



TURISMO DE AVENTURA COMO ENCUENTRO MULTICULTURAL

DANIEL FELIPE BONILLA PULIDO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT

2019



TURISMO DE AVENTURA COMO ENCUENTRO MULTICULTURAL

DANIEL FELIPE BONILLA PULIDO

PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN
GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ADRIANA RODRIGUEZ

DIRECTOR

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT

2019



1. TITULO

TURISMO DE AVENTURA, UNA ESTRATEGIA PARA POSICIONAR LA CIUDAD DE GIRARDOT COMO UNO DE LOS PRINCIPALES LUGARES TURISTICOS DE LA PROVINCIA DEL ALTO MAGDALENA.

2. DEFINICION DEL PROBLEMA

¿Cómo posicionar la ciudad de Girardot a nivel turístico fomentando el turismo de aventura?

El turismo es la base primordial para el desarrollo económico del país, es por eso que debe ser una herramienta utilizada para afrontar la competencia que hay en la actualidad por atraer el mayor número de turistas.

A través del tiempo la ciudad de Girardot ha ascendido como destino turístico, el aumento de infraestructura y festividades como el REINADO NACIONAL DEL TURISMO atraen cantidad de turistas que disfrutan del clima y la tranquilidad. Es así como surge una serie de interrogantes como ¿Cómo innovar para que el turismo genere interés en los turistas? O ¿Cuál sería un motivo para que un turista regrese a la ciudad?.

Es necesario aprovechar que Girardot es un destino turístico y así buscar estrategias para que el turista sea atraído por actividades que sean de su interés generando diversión e invitándolo a volver y atraer más turistas.

Girardot cuenta con una serie de atractivo turísticos tanto históricos, coloniales como naturales los cuales no se han sabido explotar al máximo y serían una fuente de ingreso para la ciudad.



2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Girardot es una ciudad que, por su clima y su avance en infraestructura hotelera, comercial y su crecimiento poblacional debido a que asciende en proyectos de vivienda y condominio.

Teniendo en cuenta que la ciudad no ofrece una oferta turística que cuente con actividades recreacionales y turísticas el turista se somete muchas veces a quedarse en su lugar de estadía ya sea hotel, condominio, casa campestre, entre otros debido a que no hay suficiente oferta turística en cuanto actividades recreacionales y turísticas debido a esto es necesario poder mostrarle al turista otra cara de la ciudad y no solamente el clima y la vida nocturna.

2.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

El problema que se establece en este proyecto se basa en que Girardot no cuenta con una amplia oferta turística, pero tiene los atractivos fundamentales para poder ofrecer el turismo de aventura como un factor de ingresos y observamos que la ciudad entra en desventaja en cuanto a otros Municipios aledaños, más porque no tiene un valor agregado y diferenciador que haga que los turistas prefieran esta ciudad que las alternas.

A través de los años Girardot se ha convertido en una ciudad donde llega una cantidad importante de turistas que no encuentran satisfactorias las actividades brindadas por el Municipio debido a que hay una oferta turística basada en sol y vida nocturna, pero en realidad en Girardot es importante ampliar la oferta turística para convertir a Girardot en una ciudad competitiva, el punto de vista de los turistas ya ha cambiado y buscan experiencias y un poco de adrenalina, el turismo de aventura es un factor importante ya que Girardot cuenta con espacios de naturaleza que podrán ser aprovechados para actividades de aventura, brindando nuevas experiencias y satisfacer las necesidades del turista, con el pasar de los años todo



avanza y los pueblos y ciudades cada vez se vuelven más competitivas y en Girardot se ha dejado un poco atrás el tema del turismo alternativo y se basa más en el turismo tradicional, el de llegar a una piscina y la vida nocturna pero porque no hay oferta para que escojan.

2.3 FORMULACION DEL PROBLEMA

Este proyecto busca establecer un producto turístico de aventura que transforme y brinde a los turistas que visitan la hermosa Girardot una manera de disfrutar la ciudad de una forma diferente a la tradicional.



3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Plantear un producto turístico de innovación que genere ingresos y posicione la ciudad de Girardot como uno de los principales destinos turísticos de aventura de la Provincia del Alto Magdalena.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Establecer un producto de turismo de aventura que fortalezca el posicionamiento y crecimiento de la capital de la Provincia del Alto Magdalena.
- Analizar la competencia turística de los lugares.
- Investigar beneficios que obtenga la ciudad de Girardot en cuanto a cambios en la oferta turística de la ciudad de las acacias
- Identificar los atractivos turísticos de la ciudad de Girardot en los cuales se pueda transformar e implementar el turismo de aventura como una nueva fuente de ingreso.

4. JUSTIFICACION

La competencia turística cada vez es más fuerte, atraer la mayor cantidad de turistas es un reto que demanda innovación.

Girardot es una ciudad que se encuentra ubicada en el departamento de Cundinamarca, aproximadamente a dos horas y media de la capital de Colombia



(Bogotá), gracias a su cercanía con esta es el mayor emisor de turistas. En los últimos diez años ha crecido en cuanto a temas turísticos lo cual conlleva a tener gran capacidad hotelera alta.

Girardot desde el siglo XX ha sido una ciudad que por su cercanía con el río Magdalena y el Río el Sumapaz obtuvo altos ingresos en actividades comerciales fluviales y férreas, al pasar de los años la ciudad fue decayendo económicamente y se empezaron a presentar problemas sociales como violencia y pobreza y debido a esto la ciudad tuvo que buscar la manera de equilibrar la economía y es allí donde se encuentra en el turismo una oportunidad de generar divisas.

