


|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
|  | <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAAr113</b>      |
|   | <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
|   | <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|   |   | <b>PAGINA: 1 de 8</b>       |

16.

|              |                             |
|--------------|-----------------------------|
| <b>FECHA</b> | jueves, 28 de enero de 2021 |
|--------------|-----------------------------|

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
 BIBLIOTECA  
 Ciudad

|                        |                    |
|------------------------|--------------------|
| <b>UNIDAD REGIONAL</b> | Seccional Girardot |
|------------------------|--------------------|

|                          |                  |
|--------------------------|------------------|
| <b>TIPO DE DOCUMENTO</b> | Trabajo De Grado |
|--------------------------|------------------|

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>FACULTAD</b> | Ciencias Administrativas<br>Económicas y Contables |
|-----------------|--|

|   |          |
|---|----------|
| <b>NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO</b> | Pregrado |
|---|----------|


|                           |   |
|---------------------------|---|
| <b>PROGRAMA ACADÉMICO</b> | <b>Tecnología en Gestión Turística y Hotelera</b> |
|---------------------------|---|

El Autor(Es):

| <b>APELLIDOS COMPLETOS</b> | <b>NOMBRES COMPLETOS</b> | <b>No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN</b> |
|----------------------------|--------------------------|--|
| Hoyos Muñoz                | Kelly Johanna            | 1002344623                             |
| Garzón Álvarez             | Julio Cesar              | 1070587756                             |
|                            |                          |  |
|                            |                          |  |

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
|  | <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAar113</b>      |
|   | <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
|   | <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|   |   | <b>PAGINA: 2 de 8</b>       |

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

| <b>APELLIDOS COMPLETOS</b> | <b>NOMBRES COMPLETOS</b> |
|----------------------------|--------------------------|
| Briñez Díaz                | María Elsy               |
|                            |                          |
|                            |                          |
|                            |                          |

| <b>TÍTULO DEL DOCUMENTO</b>  |
|--|
| <b>PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE SEÑALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE GIRARDOT CUNDINAMARCA SEGUNDO SEMESTRE 2020</b> |

| <b>SUBTÍTULO<br/>(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)</b> |
|---|
|   |

| <b>TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:<br/>Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía</b> |
|---|
| Tecnólogo en gestión turística y hotelera   |

| <b>AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO</b> | <b>NÚMERO DE PÁGINAS</b> |
|-------------------------------------|--------------------------|
| 09/12/2020                          | 78                       |

| <b>DESCRITORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS<br/>(Usar 6 descriptores o palabras claves)</b> |                    |
|--|--------------------|
| <b>ESPAÑOL</b>   | <b>INGLÉS</b>      |
| 1. Atractivo turístico   | Tourist attraction |
| 2. Panel informativo   | Information panels |
| 3. Información   | information        |
| 4. Turismo   | Tourism            |
| 5. Turista   | Tourist            |
| 6. Señalización  | Signaling          |

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



|   |                             |
|---|-----------------------------|
| <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAAr113</b>      |
| <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
| <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|   | <b>PAGINA: 3 de 8</b>       |

## RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

El presente análisis fue realizado con el objeto de diseñar una propuesta de señalización e información en los atractivos turísticos que componen la ciudad de Girardot Cundinamarca, con el fin de lograr un completo aprovechamiento de ellos. Girardot Cundinamarca es uno de los principales destinos turísticos de la región del alto magdalena, cuenta con diversos atractivos turísticos pero a través del tiempo ha sido notoria la falta de una correcta implementación de señales turísticas y paneles informativos.

La señalización e información es un instrumento fundamental para lograr un óptimo aprovechamiento del lugar ya que ayudan a la orientación, ubicación y promoción del sitio.

The present analysis was carried out in order to design a proposal for signage and information in the tourist attractions that make up the city of Girardot Cundinamarca, in order to make full use of them. Girardot Cundinamarca is one of the main tourist destinations in the Upper Magdalena region, it has several tourist attractions but over time the lack of a correct implementation of tourist signs and information panels has been notorious.

Signage and information is a fundamental instrument to achieve optimal use of the place as they help to guide, locate and promote the site.



### AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

| <b>AUTORIZO (AUTORIZAMOS)</b>  | <b>SI</b> | <b>NO</b> |
|--|-----------|-----------|
| 1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.   | x         |           |
| 2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.   | x         |           |
| 3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones. | x         |           |
| 4. La inclusión en el Repositorio Institucional.   | x         |           |

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en



|   |                             |
|---|-----------------------------|
| <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAAr113</b>      |
| <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
| <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|   | <b>PAGINA: 5 de 8</b>       |

cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

**NOTA:** (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

**Información Confidencial:**

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI \_\_\_ NO \_x\_.**

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

**LICENCIA DE PUBLICACIÓN**

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2



|   |                             |
|---|-----------------------------|
| <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAAr113</b>      |
| <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
| <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|   | <b>PAGINA: 6 de 8</b>       |

integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”



i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



**Nota:**

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

| Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)  | Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.) |
|--|--|
| 1. PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE SEÑALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE GIRARDOT CUNDINAMARCA SEGUNDO SEMESTRE 2020 |  |
| 2.   |  |
| 3.   |  |
| 4.   |  |

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

| APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS | FIRMA (autógrafa) |
|-------------------------------|-------------------|
| Hoyos Muños Kelly Johanna     |                   |
| Garzón Álvarez Julio Cesar    |                   |
|                               |                   |



**MACROPROCESO DE APOYO  
 PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO  
 DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL  
 REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO: AAAR113  
 VERSIÓN: 3  
 VIGENCIA: 2017-11-16  
 PAGINA: 8 de 8**

21.1-51.20

|  |   |                             |
|--|---|-----------------------------|
|  | <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>                    | <b>CÓDIGO: AAAR113</b>      |
|  | <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>          | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
|  | <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|  | <b>REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>                | <b>PAGINA: 7 de 8</b>       |

Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



**Nota:**

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

| Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión<br>(Ej. PerezJuan2017.pdf)  | Tipo de documento<br>(ej. Texto, imagen, video, etc.) |
|---|---|
| 1. PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE SEÑALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE GIRARDOT CUNDINAMARCA SEGUNDO SEMESTRE 2020 | Texto, imagen, grafica.                               |
| 2.  |   |
| 3.  |   |
| 4.  |   |

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

| APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS | FIRMA<br>(autógrafo) |
|-------------------------------|----------------------|
| Hoyos Muñoz Kelly Johanna     | <i>Kelly Hoyos M</i> |
| Garzón Álvarez Julio Cesar    | <i>Julio Garzón</i>  |

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



**PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE SEÑALIZACIÓN E  
INFORMACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE GIRARDOT  
CUNDINAMARCA SEGUNDO SEMESTRE 2020**

**KELLY JOHANNA HOYOS MUÑOZ  
JULIO CESAR GARZÓN ÁLVAREZ**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES  
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA  
GIRARDOT  
2020**

**PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE SEÑALIZACIÓN E  
INFORMACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE GIRARDOT  
CUNDINAMARCA SEGUNDO SEMESTRE 2020**

**KELLY JOHANNA HOYOS MUÑOZ**

**JULIO CESAR GARZÓN ÁLVAREZ**

**PROYECTO MONOGRÁFICO TIPO DE INVESTIGACIÓN**

**MARÍA ELSY BRIÑEZ DIAZ  
ADMINISTRADORA FINANCIERA  
ESPECIALISTA EN GERENCIA ESTRATEGICA DE MARKETING TURISTICO  
MAGISTER EN TURISMO SOSTENIBLE**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES  
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA  
GIRARDOT  
2020**

**NOTAS DE ACEPTACION**

---

---

---

---

---

---

---

**FIRMA DEL JURADO**

---

**FIRMA DEL JURADO**

---

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar queremos agradecer a Dios, por permitirnos culminar nuestros estudios y guiarnos en el camino.

A nuestras familias, que fueron nuestro mayor motor durante este proceso, gracias por el apoyo y cariño.

Gracias a la Universidad de Cundinamarca por habernos permitido formarnos en ella, a todo el cuerpo docente y administrativo quienes con sus conocimientos guiaron nuestros caminos y con su orientación logramos finalizar con éxito este proyecto.

GRACIAS.

## TABLA DE CONTENIDO

|  | <b>Pag.</b> |
|--|-------------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b>                                      | <b>7</b>    |
| <b>1. TITULO</b>   | <b>8</b>    |
| <b>2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>  | <b>9</b>    |
| <b>2.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN</b>                         | <b>9</b>    |
| <b>2.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</b>                        | <b>9</b>    |
| <b>2.3 PROGRAMA</b>                                      | <b>9</b>    |
| <b>2.4 TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>                         | <b>9</b>    |
| <b>3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>      | <b>10</b>   |
| <b>3.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN</b>                     | <b>10</b>   |
| <b>4. OBJETIVOS</b>                                      | <b>11</b>   |
| <b>4.1 OBJETIVO GENERAL</b>                              | <b>11</b>   |
| <b>4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>                         | <b>11</b>   |
| <b>5. JUSTIFICACIÓN</b>                                  | <b>12</b>   |
| <b>6. MARCO DE REFERENCIA</b>                            | <b>14</b>   |
| <b>6.1 MARCO TEÓRICO</b>                                 | <b>14</b>   |
| <b>6.2 MARCO CONCEPTUAL</b>                              | <b>18</b>   |
| <b>6.3 MARCO LEGAL</b>                                   | <b>21</b>   |
| <b>6.4 MARCO GEOGRÁFICO</b>                              | <b>24</b>   |
| <b>7 DISEÑO METODOLÓGICO</b>                             | <b>28</b>   |
| <b>7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>                         | <b>28</b>   |
| <b>7.2. POBLACIÓN</b>                                    | <b>28</b>   |
| <b>7.2.1 MUESTRA</b>                                     | <b>28</b>   |
| <b>7.3 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>               | <b>28</b>   |
| <b>7.4 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS</b> | <b>28</b>   |
| <b>8. ATRACTIVOS TURÍSTICOS GIRARDOT</b>                 | <b>31</b>   |
| <b>8.1 EVIDENCIA FOTOGRÁFICA DE LOS ATRACTIVOS</b>       | <b>35</b>   |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>9. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN</b>   | <b>44</b> |
| <b>9.1 ENCUESTAS</b>   | <b>44</b> |
| <b>9.1.1 ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA</b>   | <b>44</b> |
| <b>9.1.2 RESULTAOS OBTENIDOS MEDIANTE LA<br/>        APLICACIÓN DE LA ENCUESTA</b>   | <b>46</b> |
| <b>9.2 ESTADO ACTUAL</b>   | <b>56</b> |
| <b>9.2.1 ANÁLISIS FODA</b>   | <b>56</b> |
| <b>10. PARÁMETROS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA SEÑALIZACIÓN<br/>TURÍSTICA</b>  | <b>59</b> |
| <b>11. PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN<br/>DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA E INFORMACIÓN DE<br/>LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE<br/>GIRARDOT</b> | <b>73</b> |
| <b>11.1 MAPA DISEÑO DE SEÑALIZACIÓN EN<br/>    ATRATIVOS TURÍSTICOS EN LA CIUDAD<br/>    DE GIRARDOT CUNDINAMARCA.</b>                                       | <b>73</b> |
| <b>12. RECURSOS</b>  | <b>76</b> |
| <b>12.2 HUMANOS</b>  | <b>76</b> |
| <b>12.2 MATERIALES</b>   | <b>76</b> |
| <b>12.3 INSTITUCIONALES</b>  | <b>76</b> |
| <b>12.4 FINANCIEROS REQUERIDOS PARA<br/>    LLEVAR A CABO LA INVESTIGACIÓN</b>   | <b>76</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>  | <b>77</b> |

## INTRODUCCION

El presente trabajo de grado esta direccionado a la realización de una propuesta para el desarrollo de un plan de señalización e información de los diferentes atractivos turísticos que se encuentran ubicados en la ciudad de Girardot.

Girardot Cundinamarca es una de las ciudades más atrayentes turísticamente eso se ve reflejado en el alto flujo de turistas que arriban a la ciudad ya que se ofrece para ellos diversos atractivos en los cuales pueden hacer disfrute de su tiempo de ocio, pero a través del tiempo ha sino notoria la falta de señalización y de la implementación de paneles informativos en aquellos atractivos. La señalización e información es un instrumento fundamental para lograr un óptimo aprovechamiento del lugar, así como el turismo llega a ser un motor de desarrollo local, la implementación de la señalización es uno de los motores que ayuda al desarrollo de los atractivo debido a que ayudan a la orientación, ubicación y promoción del sitio. Por ende se plantea la propuesta de la ejecución de un plan que mejorara los atractivos tanto en organización como en información.

## **1. TITULO**

**PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE SEÑALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE GIRARDOT CUNDINAMARCA SEGUNDO SEMESTRE 2020**



## **2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **2.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN**

Turismo y sociedad

### **2.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Desarrollo turístico

### **2.3 PROGRAMA**

Tecnología en gestión turística y hotelera

### **2.4 TEMA DE INVESTIGACIÓN**

Realizar una propuesta, para el desarrollo en la ciudad de Girardot de un plan de señalización e información de los atractivos turísticos.

### **3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

La ciudad de Girardot, es uno de los principales destinos turístico con las que cuenta la región del alto magdalena, posee diversos sitios turísticos que llegan a ser de gran interés tanto para los turistas como para los habitantes. Por ende se busca proponer y desarrollar un plan de señalización e información de los atractivos turísticos que se encuentran en la ciudad, buscando una mejora que permita potencializar el atractivo y que impacte de modo positivo sin afectar el entorno, no se conoce en la ciudad con anterioridad ninguna otra propuesta o exploración del tema por ningún ente privado o público. Por ello se pretende realizar una propuesta siendo evidente la falta de estas y de una correcta implementación en los atractivos.

A nivel nacional no se cuenta con ningún ente regulador que se encargue de orientar, dirigir y vigilar las señalizaciones turísticas de los atractivos en las diferentes ciudades, es obligación de las administraciones de cada una de las ciudades que comprende el territorio gestionar una correcta y optima señalización, basándose en un manual nacional que da a conocer parámetros e importancia de la aplicación del mismo, como las mismas administraciones de las ciudades son las encargadas de las señalizaciones y no hay ninguna obligación por ejecutar una buena implementación de la misma, son dejadas de lados sin lograr analizar su importancia y beneficio.

#### **3.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Es necesario el desarrollo de un plan de señalización e información de los atractivos turísticos de la ciudad de Girardot, Cundinamarca?

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

Lograr un completo aprovechamiento de las zonas turísticas ubicadas en la ciudad de Girardot mediante una propuesta de señalización e información, que ayudara a orientar e informar al turista y a la comunidad en general.

### **4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar el estado actual de la señalización y paneles de información.
- Establecer mejoras referentes a la señalización y paneles de información para implementaciones futuras.
- Determinar la importancia que tiene una correcta señalización e información en los atractivos turísticos.

## 5. JUSTIFICACIÓN

El turismo en la ciudad de Girardot integra aspectos importantes que contribuyen a nivel social y económico, esto debido a que ha estado posicionada siempre como una ciudad importante y referente de turismo, cuenta con gran potencial, empezando por una excelente ubicación, clima, infraestructura hotelera, además de contar con atractivos llenos de historia, cultura, arquitectura y demás aspectos fundamentales, pero a lo largo de los años se ha evidenciado la falta de una adecuada señalización e información de dichos atractivos que componen la ciudad, es fundamental que tal cual crece y se mantiene el turismo se generen adecuaciones que lleguen a ser necesarias, esto con la finalidad de brindar un mejor servicio. Las adecuaciones de estas llegan a dar un valor agregado, no solo enfocado en la satisfacción de turista si no aplicándole valor al atractivo.

Actualmente Girardot presenta falencias en los diferentes atractivos, en ellos no se cuenta historia, ni ningún dato relevante que comunique el significado del mismo ni la importancia que genera en el entorno en el que se encuentra, muchos no cuentan con señales que indiquen en qué dirección ir para llegar a ellos, se pretende solucionar dichas falencias con la aplicación de las señalizaciones y paneles informativos, con el fin de lograr que los turista y la comunidad cuando visiten o transeúnte por la zona conozcan la historia del sitio, por qué y fecha de su construcción, la relevancia que tiene para la ciudad el atractivo y todos aquellos aspectos importantes que empapan de historia y pertenencia.

