas sobre la Ruta de la Provincia Vallenata, la Ruta de la Esmeralda, la Ruta del Desierto de la Tatacoa y la Ruta Mutis, con el fin de fortalecer su promoción en plataformas digitales para alcanzar un público objetivo diverso e interesado en el turismo cultural y de naturaleza.</p> <p>- Establecer alianzas estratégicas con instituciones públicas para la creación de nuevas rutas o productos, facilitando el acompañamiento desde la corporación y promoviendo la integración territorial a través del</p> | <p>04 al 13 de junio al 21 al 31 de Julio del 2025</p> | <p>Lunes a Viernes en los horarios de 8:00 am a 12:pm y de 1:00 a 5:00 pm</p> |

| Objetivos | Actividades | Fecha | Horario |
|---|--|----------------------------|--|
| servicios, y aumentar su alcance, visibilidad y conexión con el público | turismo. - Repostear noticias, post o imágenes actualizadas en las Redes Sociales sobre el turismo para la activación y difusión de la información de interés general. | | |
| 3. Formular una propuesta de implementación de la norma NTC-ISO 21101 en articulación con entidades gubernamentales, para desarrollar actividades de turismo de aventura, que garantice la seguridad de las experiencias ofrecidas y beneficie a todos los actores involucrados en el desarrollo turístico local. | - Elaborar una propuesta en tres lugares cerca de la ciudad de Bogotá donde se puedan realizar estas actividades de Turismo de Aventura, que cuenten con las condiciones aptas, la infraestructura y el personal. - Identificar los escenarios naturales disponibles, posibles actividades de aventura y los riesgos asociados. - Presentar la propuesta a las partes interesadas del municipio (comunidad, prestadores de servicios, alcaldías) para su retroalimentación y fomentar la apropiación del proyecto. | 1 al 12 de agosto del 2025 | Lunes a Viernes en los horarios de 8:00 am a 12:pm y de 1:00 a 5:00 pm |
| 4. Elaborar un documento con las potencialidades, atractivos del Municipio de Piedras - Tolima para el diseño de un producto turístico. | - Hacer un diagnóstico identificando las potencialidades, recursos y atractivos del municipio para fortalecer una propuesta turística. - Investigación de mercados de oferta y demanda turística, prestadores de servicio turístico y la vocación turística del territorio. | 13 al 22 de Agosto de 2025 | Lunes a Viernes en los horarios de 8:00 am a 12:pm y de 1:00 a 5:00 pm |