Debido a que el Municipio es la capital de la Provincia del Alto Magdalena genera una gran ventaja las cuales son evidenciadas por sus grandes estructuras de carácter colonial e históricos que han sido patrimonios que atraen turistas y propios de la región, nacionales e internacionales. Este trabajo de grado tiene como fin transformar tantas décadas de turismo convencional y empezar a tomar el turismo de aventura como una oportunidad de convertir la ciudad en un lugar que tenga lo suficiente para volverse competitivo con los municipios que limita como Melgar, Flandes, Ricaurte, Agua de Dios, Nariño, Guataqui e incluso pequeñas veredas alternas.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 MARCO TEORICO

El turismo en Colombia y en el mundo se ha convertido en una fuente principal para aumentar las divisas de cada uno de los lugares, debido a que Colombia es un país que cuenta con una gran cantidad de flora y fauna es por eso que Colombia ha puesto sus esfuerzos en implementar esa práctica turística ya que es el segundo país más biodiverso según la OMT (Organización Mundial de Turismo).



Colombia es uno de los países con más diversidad de fauna y flora en el mundo, albergando en su territorio la mayor extensión de páramo, a más de 3.000 especies de mariposas y a un 20 % del total de las especies de aves del planeta. Todo esto se extiende en su amplio territorio, que cuenta con hermosos paisajes, debido a que tiene costas en los dos océanos y es atravesado por la Cordillera de los Andes. Colombia se beneficia de 59 áreas naturales pertenecientes al Sistema de Parques Nacionales Naturales y es por esto que es un destino ideal para los amantes del ecoturismo y todo aquellos que buscan explorar y conocer las maravillas naturales del mundo, más allá de las grandes ciudades y atracciones turísticas creadas por el hombre.

Una de las definiciones técnicas de turismo la realiza la Organización Mundial de Turismo (OMT) quien la precisa como *“Conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos a su contexto habitual, por un periodo inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos”*. (Moragues, 2006).

En cuanto a turismo y las nuevas estrategias para competir con otros lugares surgen gran variedad de teorías como lo son:

1. NUEVA TEORÍA DE LA ESTRATEGIA PARA EL SIGLO XXI (TAMBIÉN PARA EL TURISMO):

Sobre esta teoría el docente Vargas Sánchez, Alfonso cita en su libro nueva teoría de la estrategia para el siglo XXI que:

El turista está cada vez más informado por medio de las Tics por lo tanto cada vez es más exigente. La información que el turista ha suministrado por vía internet y redes sociales ha tomado un impacto tan fuerte que el autor nos dice que el que



no está en el medio de las Tics verdaderamente no está en nada, también dice que el turista es cada vez más infiel, la fidelización de un cliente cada vez más difícil y el objetivo de los prestadores de servicios es tener ese factor diferencial que fidelice al turista.

Para que una ciudad sea competitiva debe tener un factor diferencial que haga que el turista se sienta identificado con el mismo, es necesario identificar a que tipo de turista se va a ofrecer la ciudad o tener una gran variedad de oferta turística para varios tipos de turistas.

2. TEORIA GENERAL DEL TURISMO: UN ENFOQUE GLOBAL Y NACIONAL (REYNA M. IBAÑEZ Y CARMELINA CABRERA)

Según la clasificación de modalidades turísticas en función del motivo del viaje existen diversas formas de hacer turismo, según Reyna Ibañez se encuentran dos modalidades de hacer turismo que son:



MODALIDADES DE TURISMO	CATEGORIAS
TURISMO MASIVO	*RELACIONADAS CON EL SOL Y LA PLAYA *ACTIVIDADES CULTURALES EN GRANDES CIUDADES *OTRAS ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO EN LUGARES CON LUJOSA INFRAESTRUCTURA
TURISMO ALTERNATIVO	*ECOTURISMO *TURISMO DE AVENTURA *TURISMO RURAL

En la teoría de la ventaja competitiva el economista Michael porter plantea que:

La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados.

5.2 MARCO CONCEPTUAL



TURISMO ALTERNATIVO: Según la SECTUR (2007), el turismo alternativo es un concepto que agrupa actividades turístico-recreativas que las personas realizan durante sus viajes y estancias, las cuales, a pesar de diversa temática, Convergen en que el atractivo focal en torno al cual giran es la naturaleza. El turismo alternativo se divide en tres grandes segmentos:

- 1) Ecoturismo
- 2) Turismo de aventura
- 3) Turismo rural

TURISMO DE AVENTURA: El turismo de aventura es un tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con una percepción y, posiblemente, existencia real de riesgos, y que potencialmente requiere de destrezas especiales o de ciertas condiciones físicas.

ECOTURISMO: según la secretaria de turismo (2004) define al ecoturismo como un producto turístico, que está dirigido a turistas que disfrutan de la historia natural, y que desean apoyar y participar activamente en la conservación del medio ambiente.

NECESIDADES: Necesidad es una carencia o escasez de algo que se considera imprescindible. También se utiliza esta palabra para significar obligación

TURISTA: Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino. También se consideran turistas internacionales los pasajeros de cruceros y los colombianos residentes en el exterior de visita en Colombia. (Ley 1558 de 2012)

OFERTA TURÍSTICA: Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde



el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística:

- Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas.
- Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto, la mayoría de sus clientes sean turistas.

DEMANDA TURÍSTICA: Es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes.