La señalización turística es de gran importancia para el turista, ya que genera información, información que no solamente ayuda a la orientación y ubicación del atractivo si no que de igual forma ayuda a la difusión de la zona llegando a ser beneficioso para el crecimiento.

Los paneles informativos como bien su nombre lo dice informan, son imprescindibles en un sitio turístico ya que cuentan su historia y describen el lugar, por ende es una herramienta necesaria que acerca al turista más al entorno que visita y genera pertinencia y empatía con la zona.

Un atractivo turístico no solo necesita una adecuada infraestructura y buen servicio sino que de igual manera es necesaria la implementación de una óptima señalización y paneles informativos ya que es de gran beneficio no solo para el turista sino también para la comunidad en general, contribuyendo y fortaleciendo al turismo obteniendo beneficios a nivel social. Y el presente trabajo aportara una propuesta de investigación y solución que servirá de base para solucionar la problemática.

## 6. MARCO DE REFERENCIAS

### 6.1 MARCO TEÓRICO

El turismo es una de las principales actividades generadoras de divisas para el país, Colombia se ha consolidado a lo largo de los años como un gran destino para los turistas, en consecuencia el sector a través de los años ha crecido y se ha posicionado mundialmente.

Desde 2015 el valor agregado turístico nacional ha crecido 31%, el sector subió siete puestos en el índice de Competitividad en Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial entre 2017 (puesto 62 / 136) y 2019 (55 / 140), y generó más de 1,9 millones de empleos en 2018 (3,7% más que en 2017) y 8,8% del total de empleos del país (*El Espectador, Mundo Distintos 24 de febrero 2020*)

Según la Organización Mundial del Turismo (*OMT, 1994*), “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”, considerando esto y en evidencia que es una fuente de ingresos para las ciudades que cuentan con el servicio turístico, por tal razón es importante invertir en esta área productiva. Inversiones necesarias tales como señalización y puntos de información, si un atractivo turístico genera beneficios colaterales a la ciudad es deber retribuir y realizar implementaciones que mejore su organización y visualización.

La definición de señalización llega a ser un tema muy amplio que abarca varios sectores, por ende cuenta con una clasificación según su tipo, estas señales están clasificadas en tres tipos: señales reglamentarias, preventivas e informáticas.

Las señales informativas son aquellas que abarcan el campo en cuanto a señalización turística y llegan a ser definida como:

“Las señales informativas: Son aquellas que sirven para dirigir al conductor o transeúnte a lo largo de su itinerario, proporcionándole información sobre direcciones, sitios de interés y destino de los caminos poblacionales y distancias.”  
*(Manual de señalización turística, señalar es culturizar)*

La señalización turística es un concepto que cumple una múltiple función comunicadora: informa, enseña, educa, orienta, transmite y multiplica valores. Como parte de la cultura de los símbolos, expresa en el idioma universal de la semiología el carácter, el contenido y el sentido de lo que señala e identifica con la magia de la sinopsis. La Organización Mundial del Turismo, encargada de orientar la actividad turística en el ámbito mundial, contempla entre sus propósitos establecer un lenguaje universal sin límites de idioma o de razas; ello se traduce en la utilización de signos y símbolos adecuados para los atractivos turísticos, mejorando la información turística y facilitando la selección de los sitios interesantes para el visitante. *(Manual de señalización turística, señalar es culturizar)*

Las entidades relacionadas con turismo saben la importancia de una adecuada señalización e información en el sector por ende “Fontur ha invertido 14.000 millones de pesos desde 2008 en señalización de atractivos turísticos. Cada vez que se conoce un destino turístico, por lo general el viajero busca y planifica la manera más efectiva de recorrerlo y conocerlo hasta el último rincón, sin quedar con la frustración, al regreso, de no haber conocido los sitios más interesantes de ese destino. De ahí la importancia de la señalización de vías y atractivos” *(El Tiempo, redacción El Tiempo, 04 de diciembre 2016)*

Cuando un turista se abre camino por un entorno que desconoce, la señalización es una herramienta que le permite orientarse sin ayuda. Es importante, por lo tanto, diseñar la señalización de acuerdo con las necesidades de acceso *(Recomendaciones de la OMT sobre accesibilidad de la información turística)*

La importancia de realizar elementos que ayuden a demarcar los atractivos, sirven para permitir que los turistas identifiquen el espacio y señalen lugares de interés durante su viaje a la ciudad.

Existen unos principios, herramientas y buenas prácticas de la OMT, del que se ha extraído la siguiente información:

- Utilizar materiales mates y resistentes y asegurarse de que las señales estén bien iluminadas.
- Utilizar un diseño homogéneo en los mismos entornos para que sean percibidos con mayor facilidad por los usuarios.
- Decidir el tamaño y la altura de la señal teniendo en cuenta la distancia desde la que se va a ver.
- Asegurarse de que la información se suministra con el suficiente contraste y un fondo adecuado.
- Utilizar pictogramas normalizados para que las señales pueda entenderlas un gran número de turistas.
- Incluir imágenes claras para explicar información importante.
- Cuando las señales estén situadas en una zona a la que uno se deba aproximar, asegurarse de que no haya obstáculos en el camino.
- Valorar la posible inclusión de formatos alternativos, como el altorrelieve o el braille, para ayudar a encontrar el camino o proporcionar sistemas de orientación alternativos, como la geolocalización y los sistemas de navegación inteligentes. *(Recomendaciones de la OMT sobre accesibilidad de la información turística)*

Todo esto se busca para lograr una organización de los destinos turísticos con una unión internamente integrada. La señalización ayuda no solo a la mejora de la información y afluencia de los visitantes si no que de igual forma a la economía del lugar, con la relevancia que le da al atractivo.



Las mejoras y evidencias en diferentes países a nivel internacional de que la ejecución de un plan señalética contribuiría al desarrollo se evidencian:

“En Suramérica, la importancia de manejar una simbología turística, surtió sus primeros resultados con el estudio realizado por la Secretaría Nacional de Turismo de la República de Bolivia, que compila de manera sencilla los pictogramas y las señales turísticas que deben ser utilizados por las prefecturas y los municipios de esa Nación, en el documento “Metodología para la señalización turística - 1997” y cuya aplicación logró mejorar notablemente la satisfacción de la demanda turística en dicho país. El Departamento de Transportación y Obras Públicas de Puerto Rico, está estudiando la aplicación del proyecto “Rotulación especial de rutas turísticas”, utilizando una simbología uniforme que facilite el traslado de los visitantes de una región a otra. Para cumplir con este objetivo, el Departamento se apoyará en campañas divulgativas en los medios de comunicación y distribución de revistas gratuitas para los usuarios, donde se les explica cómo recorrer las rutas y la utilización de la simbología. No pretenden sustituir la señalización turística que se encuentra instalada en las carreteras de la isla, sino por el contrario, que sea un sistema de rotulación complementario. La Florida generó estrategias dirigidas a la seguridad del visitante tomando como referente el modelo hecho en Nueva York, en el cual la señalización turística jugó un papel importante”  
*(Manual de señalización turística, señalar es culturizar)*

## 6.2 MARCO CONCEPTUAL

**Atractivo turístico:** Un atractivo turístico es un sitio o un hecho que genera interés entre los viajeros. De este modo, puede tratarse de un motivo para que una persona tome la decisión de visitar una ciudad o un país. El valor de los atractivos turísticos puede radicar en diferentes cuestiones.

**Destino turístico:** Espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

**Información:** La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento. La información es un recurso que otorga significado o sentido a la realidad, ya que mediante códigos y conjuntos de datos, da origen a los modelos de pensamiento humano

**Orientación:** El concepto de orientación está vinculado al verbo orientar. Esta acción hace referencia a situar una cosa en una cierta posición, a comunicar a una persona aquello que no sabe y que pretende conocer, o a guiar a un sujeto hacia un sitio.

**Paneles informativos:** tienen la función de informar al visitante en el acceso a un recurso turístico, un edificio público o de información general en la ciudad. En tiempos en que el movimiento y flujo de visitantes de todo tipo que recorre nuestras ciudades y espacios de interés es creciente e incesante, la necesidad de

una buena infraestructura de paneles informativos es indudable por los grandes beneficios que conlleva tanto para el visitante para la propia ciudad.

**Puntos de información turística:** son espacios que contribuyen a la orientación y satisfacción del visitante al momento de visitar los destinos, ofreciendo gratuitamente información relevante de atractivos y productos turísticos. Adicionalmente, funcionan como un sistema de información confiable que permite determinar los indicadores de esta actividad.

**Turismo:** el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

**Turista:** persona que se desplaza hacia otras regiones o países distintos del propio con la finalidad de pasar allí momentos de ocio, conocer otras culturas, visitar lugares específicos que están ausentes en la región de residencia habitual, etc. Desde esta perspectiva, puede entenderse que el rol del turista es el del consumidor de servicios relativos al transporte y a la estadía en otras regiones. Este personaje es el destinatario de la actividad económica que mueve enormes cifras de dinero por año.

**Señalización:** La señalización técnicamente es el conjunto de estímulos que pretenden condicionar, con la antelación mínima necesaria, la actuación de aquel que los recibe frente a unas circunstancias que se pretende resaltar. Los estímulos pueden ser percibidos a través de nuestros sentidos siendo los de la vista y el oído los principales, aunque la forma de percibirlos puede ser generada mediante colores, formas geométricas, emisiones sonoras, luminosas o bien por medio de gestos

**Señalización turística:** Se define como señalización, toda la simbología e información gráfica dirigida a la orientación de los habitantes o visitantes de un núcleo urbano y/o rural, así como de las vías que lo conectan. Se pone al servicio

de los individuos, a su orientación en un espacio o lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos. La señalización no se impone, no pretende persuadir, convencer, inducir o influir en las decisiones de acción de los individuos. Sirve a estos para orientarse, en función de sus motivaciones, sus intereses, sus necesidades particulares. No pretende dejar una huella en la memoria de los individuos, como es el caso de la propaganda o la publicidad. La señalización hace el mundo más inteligible, más asequible y comprensible, más simple y, por todo ello, más utilizable

**Ubicación:** Una ubicación es un lugar, un sitio o una localización donde está ubicado algo o alguien. Una ubicación es una situación, un establecimiento, un asiento, es la existencia de un ser o de algo en algún sitio o lugar. La ubicación es la acción o el efecto de ubicar o ubicarse.

**Visitante:** Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

**Zona turística:** Se denomina zona a un sector de una superficie o de un terreno. Turístico, por su parte, es un adjetivo que refiere a lo vinculado al turismo (la actividad que lleva a cabo una persona cuando viaja a un lugar distinto al de su residencia y pernocta en dicho sitio). Una zona turística, de este modo, es un espacio que, por sus atractivos, seduce a una gran cantidad de visitantes. Una zona puede convertirse en turística por su belleza natural, su infraestructura de ocio, sus edificios históricos o su oferta de eventos, por citar algunas posibilidades.

## **6.3 MARCO LEGAL**

### **DECRETO 210 DE 2003**

“Por el cual se determinan los objetivos y la estructura orgánica del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y se dictan otras disposiciones.”

**Art2, numeral 2:** Formular la política en materia de desarrollo económico y social país relacionado con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de bienes, servicios entre ellos el turismo y tecnología para la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio interno y el comercio exterior.

En relación con el artículo 2 del decreto 210 de 2003 el ministerio de comercio, industria y turismo, para buscar el desarrollo económico del país y mejorar la competitividad en el sector turístico elabora el manual de señalización “señalizar es culturizar” como reglamentación establecida nivel nacional a la hora de implementar señalización en los atractivos.

### **MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA NACIONAL “SEÑALIZAR ES CULTURIZAR”**

Todas aquellas entidades públicas que realicen alguna actividad de señalización turística en cualquier zona de Colombia deben reñirse por el manual de señalización turística, el cual tiene definido en su estructura una debida estandarización de las diferentes simbologías utilizadas en los diferentes atractivos turísticos.

De igual manera el sector privado puede hacer uso del manual y de todo su contenido. Este manual toma referencia de otros aplicados en diferentes países internacionales, con diferencias de adaptación y centralizándolo a la condiciones reales del país; se realiza la elaboración del manual para lograr una gestión uniforme y efectiva de los atractivos turísticos.

El manual cuenta con tres módulos distribuidos para lograr una mejor comprensión y aplicabilidad de este.

**Módulo 1:** Acercándonos a la señalización turística: Su propósito es dar a conocer la definición y clasificación de las señales, así como los antecedentes y objetivos que fundamentan el manual.

**Módulo 2:** Pictogramas... Base de la comunicación señalética: Basados en el concepto del lenguaje universal que representan los símbolos, según la International Pictograma Standard, este módulo pretende indicar a quien lo consulte el significado y utilización de la iconografía.

La investigación determinó que para el tema turístico era necesario agrupar y clasificar los pictogramas de tal manera que se facilitara su comprensión y aplicación; es así como se catalogaron en pictogramas de apoyo a los servicios turísticos, universalmente definidos y retomados en este documento; pictogramas de actividades turísticas, tanto deportivas como recreativas, utilizados también en muchos países y al igual que los de servicios, avalados por la Organización Mundial del Turismo.

Los símbolos de atractivos turísticos, fueron diseñados por el grupo de trabajo, buscando contribuir a valorar el patrimonio natural y cultural de nuestro país.

**Módulo 3:** Implementando la señalización turística: Contiene recomendaciones y sugerencias que deben ser tenidas en cuenta para la aplicación y elaboración de las señales turísticas, así como los planos técnicos de cada una de ellas. (Manual de señalización turística nacional)

## **RESOLUCIÓN 1622 DE 2005**

por la cual se adopta el Manual de Señalización Turística Peatonal El Ministro de Comercio, Industria y Turismo, en ejercicio de sus facultades legales, en especial las conferidas por la Ley 812 de 2003 y el Decreto 210 de 2003, y

## **RESOLUCIÓN 1738 DE 2015**

“Por la cual se establecen los diseños de las señales turísticas peatonales para los sectores urbanos declarados bien de interés cultural de carácter nacional.”

## **DECRETO 1504 DE 1998**

“Por el cual se reglamenta el manejo del espacio público en los planes de ordenamiento territorial”

Toda señalización turística instalada en el espacio público debe contar con los debidos permisos requeridos, acatando a cabalidad la normatividad que rige el entorno donde se encuentre ubicado en este caso el atractivo turístico.

## **ENTE ENCARGADO DE LA SEÑALIZACIÓN Y PANELES INFORMATIVOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT.**

No existe un ente encargado de la señalización turística en el municipio, cuando la alcaldía, el instituto de turismo cultura y fomento o alguna otra entidad encargada de la administración municipal, tiene como propósito gestionar un proceso de señalización o panel informativo en algún atractivo, realizan una solicitud a la secretaria de tránsito y transporte de la ciudad con el objeto de que aprueben o rechacen la propuesta dependiendo de las especificaciones de estas y para solicitar su ayuda con el direccionamiento en relación de ubicación y parámetros de una correcta implementación.

## 6.4 MARCO GEOGRÁFICO

### GIRARDOT

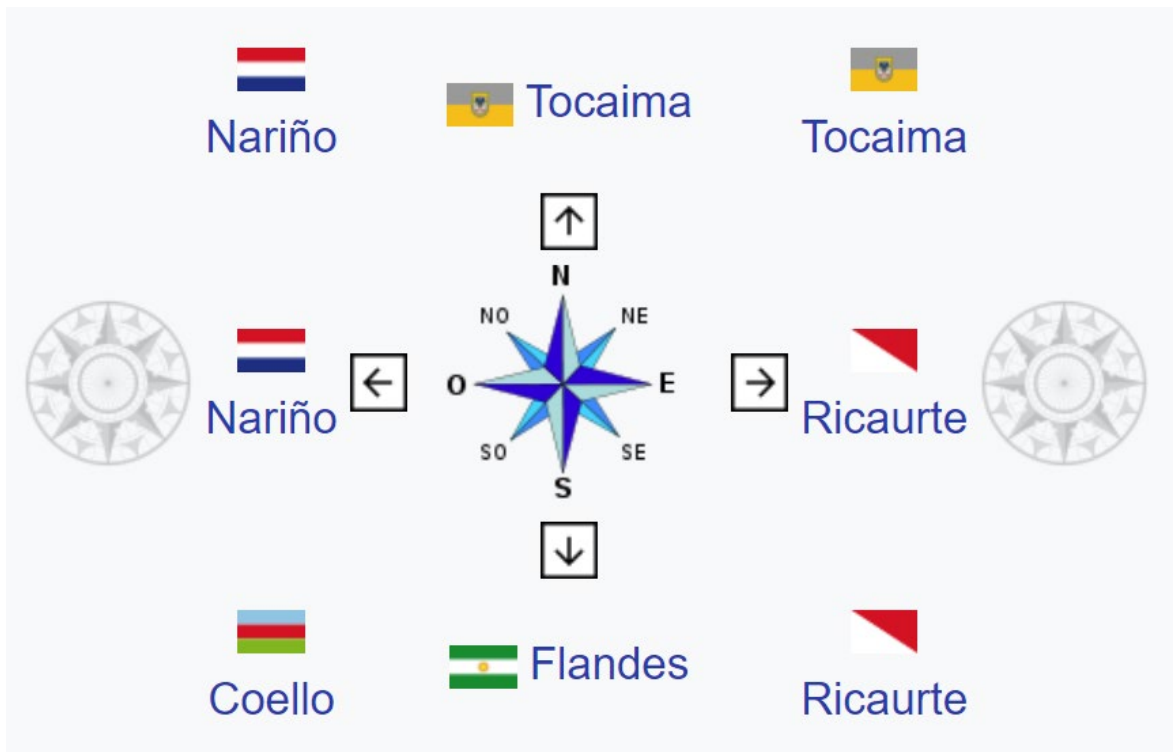
Girardot es un municipio colombiano del departamento de Cundinamarca ubicado en la Provincia del Alto Magdalena, de la cual es capital.



Fuente. Google.maps



Limita al norte con los municipios de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes y el río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, el río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el río Bogotá. Está ubicado a 134 km al suroeste de Bogotá.



Fuente. Wikipedia/Girardot

Girardot es uno de los municipios más importantes del departamento de Cundinamarca por su población, centros de educación superior, economía y extensión urbana. También es una de las ciudades con más afluencia de turistas y población flotante del país. Girardot conforma una conurbación junto con los municipios de Flandes y Ricaurte, que suman una población de 144.248 habitantes.

Girardot es una ciudad de clima cálido, lo que le ha permitido desarrollar una gran diversidad de ofertas turísticas. En las horas de la mañana su clima oscila entre los 20 y 28 grados; en la tarde, entre 30 y 34 grados, y en las noches alrededor de 27 grados, gracias a la brisa fresca proveniente del Río Magdalena. La cabecera municipal está a una altura de 290 m s. n. m., pero su territorio, de 150 km<sup>2</sup>, abarca 70% de relieve montañoso que alcanza 1.000 m s. n. m., dado que se encuentra en un vértice de la Cordillera Oriental colombiana. La máxima temperatura registrada en la historia de Girardot fue de 42,3 °C, y la mínima de 9.8 °C.

Las principales actividades económicas de Girardot son el turismo y el comercio (formal e informal). La ciudad posee una buena infraestructura hotelera y de recreación, destacándose los condominios vacacionales, centros recreacionales de gran capacidad, restaurantes, clubes nocturnos e instituciones eco turísticas.

Adicional a esta dinámica turística existe la actividad agroindustrial, de la que se destaca la producción de oleaginosos (maíz, ajonjolí, sorgo), cereales, algodón y café, y en el sector pecuario la producción de cárnicos.

Debido a la prolongación anual de la dinámica turística, y por tratarse de la capital de la Provincia del Alto Magdalena, el comercio tiene un movimiento importante, especialmente de productos agrícolas y artesanales. La actividad comercial se lleva a cabo principalmente en el centro de la ciudad, donde se encuentra la Plaza de Mercado. También en el camellón del comercio y en el área de influencia del Parque de Bolívar, donde se encuentran los edificios gubernamentales del municipio.

El Plan de Competitividad de Girardot 2007-2019<sup>7</sup> realizado en convenio por las Cámaras de Comercio de Bogotá y Girardot demuestra, basándose en un estudio diagnóstico elaborado por la Universidad de Cundinamarca Seccional Girardot, dos importantes clusters en la ciudad.

El principal clúster de la región es el Turismo. Girardot es el primer destino turístico del centro de Colombia, y cuenta con la infraestructura hotelera y los escenarios necesarios para llevar a cabo grandes proyectos de este tipo. La conglomeración de empresas y mipymes que conforman este importante clúster obedece a las siguientes actividades económicas:

- Hoteles, hostales y residencias
- Agencias de viajes
- Empresas turísticas
- Restaurantes
- Centros vacacionales y recreacionales
- Museos (principalmente arqueológicos)

*Extraído de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Girardot>*

## 7. DISEÑO METODOLÓGICO

### 7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de metodología implementada será descriptiva, investigación evaluativa.

**Descriptiva:** porque el objeto está basado en lograr el análisis de las características que describen la situación específica y actual relacionadas a la señalización y paneles informativos.

**Evaluativa:** porque está basado en la gestión de evaluación del propósito, mediante el análisis de los datos recolectados, evaluando los resultados obtenidos.

Se aplicaran 3 fases para la realización de la investigación

**Primera fase:** análisis del estado actual de la señalización y paneles de información en un recorrido observativo por los diferentes atractivos turísticos de la ciudad.

**Segunda fase:** recolección de datos en las zonas donde se encuentran ubicados los atractivos buscando establecer información con la comunidad local y turistas.

**Tercera fase:** análisis e interpretación de la recolección de datos y del estudio del estado actual de los atractivos.

### 7.2 POBLACIÓN

La población de estudio está conformada por turistas y habitantes que transitan por las zonas donde están ubicados los diferentes atractivos turísticos de la ciudad de Girardot.

#### 7.2.1 MUESTRA

Muestro aleatorio simple a porcentaje determinado de turista y habitantes, el número de habitantes en la ciudad de Girardot es de 108.000 personas.

## FORMULA PARA POBLACIÓN FINITA

Aplicación de fórmula para determinar el número de encuestas a realizar

$$n = \frac{Z^2 PQN}{NE^2 + Z^2 PQ}$$

Fuente: formula poblacional

**Z:** nivel de confianza (95%)

**E:** error de estimacion

**P:** probabilidad de éxito (50%)

**Q:** rrobabilidad de fracaso (50%)

**N:** poblacion

Prodecimiento realizado

$$\frac{(95\%)^2(50\%)(50\%)(108000)}{(108000)(5\%)^2 + (50\%)(50\%)}$$

Fuente: propia

$$\frac{(95\%)^2(50\%)(50\%)(108000)}{(108000)(5\%)^2 + (50\%)(50\%)} = \frac{97470}{1081} \quad (\text{Decimal: } 90.16651\dots)$$

Fuente: aproia

Resultado; aplicación de 90 encuestas.

### **7.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

La investigación será de enfoque cualitativo donde se realizara un acercamiento interpretativo mediante el estudio del ambiente, con métodos de observación y recolección de información mediante una serie de encuestas.

### **7.4 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS**

- Recolección de datos
- Procesamiento de la información
- Presentación de los resultados

## **8. ATRACTIVOS TURÍSTICOS GIRARDOT**

En el acuerdo municipal 010 del 2017 se estableció una agenda para los eventos turísticos del municipio de Girardot Cundinamarca, en la estructura de dicho acuerdo fue elaborado un inventario turístico. Se decide analizar y hacer uso del inventario elaborado por la alcaldía municipal ya que están debidamente definidos y establecidos los atractivos turísticos que se poseen; para la elaboración de este fue conformado en su momento un equipo de trabajo el cual tenía como objeto hacer un acercamiento de campo en cada atractivo para identificar todos los recursos y factores a tener en consideración al momento de la elaboración del documento oficial del inventario, este grupo fue de gran apoyo en el proceso investigativo.

El inventario se encuentra compuesto por 41 atractivos de los cuales fueron elegidos 31, ya que 31 fue el número establecido para los atractivos culturales materiales que son los aplicables al proyecto, los atractivos culturales inmateriales, festividades/eventos y sitios naturales ocupan los 10 atractivos restantes que se encuentran en el inventario que no aplican en la investigación. Los 31 atractivos culturales materiales se encuentran distribuidos alrededor de todo el municipio, se inventariaron diferentes tipos de construcciones y espacios.

|     | <b>LISTA DE ATRACTIVOS ESTIPULADOS EN EL INVENTARIO</b> |
|-----|---|
| 1.  | Banco de Bogotá   |
| 2.  | Banco cafetero  |
| 3.  | Barrio sucre sector ingles                              |
| 4.  | Biblioteca del banco de la republica                    |
| 5.  | Camellón del comercio                                   |
| 6.  | Casa comercial  |
| 7.  | Casa jefe de estación                                   |
| 8.  | Catedral inmaculado corazón de maría                    |
| 9.  | Club unión  |
| 10. | Colegio corazón de María                                |
| 11. | Coliseo de ferias José Alonso Escandón                  |
| 12. | Discoteca seaquarium                                    |
| 13. | Embarcadero   |
| 14. | Escuela argentina                                       |
| 15. | Estación del tren                                       |
| 16. | Hotel san German  |
| 17. | Iglesia sagrada familia                                 |
| 18. | Iglesia san miguel arcángel                             |
| 19. | La casona comfacundi                                    |
| 20. | León  |
| 21. | Monumento al boga                                       |
| 22. | Monumento al fundador José Triana                       |
| 23. | Monumento al fundador ramón bueno                       |
| 24. | Pabellón de carnes                                      |
| 25. | Parque bolívar  |
| 26. | Plaza de mercado  |
| 27. | Puente férreo   |
| 28. | Puente vehicular  |
| 29. | Restaurante caserón                                     |
| 30. | Terminal de transportes                                 |

Fuente: (acuerdo municipal 010 del 2017)



De la lista de atractivos anterior se seleccionaron aquellos más concurridos y activos turísticamente ya que varios de los que se encuentran en el inventario actualmente unos no están en función al público otros abandonados o poco circulados.

| <b>FORMULARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MAS RECURRIDOS DEL MUNICIPIO</b> |                       |               |                              |  |   |
|---|-----------------------|---------------|------------------------------|--|---|
| <b>Departamento/ Municipio</b>  |                       |               | <b>Girardot-Cundinamarca</b> |  |   |
| <b>N°</b>   | <b>Nombre</b>         | <b>Código</b> | <b>Calificación</b>          | <b>Ubicación</b>                                 | <b>Características</b>  |
| 01  | Camellón del comercio | 1.1.4.8.5     | 56                           | Calle 16 carreras 14 y 18 / N4 17.758 W74 48.473 | Estado del Atractivo: Regular: componentes o elementos afectados. Requieren de una intervención mayor con el fin de devolverle las características originales:<br>Acceso: publico Significado regional  |
| 02  | Embarcadero           | 1.14.10.13    | 47                           | Muelle de embarcadero/ N4 – 17,636 W74 48.629    | Estado del atractivo: Regular: componentes o elementos afectados, requieren de una intervención mayor con el fin de devolverle las características originales. Acceso: Restringido. Significado: Local. |
| 03  | Estación del Tren     | 1.1.4.10.15   | 68                           | Carrea 14 Calle 16                               | Estado del Atractivo: Componentes o elementos presentan afectaciones mínimas. Para su recuperación se requiere labores menores de intervención. Acceso: Restringido – Significado Local                 |
| 04  | Iglesia San Miguel    | 1.1.3.1.18    | 49                           | CALLE 12 N°. 9-18                                | Estado atractivo: Bueno: componentes o elementos presentan afectaciones mínimas. Para su recuperación se requiere de labores menores de intervención. Acceso: Restringido – Significado: Local          |
| 05  | León                  | 1.5.2.6.20    | 31                           | Carrera 10 calle 20 – N4 17.863 W7 48.259        | Estado del atractivo: Satisfactorios componentes sanos, no presentan daños apreciables, solo requieren acciones de mantenimiento. Acceso público – Significado: Local                                   |

|    |                     |            |    |   |  |
|----|---------------------|------------|----|---|--|
| 06 | Mirador el Arbolito | 2.1.7.1.3  | 56 | Km 8 – Antigua vía Nariño                           | Estado del atractivo: Satisfactorio<br>Componentes sanos, no presentan daños apreciables, solo requieren acciones de mantenimiento, Acceso permanente – Significado Local.                         |
| 07 | Monumento al Boga   | 1.5.2.6.21 | 45 | Calle 15 – Embarcadero – N4 17.641 W7 48.593        | Estado del atractivo: Satisfactorio:<br>Componentes sanos, no presentan daños apreciables, solo requieren acciones de mantenimiento.<br>Acceso público – Significado Loca.                         |
| 08 | Plaza Bolívar       | 1.2.2.1.25 | 52 | Carrera 11 y 12 calle 17 y 18/ N4 17.829 W7A 48.441 | Estado del Atractivo: Satisfactorio: componentes, y no presentan daños apreciables, solo requieren acciones de mantenimiento.<br>Acceso: publico- significado: regional                            |
| 09 | Plaza de Mercado    | 1.1.4.26   | 49 | Calle 9 – 10 Carrera 11-10 / N4 17.521 W74 48.474   | Estado del atractivo: Regular componentes o elementos afectados. Requieren de una intervención mayor con el fin de devolverse las características originales. Acceso: públicos. Significado: Local |
| 10 | Puente Férreo       | 1.1.5.27   | 72 | N4° 17.636 W74° 48.629                              | Estado del atractivo: Satisfactorio: Componentes sanos, nos presentan daños apreciables, solo requieren acciones de mantenimiento. Acceso: Publico – Significado Regional                          |
| 11 | Puente vehicular    | 1.1.5.1.28 | 68 | Calle 8 carrera 7                                   | Estado del Atractivo: Bueno: componentes o elementos presentan afectaciones mínimas. Para su recuperación se requiere de labores menores de intervención acceso                                    |
| 12 | Rio Magdalena       | 2.5.5.1.5  | 50 | GIRARDOT  | Estado del Atractivo: Regular: Componentes o elementos afectados. Requieren de una intervención mayor con el fin de devolverlo las características originales. Significado: Nacional               |

Fuente: propia

**8.1 EVIDENCIA FOTOGRÁFICA DE LOS ATRACTIVOS**

**CAMELLÓN DEL COMERCIO**



Fuente: propia

## EMBARCADERO



Fuente: propia

## ANTIGUA ESTACIÓN DEL TREN



Fuente: propia

**IGLESIA SAN MIGUEL**



Fuente: propia

**LEÓN**



Fuente: propia

**MIRADOR EL ARBOLITO**



Fuente: propia

**MONUMENTO AL BOGA**



Fuente: propia



## PLAZA BOLÍVAR



Fuente: propia

## PLAZA DE MERCADO



Fuente: propia

## PUENTE FÉRREO



Fuente: propia

## PUENTE VEHICULAR



Fuente: propia

**RIO MAGDALENA**



Fuente: propia

## 9. ANALISIS DE LA INFORMACION

### 9.1 ENCUESTA

#### 9.1.1 ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA

La siguiente encuesta va dirigida a los residentes y turistas de Girardot Cundinamarca, tiene como finalidad reconocer la importancia de la señalización e información turística en cada atractivo que posee el municipio. Así mismo medir y obtener información precisa sobre los conocimientos acerca del mismo.