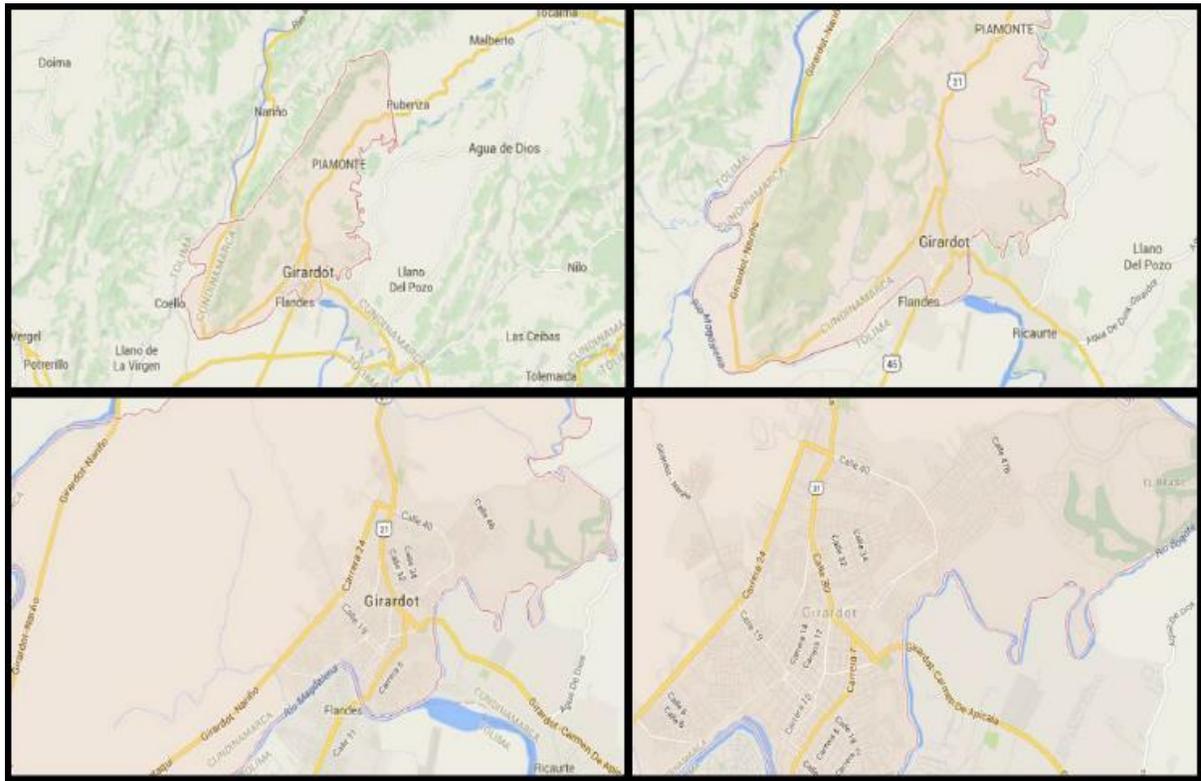
CAPACIDAD DE CARGA: Es el número máximo de personas para el aprovechamiento turístico que una zona puede soportar, asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales. (Ley 1558 de 2012)

ATRACTIVO TURÍSTICO: Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico. (Manual de Presentación de Proyectos – Fontur)

5.3 MARCO GEOGRAFICO



**FIGURA 1. ACERCAMIENTO MUNICIPIO-CIUDAD DE GIRARDOT
COORDENADAS 4°18'13"N 74°48'14"O**



Google maps,2019

FIGURA 2. ÁREA URBANA GIRARDOT COORDENADAS 4°18'13"N 74°48'14"O



Google maps, 2019

5.4 MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA

Artículo 52: Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas.

Artículo 80: El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro Ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas.



Artículo 82: Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular.

LEY 300 DE 1996

Art 2: protección al ambiente El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas.

RESOLUCIÓN N 405 DEL 2014

Artículo 1°. Los prestadores de servicios turísticos que realicen las actividades relacionadas con el Turismo de Aventura, a saber: canotaje, rafting, balsaje, espeleología, rapel, recorridos de alta montaña, escalada, parapente, torrentismo, canopée, buceo, deportes náuticos con fines turísticos y demás actividades relacionadas con el Turismo de Aventura, deberán cumplir, según la actividad que corresponda, con las siguientes Normas Técnicas Sectoriales y posteriores que se llegaren a expedir:

1. Normas Técnicas Sectoriales de Agencias de Viajes NTS AV 010: “Requisitos para la operación de actividades de “Rafting” en turismo de aventura”; NTS AV 011: “Requisitos para la operación de actividades de Rapel en turismo de aventura”; NTS AV 012: “Requisitos para la operación de actividades de espeleología recreativa en turismo de aventura”; y NTS AV 013: “Requisitos para la operación de actividades de Parapente en Turismo de Aventura”.

2. Normas técnicas Sectoriales – de Guías de Turismo NTS GT-005: 'Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos'; NTS GT – 006: “Norma de competencia laboral. Conducción de grupos, en actividades de buceo con tanque cumpliendo con el Programa establecido”; NTS GT 007:



“Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en actividades de buceo a pulmón cumpliendo con el programa establecido; y NTS GT 009 “Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos de Alta montaña”.

Artículo 2°. Los prestadores de servicios turísticos que realicen las actividades relacionadas con el denominado Turismo de Aventura, para inscribirse en el Registro Nacional de Turismo o renovar la inscripción en el mismo, a partir de la publicación de la presente resolución, deberán presentar, además de los requisitos exigidos, el Certificado de Calidad Turística, entendido como el Certificado de Conformidad de Producto o Certificado de Competencia Laboral según sea el caso, otorgado por las certificadoras debidamente acreditadas por el Organismo Nacional de Acreditación en Colombia (ONAC) y la indicación del sitio en el que realiza o realizarán las mencionadas actividades, que en todo caso corresponderá al permitido por la autoridad local competente.

Artículo 3°. A partir de la vigencia de esta resolución, los prestadores de servicios turísticos que realizan las actividades relacionadas con el denominado Turismo de Aventura, inscritos en el Registro Nacional de Turismo, indicarán el sitio en el que efectúan dichas actividades, que corresponderá al permitido por la autoridad local competente.

Artículo 4°. Transitorio: Durante el término previsto en el párrafo transitorio del artículo segundo de esta resolución, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo verificará el cumplimiento de los requisitos contenidos en las Normas Técnicas Sectoriales señaladas en el artículo 1° de este acto administrativo de conformidad con lo acordado en los convenios que se suscriban en aplicación de lo dispuesto en los incisos uno y dos del artículo 14 de la Ley 489 de 1998, a través de las Alcaldías, en tratándose de los prestadores de servicios turísticos que lleven a cabo las actividades relacionadas con el llamado Turismo de Aventura; o del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), si se tratare de Guías de Turismo.



Artículo 5°. El prestador de servicios turísticos que realice las actividades relacionadas con el Turismo de Aventura sin estar inscrito o sin haber actualizado su inscripción en el Registro Nacional de Turismo será sancionado en los términos del artículo 61 de la Ley 300 de 1996, modificado por el artículo 33 de la Ley 1558 de 2012, o en las demás que lo modifiquen o sustituyan.