1. ¿Su conexión con el municipio es?  
 Turista  
 Residente
  
2. ¿Ha visualizado usted algún tipo de señalización o panel informativo en los atractivos turísticos de la ciudad de Girardot?  
 Sí  
 No
  
3. ¿considera que el municipio necesita más señalización e información turística?  
 Sí  
 No
  
4. ¿se ha encontrado desorientado o con poca información en el momento de visitar un atractivo del municipio?  
 Sí  
 No
  
5. ¿Considera usted que la implementación de la señalización turística contribuirá con el desarrollo socioeconómico del turismo en Girardot?  
 Sí  
 No

**6.** ¿Cuándo visita un atractivo turístico que tan importante es visualizar señalización y paneles informativos?

- Muy importante
- Moderadamente importante
- Poco importante
- Nada importante

**7.** ¿Considera usted un servicio agregado que un atractivo cuente con señalización y paneles informativos?

- Sí
- No

**8.** ¿en qué grado de importancia considera usted que los materiales de la señalética tienen que ser amigables con el ambiente?

- Muy importante
- Moderadamente importante
- Poco importante
- Nada importante

**9.** ¿Consideras usted importante la implementación de un plan de señalización turística en la ciudad de Girardot?

- Sí
- No

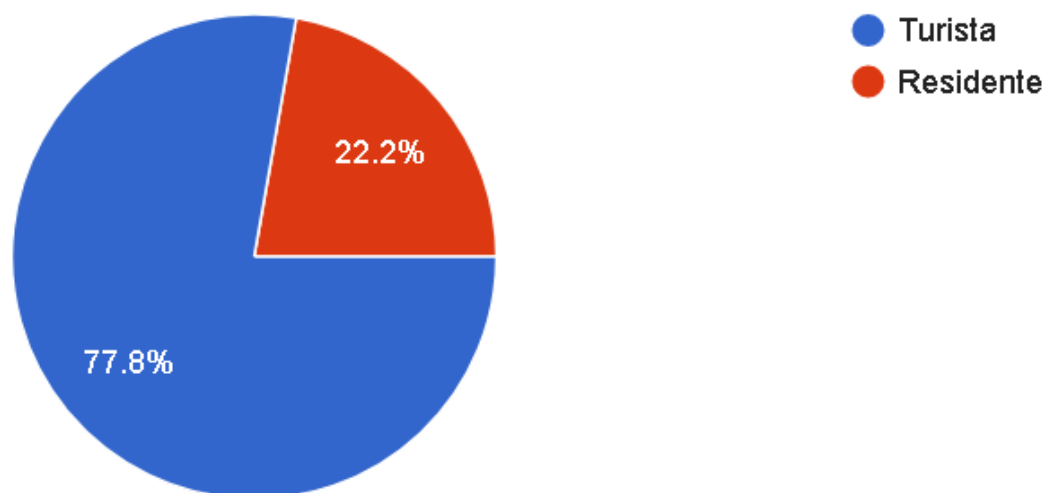
**10.** ¿En un panel informativo ubicado en un atractivo turístico que información le interesaría que se comunicara?

- Fecha de construcción
- Historia del sitio
- Pictogramas
- Todas las anteriores

### 9.1.2. RESULTADOS OBTENIDOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Mediante el siguiente análisis realizado a turistas y residentes del municipio de Girardot se pretende conocer las diferentes perspectivas en relación con la señalización y paneles informativos del municipio.

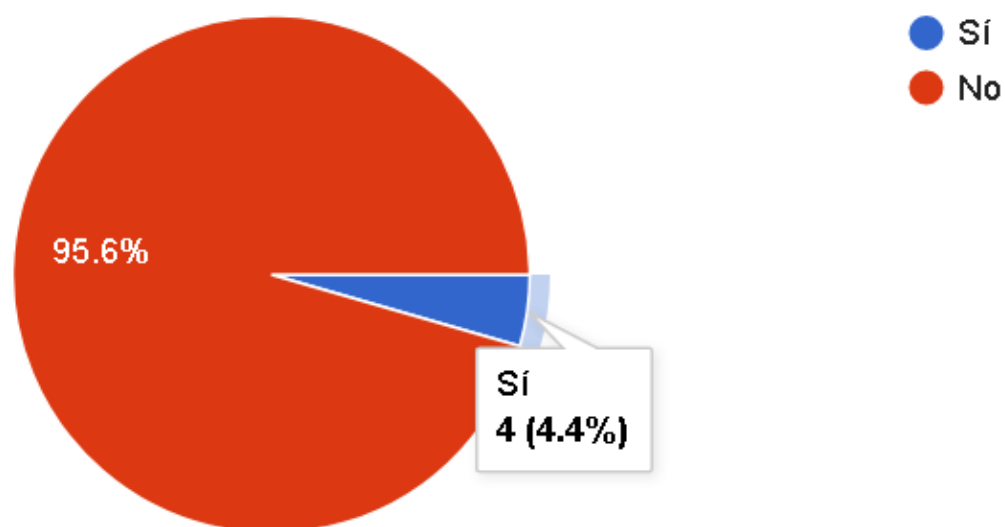
| PREGUNTA 1                        |     |       |
|-----------------------------------|-----|-------|
| ¿Su conexión con el municipio es? | Nº. | %     |
| A. Turista                        | 70  | 77.8% |
| B. Residente                      | 20  | 22.2% |
| <b>TOTAL</b>                      | 90  | 100%  |



Esta pregunta pretende establecer la conexión del encuestado con el municipio, el 77.8% de las personas encuestadas fueron turista y el 22.2% residentes.

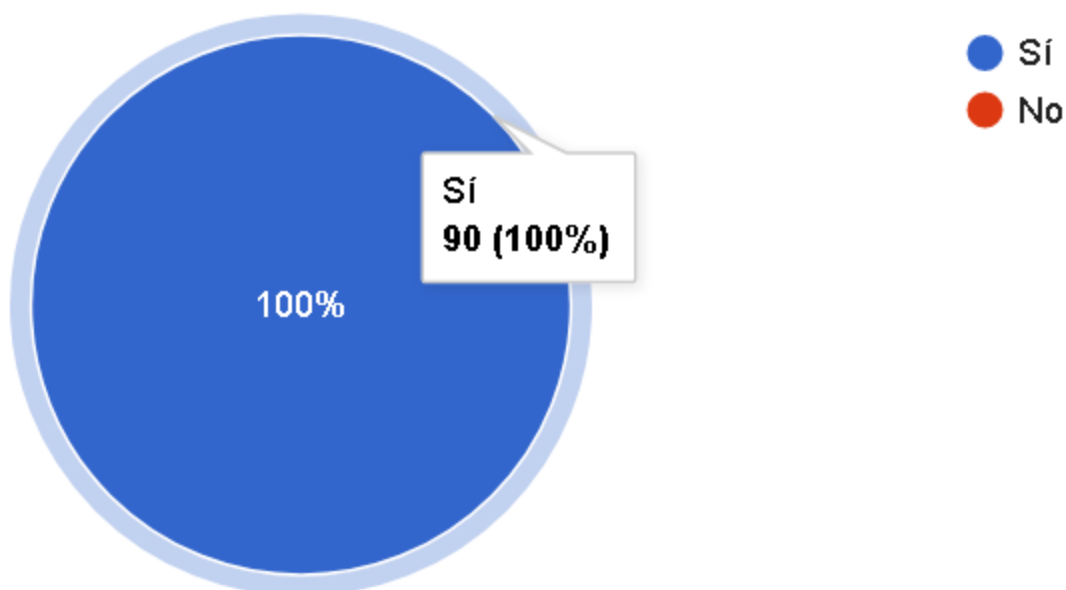
Se estableció con anterioridad el número de turistas y residentes a encuesta ya que era necesario un porcentaje mayor de encuestas a turistas.

| PREGUNTA 2  |     |       |
|---|-----|-------|
| ¿Ha visualizado usted algún tipo de señalización o panel informativo en los atractivos turísticos de la ciudad de Girardot? | Nº. | %     |
| A. Si   | 86  | 95.6% |
| B. No   | 4   | 4.4%  |
| <b>TOTAL</b>  | 90  | 100%  |



El 95.6% de los encuestados respondieron que no han visualizado ningún tipo de señal o panel informativo en los atractivos, comentan turistas y residentes que no conocen el significado o la historia de los atractivos del municipio, el 4.4% respondió que si habían evidenciado señalización y paneles pero especificaron el mismo atractivo en las 4 ocasiones, la señalética que manifestaron visualizar no fue en general.

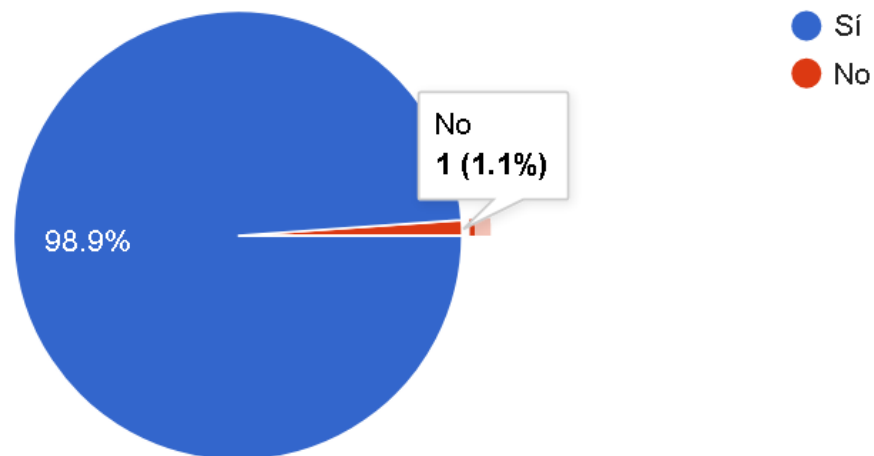
| <b>PREGUNTA 3</b>   |            |          |
|---|------------|----------|
| <b>¿Considera que el municipio necesita más señalización e información turística?</b> | <b>N0.</b> | <b>%</b> |
| A. Si   | 90         | 100%     |
| B. No   | 0          | 0%       |
| <b>TOTAL</b>  | 90         | 100%     |



El 100% del total de encuestados entre turistas y residentes respondieron que el municipio si necesita más señalización.

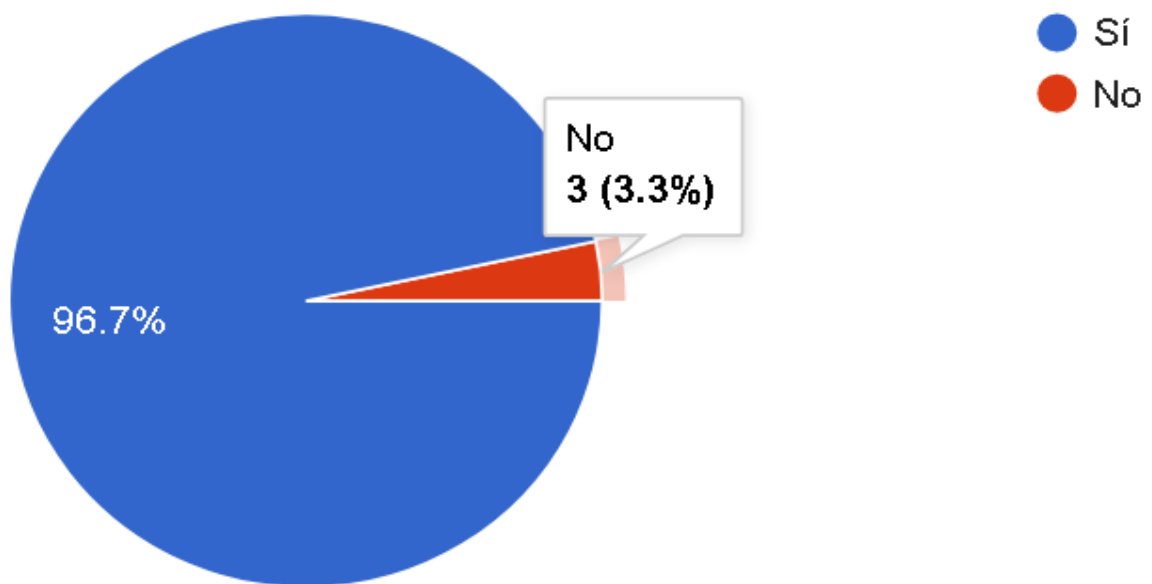


| <b>PREGUNTA 4</b>   |            |             |
|---|------------|-------------|
| <b>¿Se ha encontrado desorientado o con poca información en el momento de visitar un atractivo del municipio?</b> | <b>N0.</b> | <b>%</b>    |
| A. Si   | 89         | 98.9%       |
| B. No   | 1          | 1.1%        |
| <b>TOTAL</b>  | <b>90</b>  | <b>100%</b> |



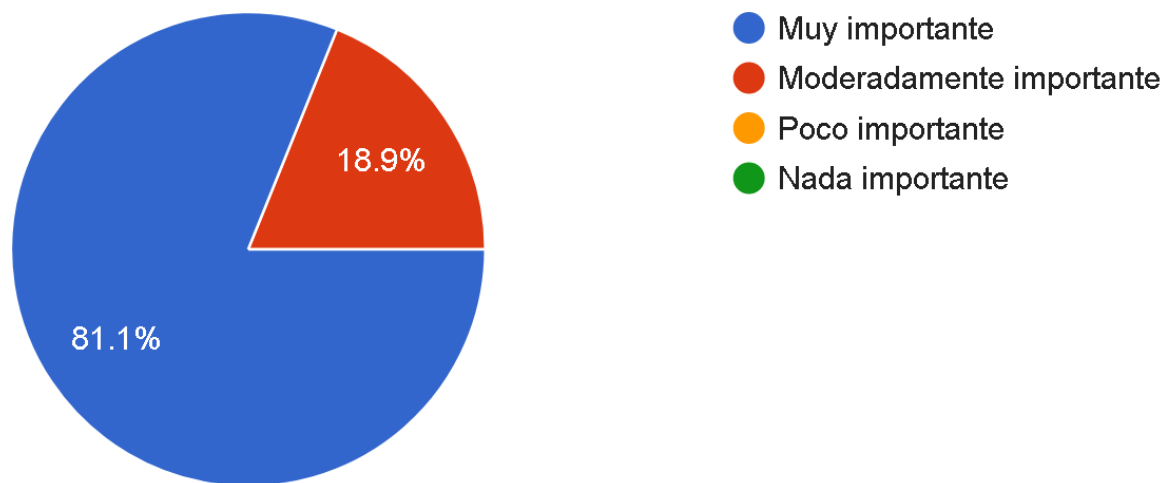
Se evidencio que el 98.9% señalan que se han llegado a encontrar desorientados o con poca información al momento que visitan un atractivo, el 1.1% que señalo que no se ha llegado a sentir de tal forma es residente del municipio y dice conocer la historia, y demás aspectos importantes de los atractivos, pero si comenta que es necesario gestionar un proceso de señalización.

| <b>PREGUNTA 5</b>  |            |             |
|--|------------|-------------|
| <b>¿Considera usted que la implementación de la señalización turística contribuirá con el desarrollo socioeconómico del turismo en Girardot?</b> | <b>Nº.</b> | <b>%</b>    |
| A. Si  | 87         | 96.7%       |
| B. No  | 3          | 3.3%        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>90</b>  | <b>100%</b> |



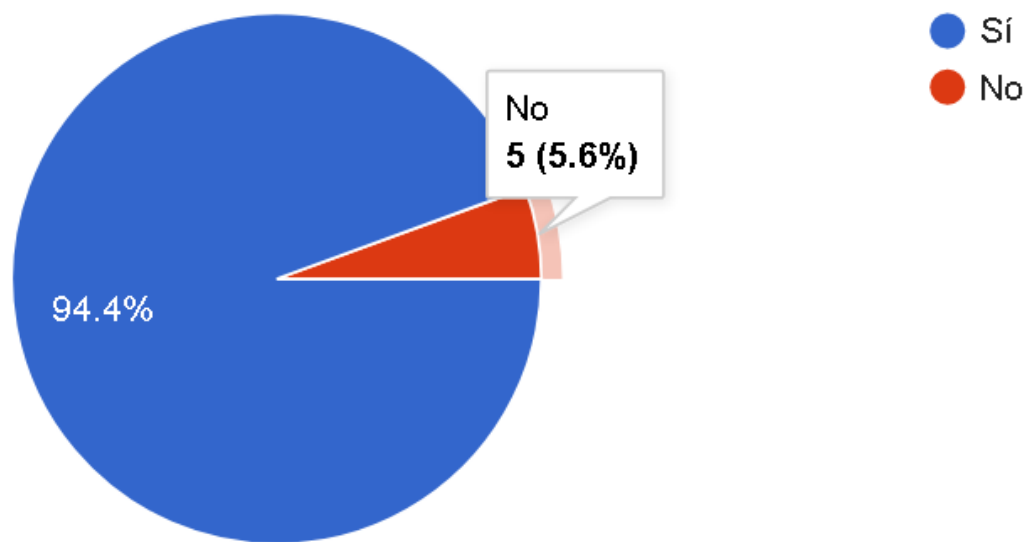
Como se refleja en la gráfica el 96.7% de los encuestados consideran que el implementar señalización turística si contribuiría en el desarrollo socioeconómico del turismo en Girardot, ya que expresan que los atractivos se visualizarían más organizados, notables y contaría historia, esto generaría más cercanía de los turistas y la comunidad con el entorno promocionaría su arribo, el 3.3% manifiestan que no consideran que la señalización contribuya ya que en sus opiniones los atractivos necesitan una reorganización completa y no solo con referencia a señalización.

| <b>PREGUNTA 6</b>  |            |             |
|--|------------|-------------|
| <b>¿Cuándo visita un atractivo turístico que tan importante es visualizar señalización y paneles informativos?</b> | <b>Nº.</b> | <b>%</b>    |
| A. Muy importante  | 73         | 81.1%       |
| B. Moderadamente importante  | 17         | 18.9%       |
| C. Poco importante   | 0          | 0%          |
| D. Nada importante   | 0          | 0%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>90</b>  | <b>100%</b> |



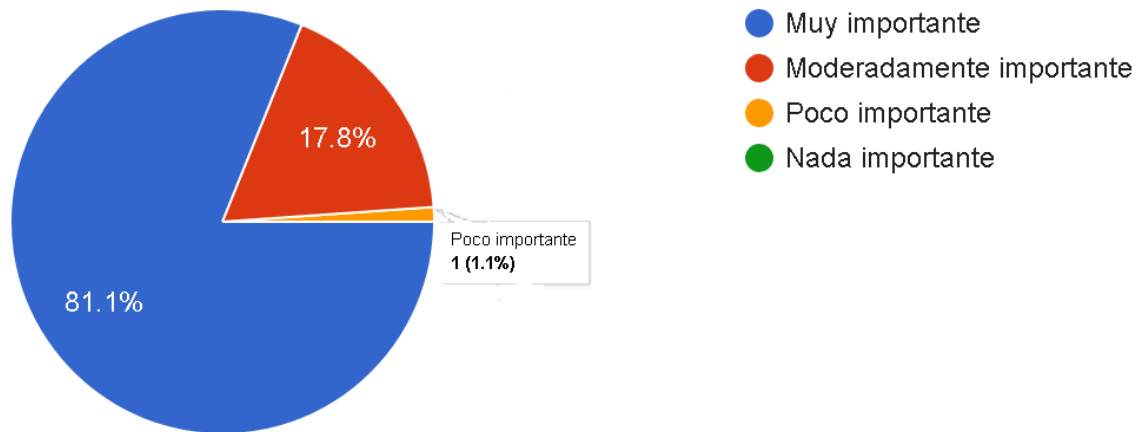
Se logra evidenciar que es un aspecto muy importante el visualizar señales y paneles en los atractivos para los turistas y residentes encuestados ya que el 81.1% así lo afirmo, ya el 18.9% restante responden que la visualización de estos es moderadamente importante ya que manifiestan que hay que mejorar primero otros aspectos con referencia los atractivos, ninguno de los encuestados opino que la señalización no tienen importancia, por el contrario el 100% de estos agrego su punto de vista en la importancia de esta.

| <b>PREGUNTA 7</b>   |            |             |
|---|------------|-------------|
| <b>¿Considera usted un servicio agregado que un atractivo cuenta con señalización y paneles informativos?</b> | <b>N0.</b> | <b>%</b>    |
| A. Si   | 85         | 94.4%       |
| B. No   | 5          | 5.6%        |
| <b>TOTAL</b>  | <b>90</b>  | <b>100%</b> |



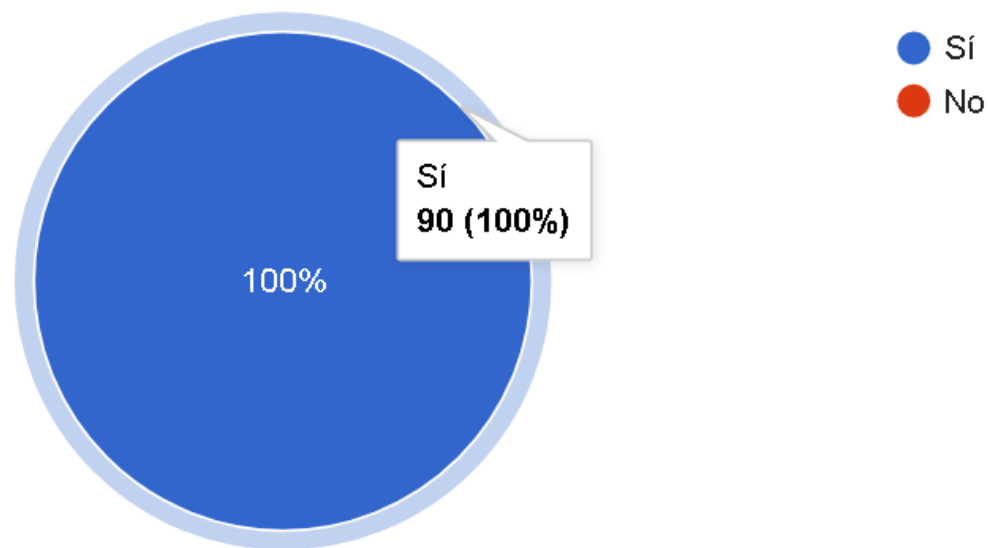
Se puede apreciar que el 94.4% de los encuestados respondieron que si es un valor agregado que un atractivo cuenta con señalética y paneles, les es importante para conocer y conectarse con el atractivo, por el contrario 5 de los 90 encuestados que equivalen al 5.6% responden que no lo consideran un valor agregado si hay falencias en aspectos que comprometan el atractivo en su infraestructura y a ellos en seguridad.

| <b>PREGUNTA 8</b>   |            |             |
|---|------------|-------------|
| <b>¿En qué grado de importancia considera usted que los materiales de la señalética tengan que ser amigables con el ambiente?</b> | <b>Nº.</b> | <b>%</b>    |
| A. Muy importante   | 73         | 81.1%       |
| B. Moderadamente importante   | 16         | 17.8%       |
| C. Poco importante  | 1          | 1.1%        |
| D. Nada importante  | 0          | 0%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>90</b>  | <b>100%</b> |



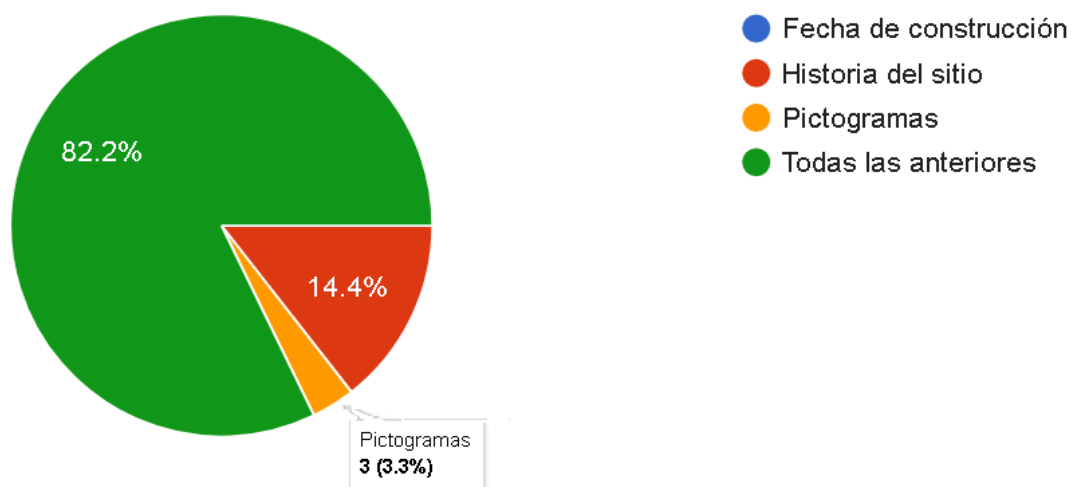
Se logró establecer que a los encuestados les es muy importante que el material de la señalética sea amigable con el ambiente así lo manifestaron el 81.1% de ellos llegando a sugerir ideas para su fabricación, un 17.8% considera que es moderadamente importante plantean que lo importante es la implementación de la señalización sin importar el material para su desarrollo, y el 1.1% afirmo que es poco importante pensar en el ambiente para su elaboración.

| <b>PREGUNTA 9</b>  |            |          |
|--|------------|----------|
| <b>¿Consideras usted importante la implementación de un plan de señalización turística en la ciudad de Girardot?</b> | <b>N0.</b> | <b>%</b> |
| A. Si  | 90         | 100%     |
| B. No  | 0          | 0%       |
| <b>TOTAL</b>   | 90         | 100%     |



El 100% del total de encuestados entre turistas y residentes respondieron que si es de importancia la implementación de un plan de señalización en la ciudad de Girardot. Comentan que no se ha gestionado ninguno y que es de vital importancia poner en marcha uno.

| PREGUNTA 10  |       |      |
|--|-------|------|
| ¿En un panel informativo ubicado en un atractivo turístico que información le interesaría que se comunicara? | Nº.   | %    |
| A. Fecha de construcción   | 0     | 0%   |
| B. Historia del sitio  | 14.4% | 13   |
| C. Pictogramas   | 3.3%  | 3    |
| D. Todas las anteriores  | 82.2% | 74   |
| <b>TOTAL</b>   | 90    | 100% |



Se puede evidenciar que de los encuestados un 82.2% les interesaría que en un panel informativo ubicado en un atractivo del municipio se comunicara fecha de construcción, historia del sitio y pictogramas, a otro 14.4% les interesaría solo que se comunicara la historia del atractivo, y el 3.3% restante le interesa que el panel comunique mediante pictogramas.

## 9.2 ESTADO ACTUAL

### 9.2.1 ANÁLISIS FODA

| <b>FORTALEZA</b>   | <b>OPORTUNIDADES</b>   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Diversidad de atractivos, con potencial turístico debido a su historia, cultura y arquitectura</li><li>▪ Variedad de servicios hoteleros y de restaurantes en las zonas de ubicación de los atractivos</li><li>▪ Atractivos culturales y naturales</li><li>▪ Clima adecuado para el disfrute de los atractivos</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mejora en la calidad de vida de los habitantes a nivel social y económico</li><li>▪ Fomentación del turismo interno</li><li>▪ Incremento de turistas a la ciudad</li><li>▪ Mejoramiento de la infraestructura de los diferentes atractivos</li></ul> |
| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Falta de señalización y paneles informativos</li><li>▪ Desinterés por parte de las administraciones locales</li><li>▪ Falta de mantenimiento y ocultamiento de la poca señalización</li><li>▪ Poca inversión pública y privada en la implementación de señalización en los atractivos</li></ul>                          | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Inseguridad e incremento de la delincuencia</li><li>▪ imagen de inseguridad en el municipio a nivel nacional</li><li>▪ Diferentes atractivos turísticos en municipios cercanos</li><li>▪ Aspecto físico negativo de algunos atractivos</li></ul>     |



Diagnóstico de la situación actual de los diferentes atractivos turísticos que se encuentran ubicados en la ciudad de Girardot, analizando fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el entorno.

### **FORTALEZAS**

- Diversidad de atractivos, con potencial turístico debido a su historia y cultura
- Variedad de servicios hoteleros y de restaurantes en las zonas de ubicación de los atractivos
- Atractivos culturales y naturales
- Clima adecuado para el disfrute de los atractivos

### **OPORTUNIDADES**

- Mejora en la calidad de vida de los habitantes a nivel social y económico
- Fomentación del turismo interno
- Incremento de turistas a la ciudad
- Mejoramiento de la infraestructura de los diferentes atractivos

### **DEBILIDADES**

- Falta de señalización y paneles informativos
- Desinterés por parte de las administraciones locales
- Falta de mantenimiento
- Poca inversión pública y privada en la implementación de señalización en los atractivos

### **AMENAZAS**

- Inseguridad e incremento de la delincuencia
- imagen de inseguridad en el municipio a nivel nacional
- Diferentes atractivos turísticos en municipios cercanos
- Aspecto físico negativo de algunos atractivos

En la realización del análisis FODA se evidenciaron aspectos relevantes de la situación actual que se evidencia en los diferentes atractivos turísticos que fueron fuente del análisis, fue notorio la diversidad de ellos ya que se cuenta en la ciudad con gran potencial debido a su historia, cultura, arquitectura y demás aspectos que llegan a ser de interés para los turistas, en las zonas aledañas a los atractivos se lograron ubicar variados tipos de hoteles y restaurantes acomodados a los diferentes estilos y presupuestos, esto llega a ser una gran fortaleza ya que muchos de los turistas cuando arriba a Girardot se encuentran a solo unas pocas cuadras de los atractivos. La ciudad cuenta con variedad de atractivos culturales, históricos, naturales y con un clima adecuado para hacer disfrute de ellos en cualquier época del año. De igual manera se evidencio la clara falta de señalización y paneles informativos, y en las zonas que se observaron señalizaciones estas se encuentran ocultas por árboles, con letra no visible, y faltas de mantenimientos siendo notorios estos aspectos se evidencia la falta de interés por la administración y los entes encargados, no se logran evidenciar inversiones ni por el sector público ni privado. Estos son resultados del análisis internamente.

Externamente se puede evidenciar que el surgimiento de futuras mejoras seria oportunidades en el desarrollo social y económico de la ciudad, ya que se reflejaría un incremento y fidelidad de los turistas debido a la ejecución de un plan señalítico, se generaría de igual forma un turismo interno debido a que los habitantes evidenciarían las mejoras en la infraestructura de los atractivos, no obstante aparte de un negativo aspecto físico de algunos atractivos otro problema externo que se presenta es la inseguridad y constante aumento de la delincuencia, esta es una imagen de inseguridad que se tiene de la ciudad a nivel nacional donde muchas veces no arriban turistas y habitantes a los atractivos por temor a la vulneración de su integridad, en ocasiones deciden desplazarse a municipios cercanos para hacer disfrute de sus atractivos.