6. DISEÑO METODOLÓGICO:



6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN: en tipo de investigación que se va a aplicar en esta investigación será descriptiva, cuanti-cualitativa, donde se analizara las propuestas turísticas que hay en Girardot Cundinamarca y así determinar si es viable oro tipo de turismo al tradicional que están acostumbrados los turistas que llegan a Girardot

6.2 POBLACIÓN OBJETO: el desarrollo de este proyecto se caracterizará por estudiar la población receptora que llegan a Girardot Cundinamarca, estudiando también a la población que oferta turismo en la ciudad, la colaboración de la población ofertante es importante en esta investigación ya que veremos e turismo es el que recibe el turista en la ciudad, pero principalmente la opinión de los turistas en cuanto a el turismo que demandan en Girardot.

6.3 UNIVERSO

Ciudad de Girardot Cundinamarca

6.4 MUESTRA

serán los recursos naturales que serán nombrados que son con los cuales cuenta la ciudad y una pequeña encuesta que será realizada a 100 habitantes para reconocer que tan conocidos son los atractivos y que actividades quisieran realizar.

6.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS



INSTRUMENTO A APLICAR:

Encuestas



TURISMO DE AVENTURA COMO ENCUENTRO MULTICULTURAL

Cuestionario dirigido a los ciudadanos y turistas de la ciudad de Girardot de la edad de 16 a 60 años.

Objetivo: Recaudar información frente al conocimiento que tienen los ciudadanos y turistas de la ciudad de Girardot sobre el "Turismo de Aventura" y si lo realizarían.

Indicaciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una equis (x) la respuesta que considere correcta.

Para tener en cuenta: El turismo de aventura es un tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con una percepción de riesgos, y que potencialmente requiere de destrezas especiales o de ciertas condiciones físicas donde es común la práctica de algún Deporte extremo.

Edad ____ Sexo F__ M__ Ciudadano ____ Turista ____

1. ¿Tenía conocimiento frente al Turismo de aventura?

Sí ____ No ____

2. ¿Conoce algún lugar en la ciudad de Girardot que implemente el Turismo de Aventura?

Sí ____ No ____ ¿Cuál? _____

3. ¿Cree que es importante fomentar el Turismo de aventura en la ciudad de Girardot?

Sí ____ No ____ ¿Por qué? _____

4. De los siguientes lugares turísticos de la ciudad marque con una equis (x) cual es el que más frecuenta.

- Embarcadero Turístico _____
- El Puente Ferrero _____
- El Boga _____
- Parque de Locomotora _____
- Iglesia de San Miguel Arcángel _____
- Plaza de Mercado _____



5. ¿Sabía que ninguno de los lugares anteriores nombrados son de Turismo de Aventura?

Sí ___ No ___

6. ¿Ha realizado alguna vez alguna actividad que implemente el Turismo de Aventura?

Sí ___ No ___ ¿Cuál? _____

7. De los siguientes planes de Turismo de Aventura marque con una equis (x) cual considera que se debería realizar en la ciudad de Girardot.

- Cicloturismo _____
- Bungee o puenting _____
- Rafting _____
- Cabalgata _____
- Senderismo _____
- Escalada _____
- Canopy _____
- Tirolesas _____
- Overlanding _____
- Rápel _____
- Barranquismo _____
- Parapente _____
- Ninguno de los anteriores _____

8. ¿Cree que si se implementa el Turismo de Aventura beneficia al municipio económicamente?

Sí ___ No ___

Gracias.



TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para realizar el proyecto de investigación de un producto de aventura para transformar el turismo convencional de Girardot lo que se hará será:

- *Visita a los lugares
- *Alcaldía de Girardot
- *Guías turísticas de los atractivos de Girardot
- *Búsqueda en documentos electrónicos

FUENTES

Primarias

- * Encuestas persona a persona

*** Visita de campo**

Vereda el arbolito



Cavernas Girardot:





* Fotografías de sitios turísticos

<p>Embarcadero Turístico</p>  A photograph of a river with a large metal truss bridge in the background. In the foreground, a boat is docked at a pier, and several people are visible on the bank.	<p>El Puente Ferrero</p>  A photograph of a long metal truss bridge spanning a wide river. The bridge has a distinctive white and grey color scheme.	<p>El Boga</p>  A photograph of a large orange statue of a man standing on a raft made of logs. The statue is holding a long pole. In the background, there is a yellow building with arched windows.
<p>Parque la Locomotora</p>  A photograph of a colorful steam locomotive on display in a park. The locomotive is red, yellow, and green. It is surrounded by a fence and trees.	<p>Iglesia de San Miguel Arcángel</p>  A photograph of a white Gothic-style church with a tall, red-roofed spire. The church is situated in an urban area with other buildings and a street in the foreground.	<p>Plaza de Mercado</p>  A photograph of the interior of a market plaza. The structure features a high, vaulted ceiling with white columns and red seating areas.



* Plan de desarrollo turístico

PROGRAMA	META DE RESULTADO	INDICADOR	LÍNEA BASE	META 2019
DESARROLLO REGIONAL, PRODUCTIVO Y COMPETITIVO PARA LA PAZ Y LA EQUIDAD SOCIAL	Realizar e Implementar Estrategias que Permitan Incrementar el Número de Turistas que Visitan la Ciudad.	Número de Estrategias Implementadas para Aumentar el Número de Turistas que Visitan a Girardot.	12	32
	Construir, Mejorar, Adecuar y Dotar la Infraestructura Turística para Atender e Incrementar la Demanda de Visitantes en el Municipio.	Número de Atractivos Turísticos Construidos, Adecuados, Mejorados y Dotados.	5	5
	Incrementar el numero de participantes de ferias Agro-Turísticas en la ciudad de Girardot	% De asistentes a ferias de carácter agrocomercial y turísticas desarrolladas	25%	75%

SUBPROGRAMA	META DE PRODUCTO	INDICADOR	LÍNEA BASE	META 2019
Girardot Turística como Ciudad Región	Implementar la Política de Turismo del Municipio de Girardot	Política de Turismo Implementada	1	1
	Realizar un Calendario de Actividades Turísticas y Corporativas que Permitan Potencializar y Posicionar la Ciudad Como Destino Turístico.	Numero de Actividades Turísticas y Corporativas Realizadas en la Ciudad.	17	52
	Realización de la Guía Turística de la Oferta Municipal	Guía Turística Realizada	1	1
	Desarrollar Programas de Formación Empresarial y Cultura Turística en el Municipio.	Numero de Programas desarrollados	3	12
	Diseñar e implementar una marca ciudad para desarrollar un plan de marketing de la ciudad	Plan de Marketing Diseñado e Implementado	1	1
	Capacitar en una mejor prestación del servicio como eje principal para el desarrollo productivo de la ciudad	Numero de personas capacitadas enfocadas en la presentación de servicio hotelero	200	300
	Articular con los Diferentes Actores del Sector Turístico de la Ciudad.	Numero de Actores Turísticos Involucrados.	3	3
	Adecuación y Fortalecimiento de Puntos de Información Turística	Puntos de información Turística Adecuados	1	1
	Creación y Puesta en Operación de la Corporación de Turismo de Girardot	Corporación de Turismo de Girardot Creada y en Funcionamiento .	1	1
	Diseñar, Adecuar y Fortalecer la Señalización Turística de la Ciudad para una Mejor Movilidad de Propios y Visitantes	Numero de Señales para Fortalecer el Sector Turismo	25	100
	Adelantar Acciones ante los Entes Departamentales y Nacionales para la Ejecución de la Primera Etapa del Proyecto: Construcción del Malecón Turístico del Municipio de Girardot.	Proyecto Formulado e Implementado para la Construcción de la Primera Etapa del Malecom Turístico.	1	1
	Diseño e Implementación del Plan Integral de Seguridad Turística	Plan Integral de Seguridad Turística Implementado	1	1
	Crear el Comité Asesor de Fomento	Comité Asesor de Fomento Conformado y Operando	1	1
	Implementar y desarrollar estrategias en torno a la protección animal que permitan incentivar la actividad equina de la ciudad	Numero de Cabalgatas que Incentiven la Actividad Equina.	2	8
	Realizar una Agenda Conjunta de Actividades Agro-Turísticas, Ganadera y Equina que Permitan el Desarrollo Comercial de la Región.	Numero de Ferias Realizadas del Sector Agro-Turístico, Equina Grado B, Feria Exposición Bovina, Equina Grado A, Especies Menores, Feria Comercial Ganadera Agroindustrial y Automotriz.	4	8
	Impulsar desde al ámbito local, la consolidación de alianzas estratégicas de desarrollo regional y nacional, para promover la inserción del municipio de Girardot en la agenda pública departamental y nacional	Alianzas estratégicas regionales consolidadas	0	2
Formulación, preparación y desarrollo de proyectos de impulso para la competitividad regional	Número de proyectos formulados e implementados	0	2	



Secundarias

- * Consultas de documentos electrónicos

TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Después de aplicar las encuestas se procederá a revisar los resultados obtenidos con los instrumentos ya planteados para llegar a la conclusión, los pasos a seguir son:

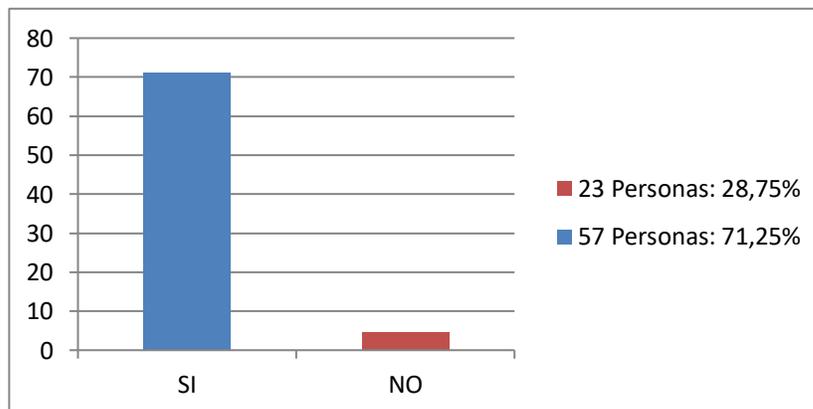
- * Registro

- * Tabulación

- Pregunta 1

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
SI	57	71.25%
NO	23	28.75%
Total	80	100%

¿Tenía conocimiento frente al Turismo de aventura?





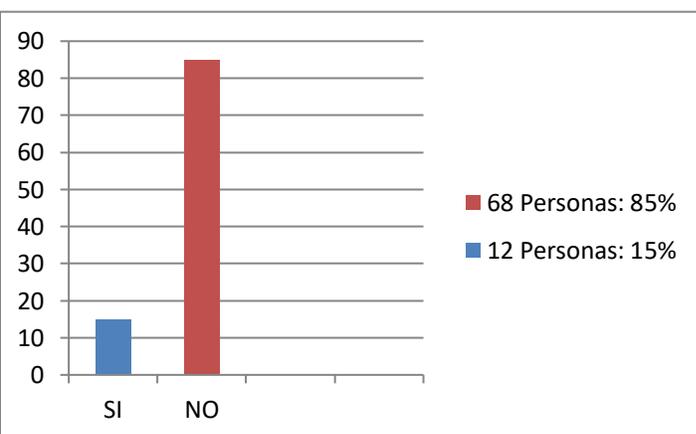
Interpretación: De 80 individuos encuestados el 71,25% tenían conocimiento frente al Turismo de Aventura y el 28,75% lo desconocía.

Análisis: Pude analizar que el porcentaje mayor equivalía a la población joven (entre 16 y 30 años) y que el restante hacía referencia a la población adulta (30 a 60 años) el cual sigue siendo una cifra elevada debido a que es un tema de la actualidad.

- Pregunta 2

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
SI	12	15%
NO	68	85%
Total	80	100%

¿Conoce algún lugar en la ciudad de Girardot que implemente el Turismo de Aventura?