## 10. PARÁMETROS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

La señalización y paneles deben ir sujetos a una estandarización por ende se analizaron las regulaciones y estipulaciones del manual de señalización turística.

| <b>PARA LA CONCEPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LAS SEÑALES, SE TOMARON EN CUENTA LOS SIGUIENTES ASPECTOS</b> |
|---|
|---|

|   |
|---|
| Las señales turísticas deben ser concretas y claras, tendientes a no alterar el entorno o paisaje donde estén ubicadas. |
|---|

|  |
|--|
| Deben utilizarse colores que eviten confusión y que por el contrario la hagan distinta y paulatinamente reconocible. Sin embargo, los colores a utilizar en el sistema de carreteras, deben ajustarse a lo establecido en el manual técnico del Instituto Nacional de Vías para señales informativas - fondo azul con letras blancas - que correspondan a los utilizados en el ámbito internacional. |
|--|

|  |
|--|
| Deben determinarse adecuadamente los sitios de ubicación de las señales turísticas en función del mensaje que se quiera transmitir y de las distancias de visibilidad y de aproximación según lo previsto en el manual del Instituto Nacional de Vías. |
|--|

|  |
|--|
| La leyenda a utilizar debe ser lo más breve y clara posible. |
|--|

|   |
|---|
| El número de señales a utilizar es producto del estudio que para tal fin elabora el grupo de trabajo, con el propósito de organizarlas e instalar las estrictamente necesarias. |
|---|

Fuente: Manual de señalización turística

## PLANOS TÉCNICOS

| <b>CONFIGURACIÓN FÍSICA</b>   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| <b>ESTRUCTURA</b>   | <b>POSICIONAMIENTO</b>   | <b>CONTENIDO</b>  | <b>FACTOR HUMANO</b>   |
| <p>Define el comportamiento de los componentes y su caracterización funcional a partir de: Su aplicación dentro del entorno construido o natural dependiendo del uso que se les otorga, gracias a su aspecto físico en la forma, color y configuración general.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tipología:</b> señales de carretera<br/>Señales urbanas</li> <li>• <b>Forma:</b> sobresalen en el aspecto estructural de las señales su verticalidad y ligereza visual</li> <li>• <b>Color:</b> son utilizados colores normativos vigentes</li> <li>• <b>Ubicación</b></li> <li>• <b>Instalación</b></li> </ul> | <p>Este aspecto se refiere al “carácter de los objetos”, es decir a las propiedades que estos adquieren gracias a su configuración, lo cual implica y propone tanto análisis como gestión y creación de un lenguaje cuyo vehículo es la forma, función y significado de cada elemento construido. Referentes básicos como partes y configuraciones contemporáneas, hacen alusión tanto al espíritu de la época en que están siendo creados como a aspectos iconográficos de nuestra cultura colombiana, logrando implementar en el objeto y sus partes contenidos semánticos y de estilo apropiados.</p> | <p>Cada señal debe contener, en diferente proporción, información relativa a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Posición geográfica:</b> expresada en mtd. 0 kmd.</li> <li>• <b>Información turística:</b> Expresada en palabras y/o pictogramas</li> <li>• <b>Dirección:</b> expresada con flechas o mapas</li> <li>• <b>Publicidad:</b> la aplicación de publicidad exterior visual en señalización, su ubicación, duración y mantenimiento, está reglamentada por la ley 140/94. Esta publicidad no es permitida en señales de tipo vertical.</li> </ul> | <p>Este aspecto engloba los contenidos que se refieren a la relación del sistema con todos los elementos que puedan afectar o incidir en los usuarios de cada componente. Los usuarios incluidos para este propósito son fabricante, transportador, instalador (mantenimiento) y el turista quien usa los objetos terminados. Estos factores se refieren a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ergonomía:</b> Tamaño de los componentes (fondos, textos) especificados según las distancias que un observador puede leer cómodamente. Dimensión, peso y forma adecuados para transporte y manipulación</li> <li>• <b>Seguridad:</b> Dirigida a fabricantes, instaladores y usuarios</li> <li>• <b>Funcionalidad:</b> El valor agregado de todos los aspectos presentados, debe otorgar calidad al sistema de señalización turística.</li> </ul> |

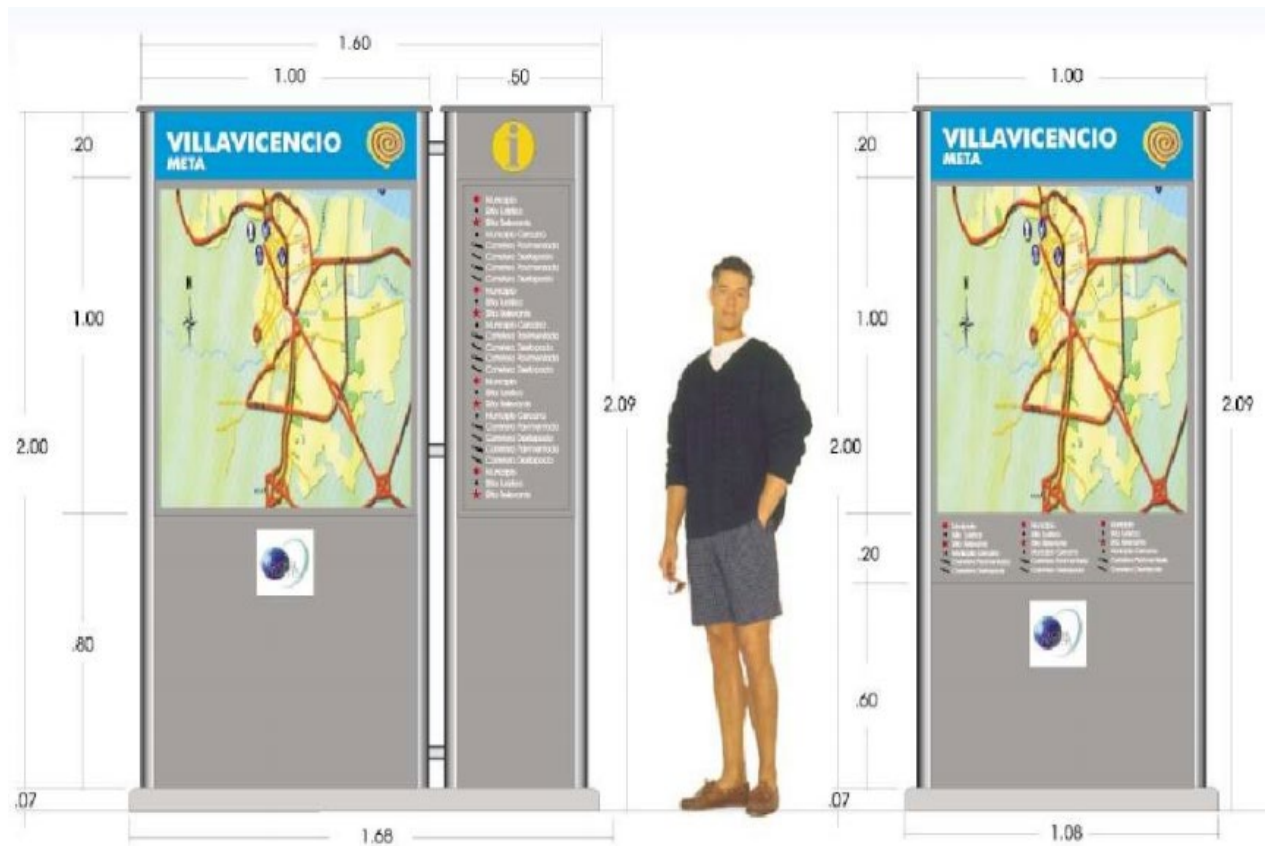
Fuente: Manual de señalización turística

| <b>FACTORES TÉCNICO PRODUCCIÓN</b> |   |
|------------------------------------|---|
| <b>MODULACIÓN</b>                  | Se ha resuelto en función de partes de fácil producción y con dimensiones moduladas de acuerdo con la presentación de los materiales en el mercado nacional.  |
| <b>MATERIALES Y ACABADOS</b>       | Conforme a lo establecido en el Manual sobre dispositivos para la regulación del tránsito en calles y carreteras, tercera versión 1998 y cuyos proveedores garantizan su calidad e idoneidad en la aplicación propuesta.  |
| <b>METALES</b>                     | Perfiles estructurales tubulares o abiertos, manejados por procesos de corte y perforado. Con protección para la oxidación por galvanotecnia, y los propuestos en el Manual sobre dispositivos para la regulación del tránsito en calles y carreteras del Instituto Nacional de Vías. |
| <b>PINTURAS</b>                    | Las descritas en el Manual sobre dispositivos para la regulación del tránsito en calles y carreteras, emitido por el Instituto Nacional de Vías.  |
| <b>ADHESIVOS</b>                   | Laminados.  |
| <b>FABRICACIÓN</b>                 | Procesos sencillos, encontrados en el medio productivo colombiano.  |
| <b>EMPAQUE Y/O EMBALAJE</b>        | La modulación también determina tamaños adecuados para este fin, de modo que sean apilables y de fácil manipulación.  |
| <b>TRANSPORTE</b>                  | Dada la diversidad de tamaños se plantean piezas moduladas, que permiten su ágil transporte y movilización.   |

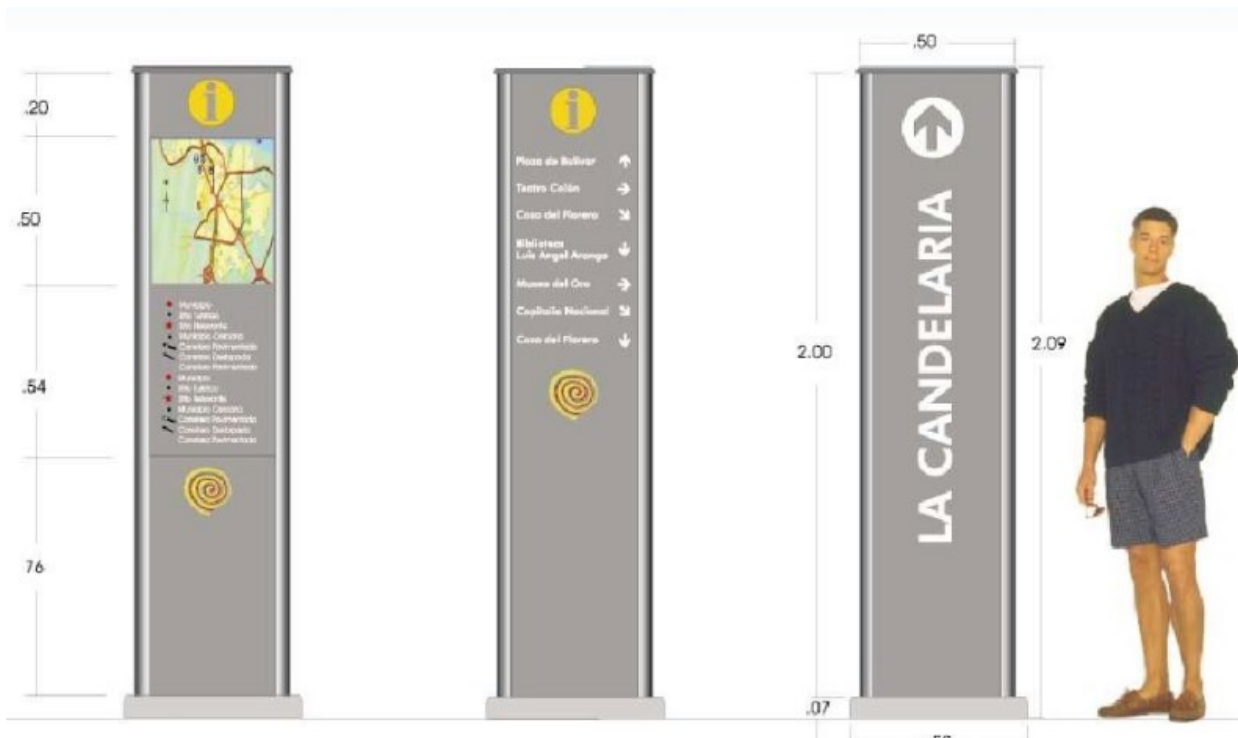
Fuente: Manual de señalización turística

## PANELES INFORMATIVOS

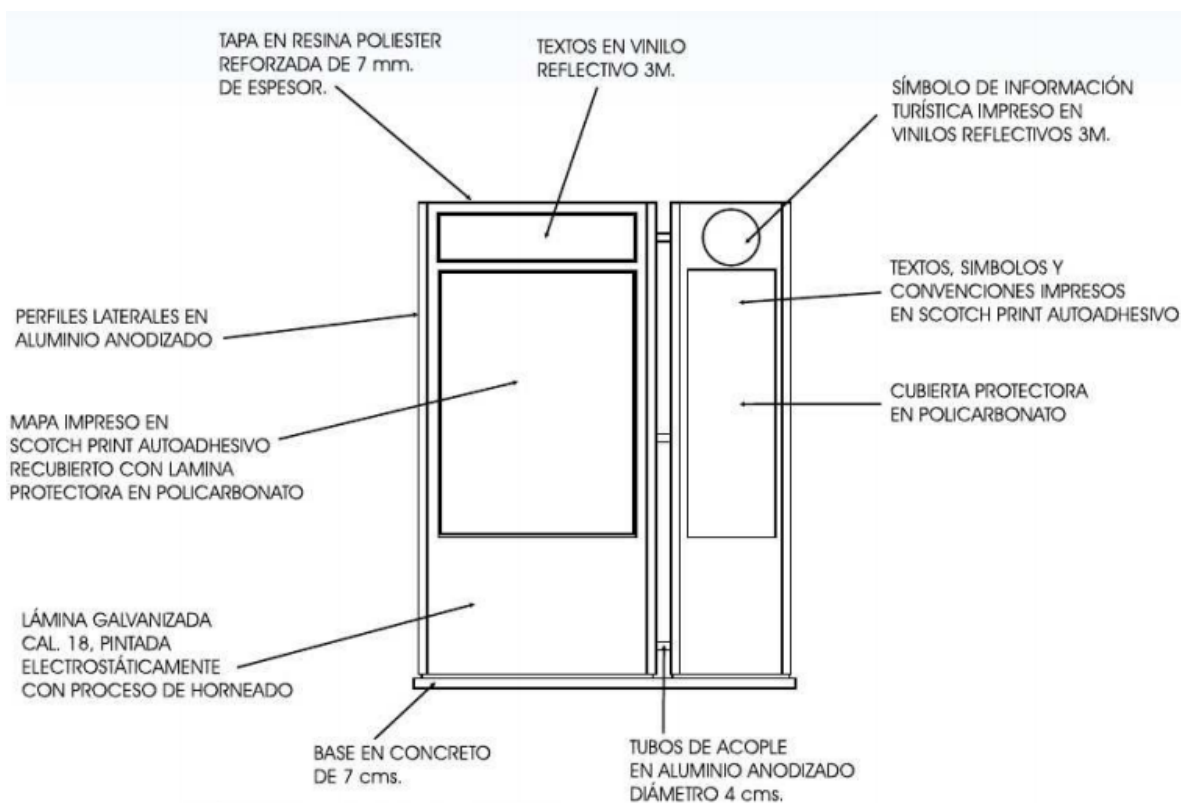
En la presente metodología de señalización turística se ha considerado de vital importancia y a efectos de satisfacer íntegramente las necesidades de orientación e información que tienen las personas que se desplazan por centros urbanos y rurales, el colocar en los lugares con mayor afluencia de visitantes, un plano de la ciudad y uno de sus alrededores que contenga los datos esenciales del lugar. El mogador o panel de información, informa y promueve atractivos y/o servicios turísticos cuya información previa sea desconocida por los visitantes, induciéndolos a realizar un desplazamiento a los destinos, ampliando de esta forma su permanencia en el lugar y proporcionándoles una mayor satisfacción de su estadía en el país e incrementando su demanda de servicios. Debe ser ubicado en espacios abiertos tales como plazas principales, plazoletas, parques; en espacios cerrados como terminales de transporte aéreo, ferroviario y terrestre, centros comerciales, museos, puntos de información turística y demás. Para que la información sea fácilmente utilizada y la legibilidad de los planos sea óptima, se muestra a continuación la aplicación de planos en el mogador. (*Manual de señalización turística, señalar es culturizar*)



Fuente: Manual de señalización turística



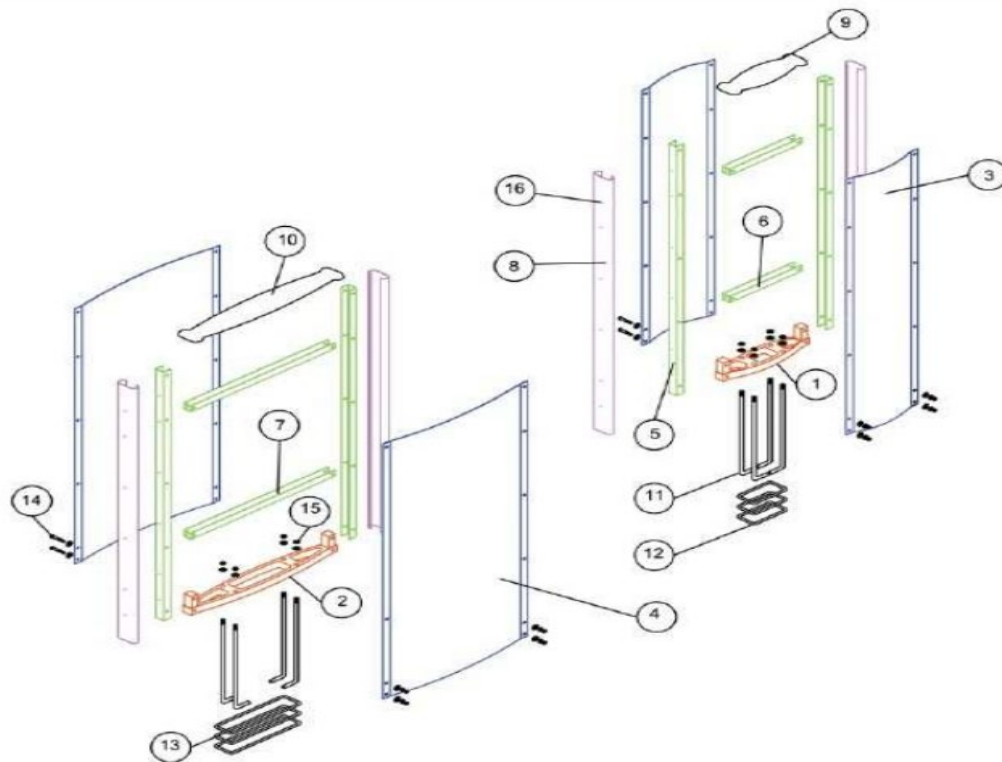
Fuente: Manual de señalización turística



Fuente: Manual de señalización turística

## MATERIALES Y ACABADO

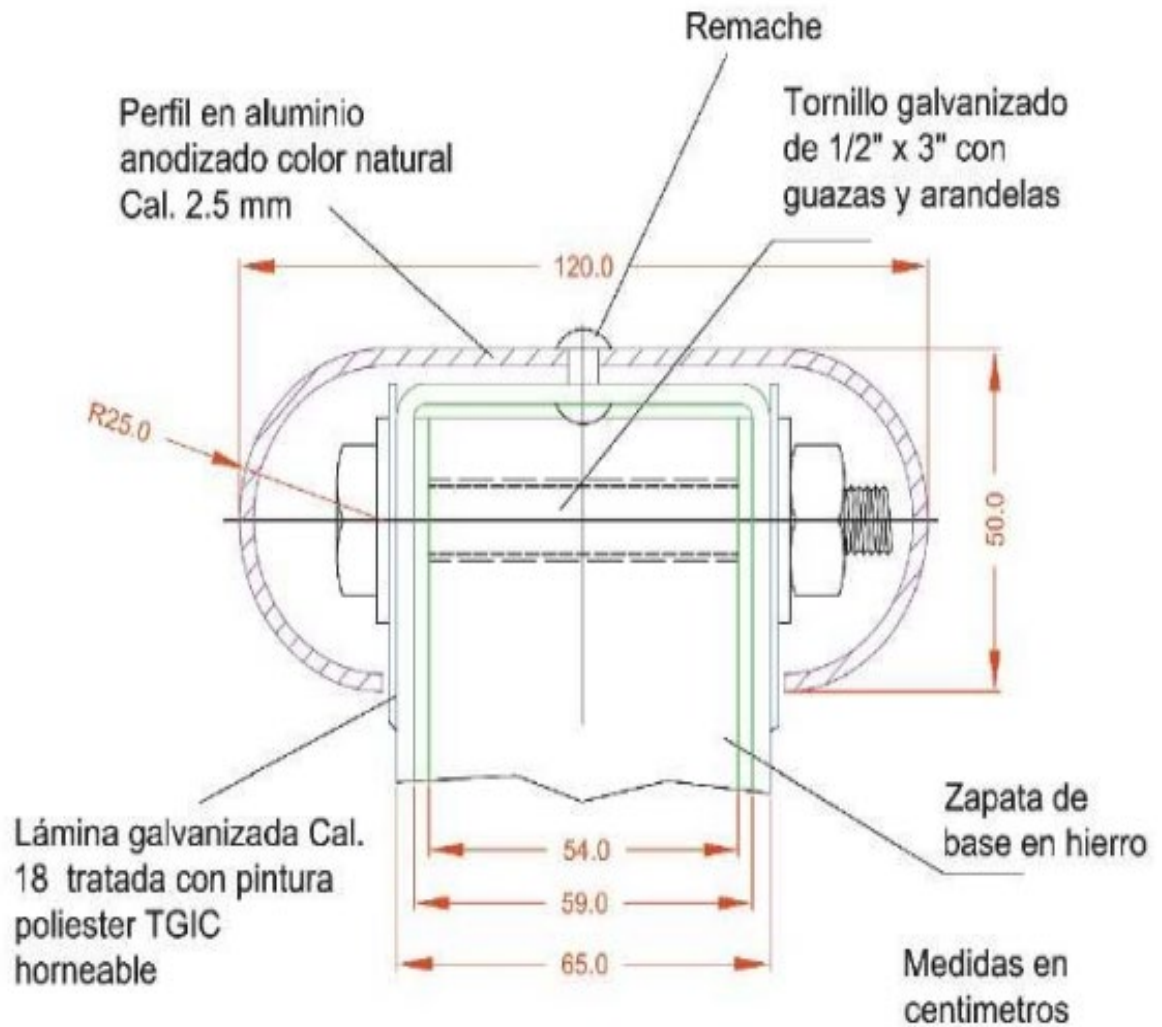
| N°  | DESCRIPCIÓN  |
|-----|--|
| 1.  | Base metálica de mogador pequeño                     |
| 2.  | Base metálica de mogador grande                      |
| 3.  | Panel mogador pequeño                                |
| 4.  | Panel mogador grande                                 |
| 5.  | Perfil U vertical                                    |
| 6.  | Perfil U horizontal pequeño                          |
| 7.  | Perfil U horizontal grande                           |
| 8.  | Perfil lateral                                       |
| 9.  | Tapa mogador pequeño                                 |
| 10. | Tapa mogador grande                                  |
| 11. | Varilla de sujeción base                             |
| 12. | Varilla de amarre pequeña                            |
| 13. | Varilla de amarre grande                             |
| 14. | Tornillo galvanizo 1/2 x 3", tuerca, guasa, arandela |
| 15. | Tuerca y arandela de 3/4                             |
| 16. | Remache  |



Fuente: Manual de señalización turística

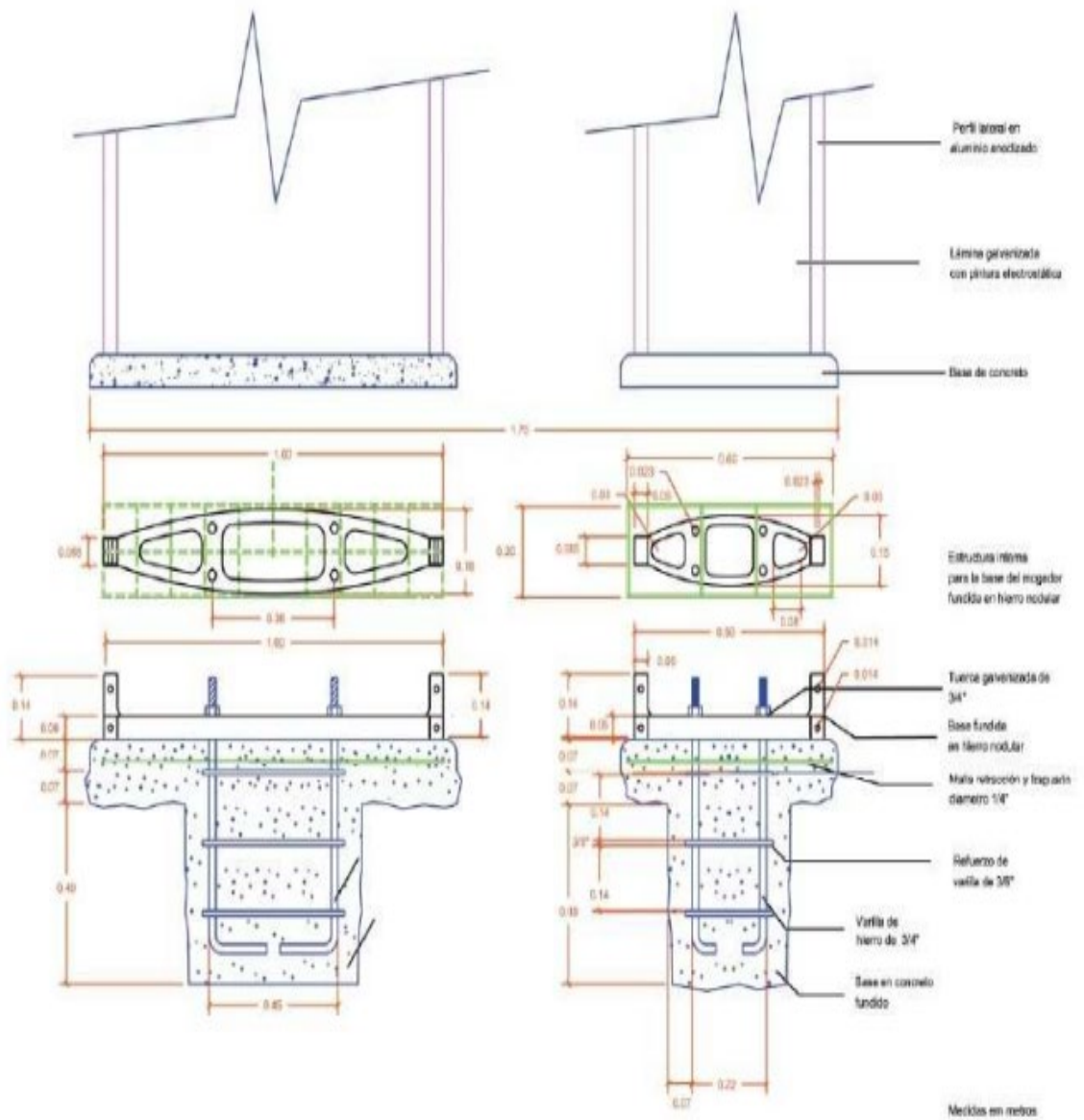


## DETALLE DE ACOPLA DE LÁMINA GALVANIZADA BASE METÁLICA DEL PANEL Y PERFIL LATERAL DE ALUMINIO



Fuente: Manual de señalización turística

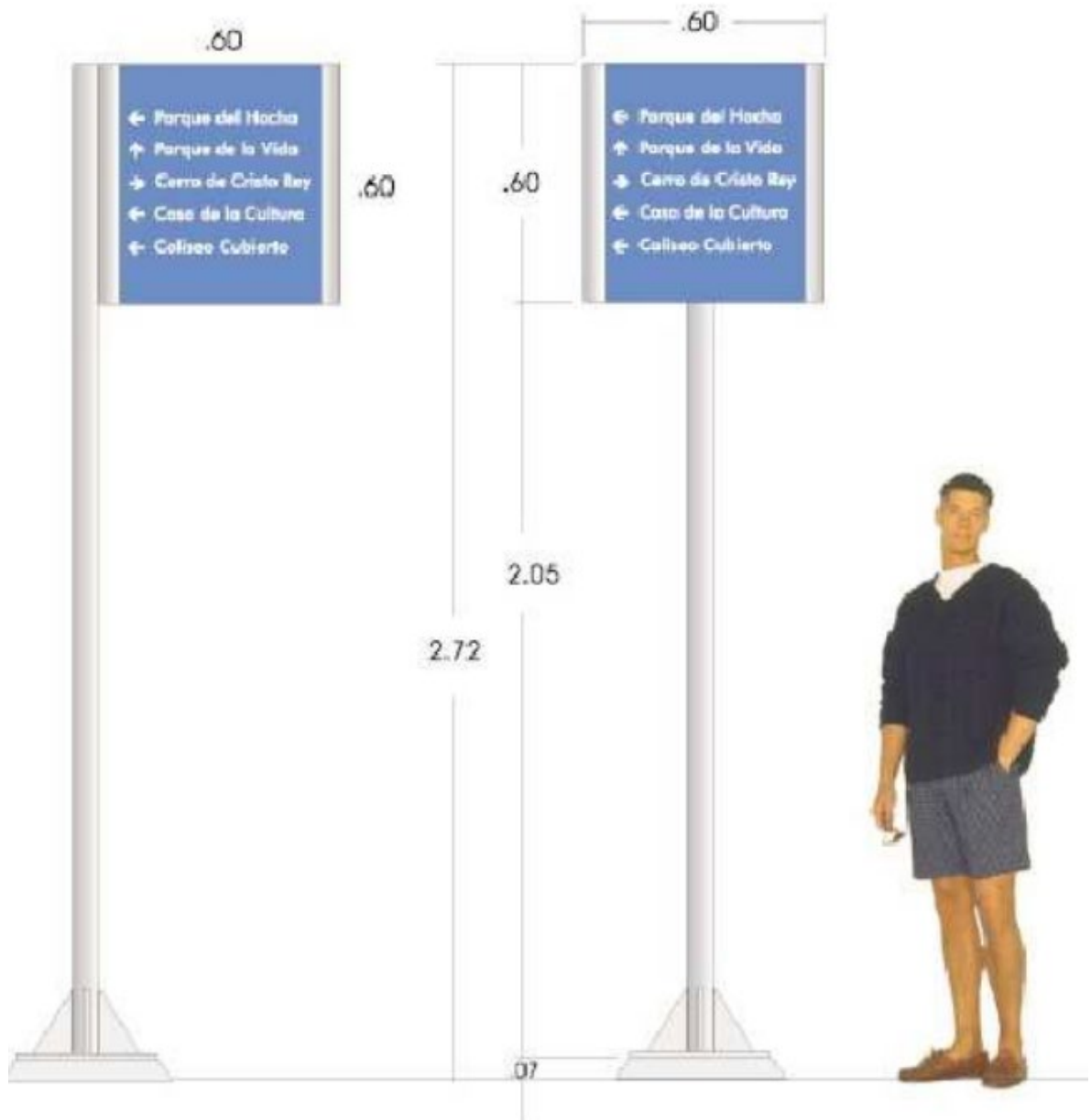
## BASE PANEL GRANDE Y PEQUEÑO



Fuente: Manual de señalización turística

## SEÑALES DE DIRECCIONAMIENTO URBANA

Están diseñadas para ubicar y orientar al visitante que se desplaza por espacios urbanos, respecto a la dirección en la cual se encuentran los atractivos turísticos del lugar objeto de señalización. (*Manual de señalización turística, señalar es culturizar*)



Fuente: Manual de señalización turística

PERFILES DECORATIVOS  
LATERALES EN ALUMINIO  
ANODIZADO.

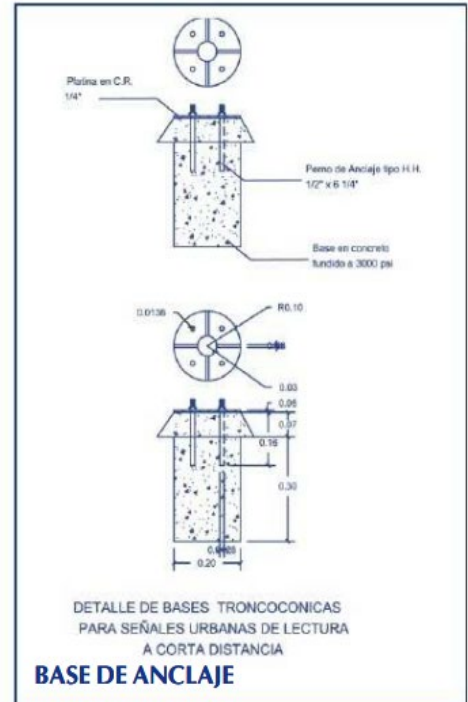
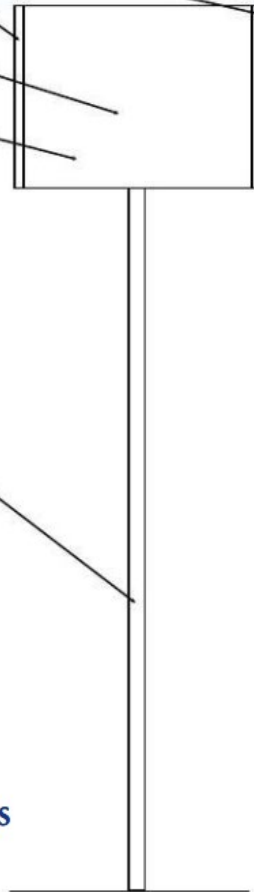
LÁMINAS GALVANIZADAS  
CAL. 18, PINTADAS  
ELECTROSTÁTICAMENTE.