Interpretación: De 80 individuos encuestados el 15 % aseguran que conocen actividades de Turismo de Aventura en el Municipio y el 85% las desconocían.

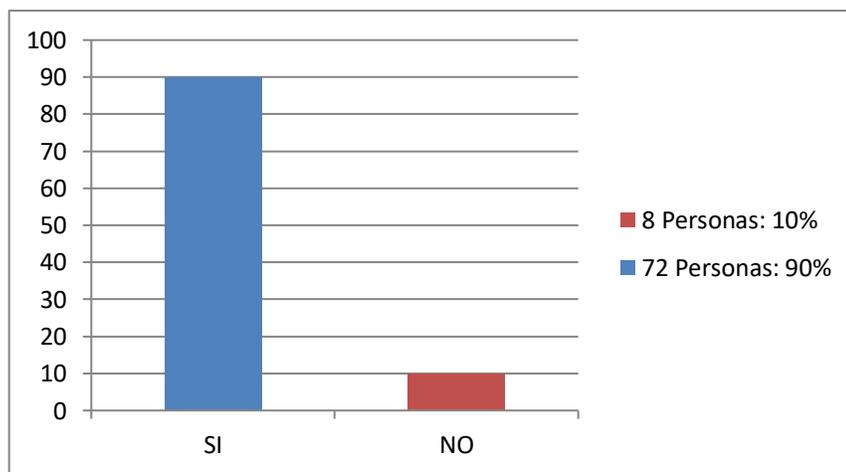
Análisis: Se puede observar claramente la alta cifra de individuos que no conocen el Turismo de Aventura en la ciudad de Girardot y es porque claramente este no



existe en el Municipio; el restante que afirma conocerlo en la ciudad son Turistas que consideran que algunas actividades en ciudades aledañas eran parte de Girardot como el Paracaidismo que se realiza en el Municipio de Flandes.

- Pregunta 3

	Respuestas	Cantidad	Porcentaje	
¿Cree ciudad	SI	72	90%	que es importante fomentar el Turismo de aventura en la de Girardot?
	NO	8	10%	
	Total	80	100%	



Interpretación: De 80 individuos encuestados el 90% consideran que es importante fomentar el Turismo de aventura en la ciudad de Girardot, el 10% considero que no era importante.

Análisis: Siendo tan alta la cifra de individuos que ven el Turismo de aventura como un plan que beneficia al Municipio, refuerza este proyecto aumentando la

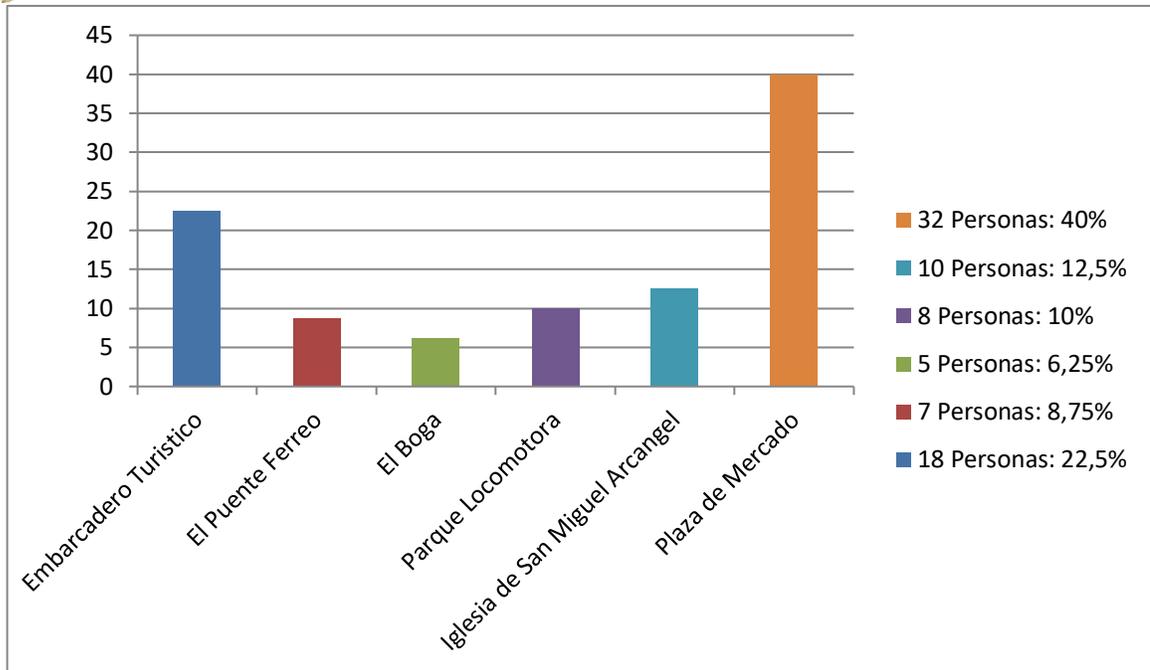


motivación para dar continuidad a un tema de gran importancia para el beneficio del municipio.

- Pregunta 4

De los siguientes lugares turísticos de la ciudad marque con una equis (x) cual es el que más frecuenta.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Embarcadero Turístico	18	22,5%
El Puente Férreo	7	8,75%
El Boga	5	6,25%
Parque Locomotora	8	10%
Iglesia de San Miguel Arcángel	10	12.5%
Plaza de Mercado	32	40%
Total	80	100%



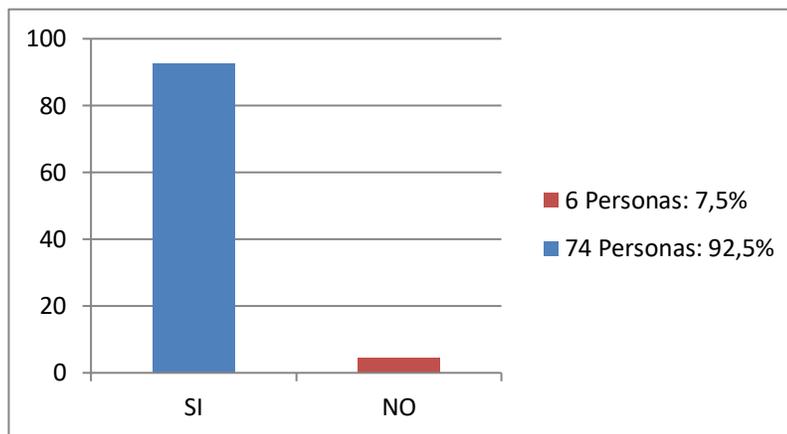
Interpretación: De 80 individuos encuestados el 40% frecuentan la Plaza de Mercado de la ciudad, el 22,5% el Embarcadero, el 12,5% la iglesia de San Miguel Arcángel, el 10% de los individuos visitan Parque de la Locomotora, el 8,75% el puente férreo, dejando al final de la tabla al Boga con un 6,25%.

Análisis: Al realizar la encuesta en el municipio y analizar los resultados y teniendo en cuenta que la gran parte de los encuestados son oriundos se evidencia que el mayor porcentaje recurre a la Plaza de Mercado, sin embargo, no la ven como un lugar turístico. También se observa que aunque el Embarcadero es el segundo lugar más visitado los turistas y ciudadanos están ignorando la presencia del Boga el cual está en la última posición y es extraño ya que está en el camino hacia el embarcadero. A pesar de que la iglesia de San Miguel Arcángel está ubicada en la Plaza de Mercado no genera mucho impacto en los individuos. El parque de la Locomotora y el Puente Férreo generan un bajo nivel de visitas por su inseguridad.



- Pregunta 5

¿Sabía que ninguno de los lugares anteriores nombrados son de Turismo de Aventura?



Con

Interpretación:
un total de 80

individuos encuestados el 92,5% atestiguan que los lugares que se les fueron mencionados no eran de Turismo de aventura y tan solo un 7,5% afirmaron que si lo eran.

Análisis:
concreta en
que con la
encuesta

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
SI	74	92,5%
NO	6	7,5%
Total	80	100%

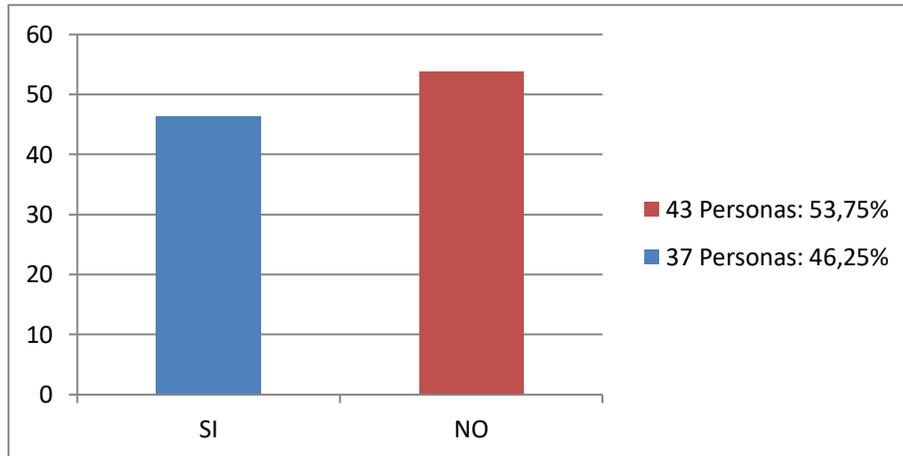
Es una pregunta
la cual se evidencia
evolución de la
las personas van

teniendo una idea más clara del verdadero Turismo de Aventura y empiezan a notar que realmente en el Municipio no se aplican dichas actividades que lo conforman.

- Pregunta 6



¿Ha realizado alguna vez alguna actividad que implemente el Turismo de Aventura?



SI	37	46,25%
NO	43	53,75%
Total	80	100%

Siendo un total de 80 individuos encuestados el 53,75% expresan que nunca han realizado actividades de Turismo de Aventura y el 46,25% expresan que si las han realizado.

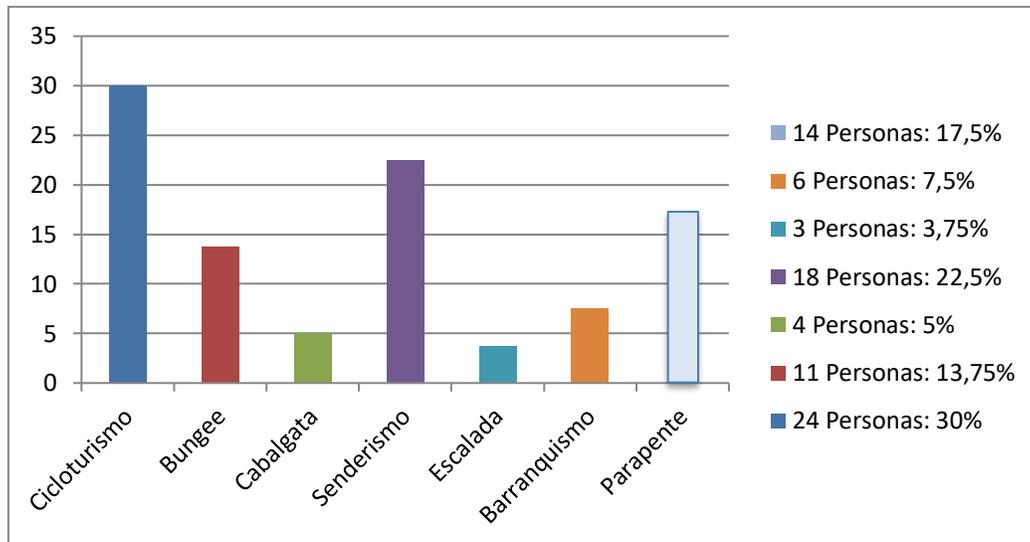
Análisis: Se analiza que más de la mitad de las personas que realizaron la encuesta no habían realizado ningún tipo de actividades de Turismo de Aventura en el transcurso de sus vidas, esto me lleva a concluir que en el Municipio no se le ha dado la importancia requerida a este tema y que estamos dejando atrás todos los beneficios que podría traer a la ciudad tanto de una forma económica como un mejor estilo de vida para los ciudadanos.

- Pregunta 7

De los siguientes planes de Turismo de Aventura marque con una equis (x) cual considera que se debería realizar en la ciudad de Girardot.



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Cicloturismo	24	30%
Bungee o puenting	11	13,75%
Rafting	0	0
Cabalgata	4	5%
Senderismo	18	22,5%
Escalada	3	3,75%
Canopy	0	0
Tirolesas	0	0
Overlanding	0	0
Rápel	0	0
Barranquismo	6	7,5%
Parapente	14	17,5%
Ninguno de los anteriores	0	0
Total	80	100%



Interpretación: De 80 ívidos que realizaron la encuesta el 30% manifiesta que el Cicloturismo sería la actividad de Turismo de Aventura más eficaz en el Municipio, el 22,5% el Senderismo, el 17,5% el parapente, un 13,75% Bungee, el 7,5% afirmaban que el Barranquismo, un 5% las Cabalgatas y tan solo el 3,75% las Escaladas.

Análisis: Los individuos presentan un mayor interés por la actividad de Cicloturismo debido a que consideran que sería la más apta para el Municipio por sus campos y enfocando también en la salud de los que la practican. En segundo lugar se encuentra el Senderismo ya que manifiestan que a los alrededores del Municipio se podría realizar de una forma muy tranquila.



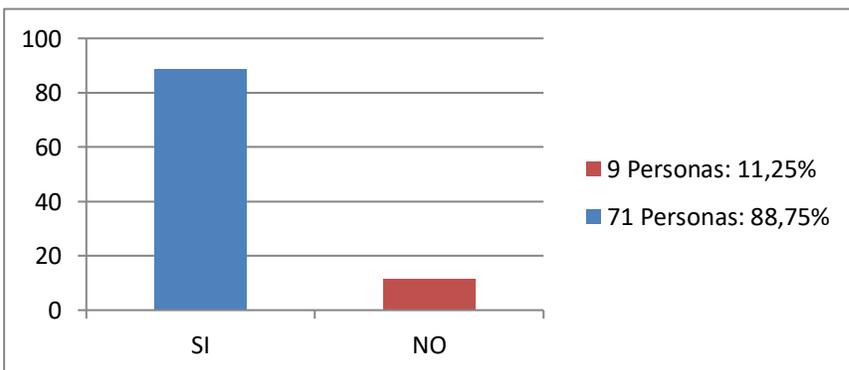
El parapente y el Bungee tuvieron un impacto más fuerte en una población de 16 a 24 años dándonos a entender que las personas más jóvenes de la ciudad desean actividades donde la adrenalina sea protagonista. Las cabalgatas fueron seleccionadas por una población femenina y algunos pudieron manifestar que ya no querían incluir animales en las actividades. Las Escaladas también fueron seleccionadas por ciertos individuos que aseguraban que ya las habían realizado y que sería bueno que estuvieran en la ciudad. Del mismo modo se evidencio la gran

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
SI	71	88,75%
NO	9	11,25%
Total	80	100

parte de los encuestados no tenían conocimiento de diversas actividades por ende no llegaron a generar el mismo impacto.

- Pregunta 8

¿Cree que si se implementa el Turismo de Aventura beneficia al municipio económicamente?





Interpretación: Con un total de 80 individuos encuestados el 88,75% asegura que el Turismo de Aventura beneficiaría al Municipio de una manera económica y el 11,25% lo rechaza.

Análisis: En esta pregunta las cifras fueron favorables y gratificantes puesto que se evidencia un alto número de la población encuestada siendo consiente del aporte económico que traería el Turismo de Aventura y ven así mismo la necesidad de implementar las diversas actividades, dándome la satisfacción de que realmente al exponerle al Municipio este tema le vean la importancia que se requiere. Por otro lado el porcentaje que negaba la pregunta manifestó que la ciudad no estaba preparada para tantos turistas y que esto podría afectar la seguridad de la misma.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

8. CONCLUSIONES

Para concluir este trabajo se mostraran las conclusiones obtenidas de este proyecto. Lo anterior será con el fin de que se le pueda dar continuidad al proyecto, así como mostrar los beneficios obtenidos.

Se logró optimizar y generar conciencia en la población participe de este proyecto frente a la importancia del Turismo de Aventura en el Municipio, mostrando allí sus factores de beneficio tanto para la salud y bienestar de los individuos como para posicionar al Municipio como uno de los principales destinos turísticos dejando al mismo tiempo una taza económica basada en la innovación.

Al realizar el análisis del turismo actual de la ciudad se ve claramente que no existe una competencia turística para el Turismo de Aventura, concluyendo que tendría un impacto positivo en el Municipio. Los beneficios alcanzarían a



posicionar al Municipio en el objetivo que se desea, la ciudad de las acacias generaría cambios evidentes en la oferta turística.

Los atractivos turísticos del Municipio se podrían complementar para crear espacios donde se pueda llevar a cabo el Turismo de aventura como una nueva fuente de ingreso y un espacio para el manejo de tiempo libre.

La comunidad al desconocer el Turismo de Aventura y conocer los beneficios del mismo al ser implementado en el Municipio de una manera innovadora ve positivamente su implementación, un bajo porcentaje aseguraba que posiblemente se incrementaría la inseguridad en el Municipio tema que se tendrá en cuenta.

Al hablar con la comunidad y visitar los lugares Turísticos del Municipio se evidencia claramente que el índice de inseguridad es alto y deriva a que estos lugares sean punto de encuentro de delincuentes, es así como se concluye que nuestros adolescentes no están ocupando su tiempo libre en actividades que con el Turismo de Aventura se pueden llegar a desempeñar, fomentando la distracción y ocupación del tiempo libre de los ciudadanos de una manera agradable e innovadora.