TEXTOS Y PICTOGRAMAS EN VINILO  
REFLECTIVO GRADO INGENIERÍA 3M.

TORNILLOS, GUAZAS, ARANDELAS Y  
TUERCAS GALVANIZADAS PARA  
SUJECIÓN Y CONEXIÓN DE  
LÁMINAS Y ESTRUCTURA.

SOPORTES ESTRUCTURALES  
PRINCIPALES EN TUBO REDONDO

## MATERIALES Y ACABADOS



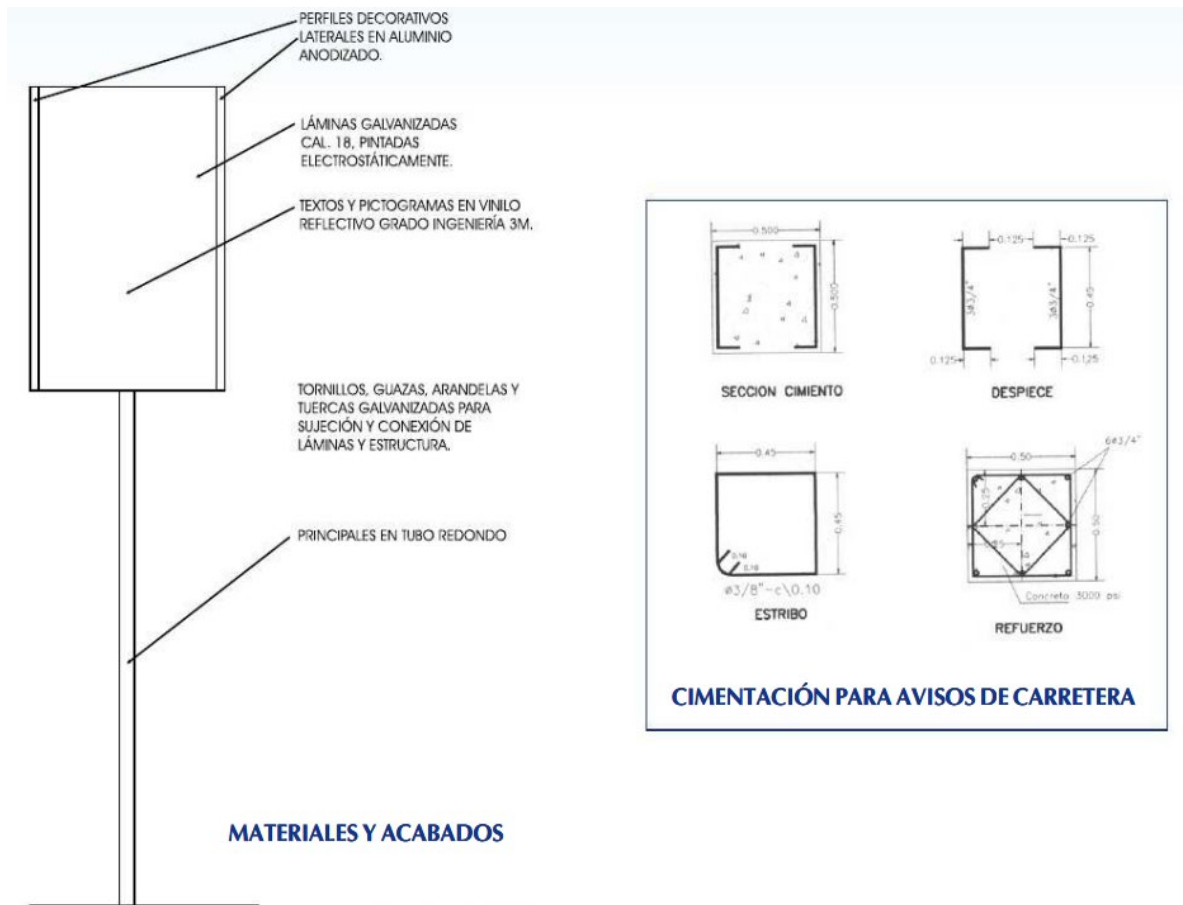
Fuente: Manual de señalización turística

## SEÑALES REFERENCIALES

Indican la distancia e informan acerca de atractivos y/o servicios turísticos. Se ubican a lo largo de las carreteras o vías de acceso antes del arribo a los mismos. *(Manual de señalización turística, señalar es culturizar)*



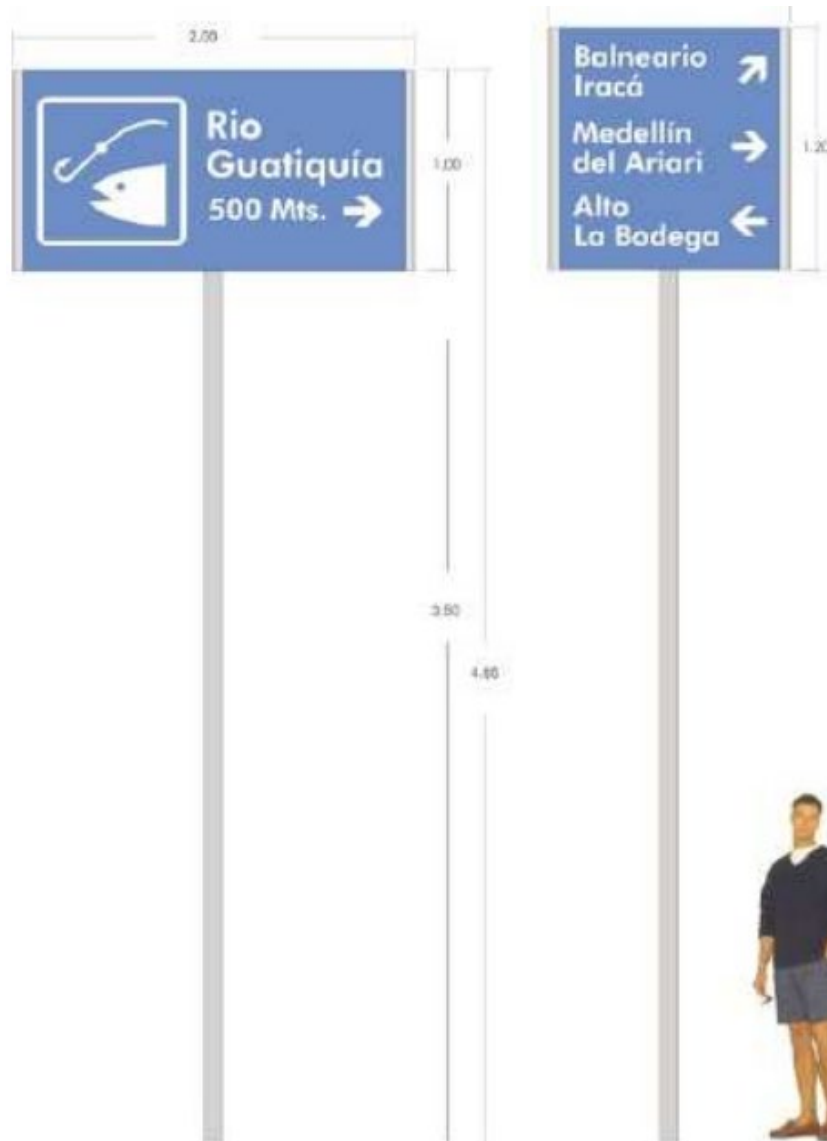
Fuente: Manual de señalización turística



Fuente: Manual de señalización turística

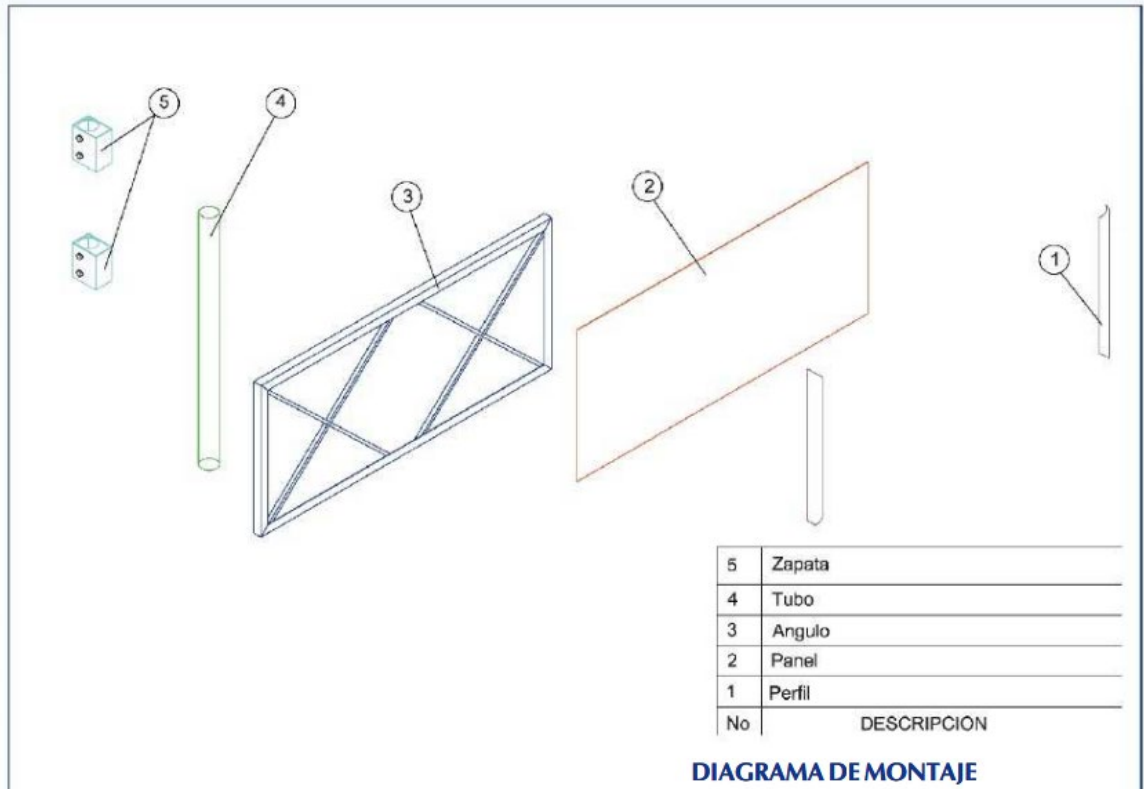
## SEÑALES DE ORIENTACIÓN

Se utilizan para direccionar al conductor y al pasajero acerca del sentido correcto que debe tomar para llegar a un atractivo, servicio o lugar de interés turístico, cuando se encuentran ante una bifurcación o intersección en el camino. Estas señales estarán colocadas 500 metros antes del punto en cuestión y justamente en el lugar de decisión, con una flecha, indicando la dirección a seguir. (*Manual de señalización turística, señalar es culturizar*)



Fuente: Manual de señalización turística

Después que la señalización se encuentra elaborada se debe contar con otros elementos que ayudaran a sus soporte, continuación un esquema de montaje de una señal



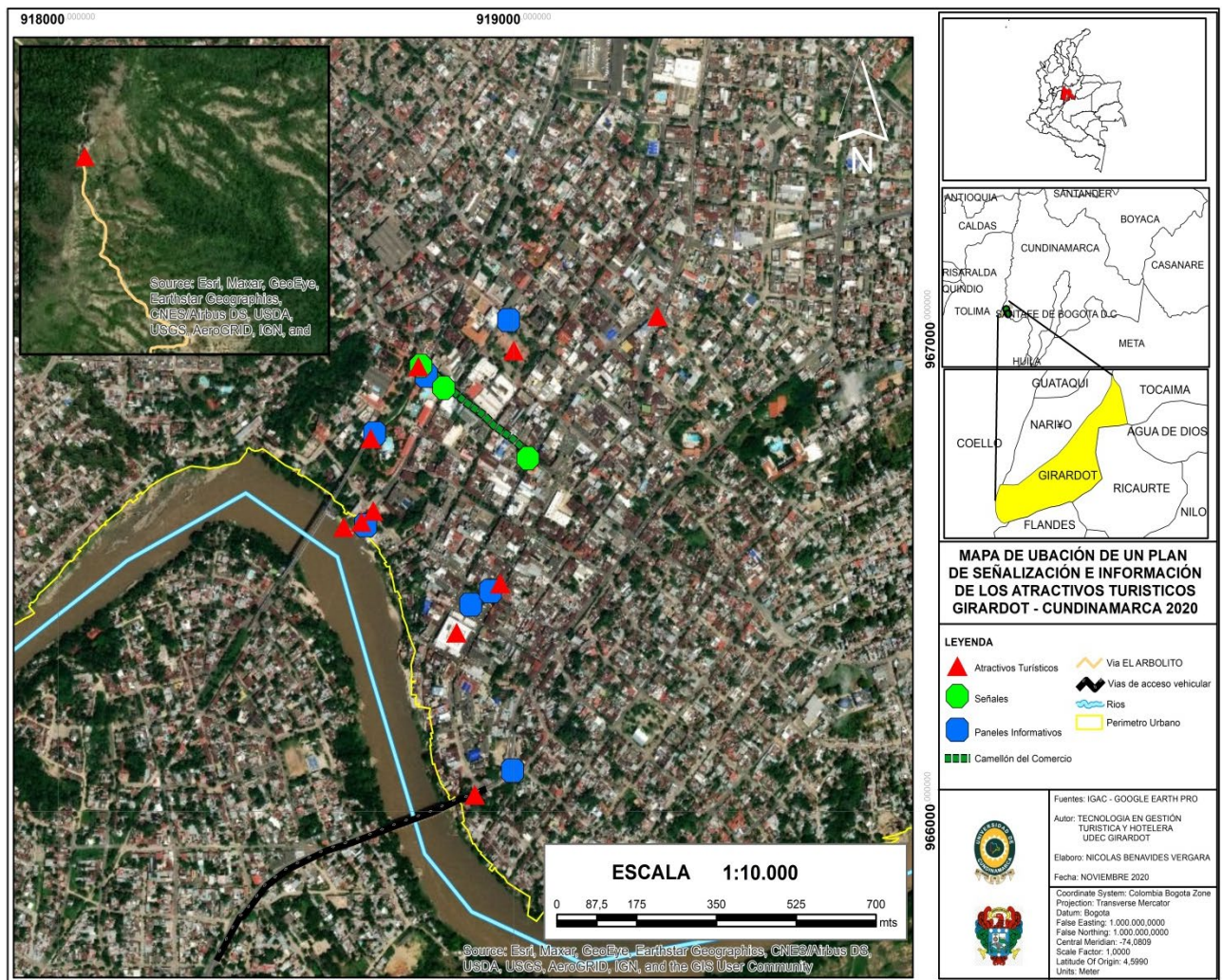
Fuente: Manual de señalización turística



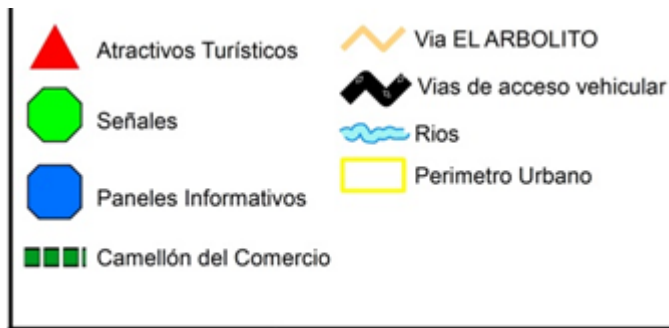
## 11. PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE SEÑALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE GIRARDOT

Después de realizada la investigación se evidencio que si es necesario el desarrollo de un plan de señalización e información para los atractivos turísticos de la ciudad de Girardot, Cundinamarca, ya que fueron notorias falencias en relación de con la señalética de dichos atractivos.

### 11.1 MAPA DISEÑO DE SEÑALIZACIÓN EN ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT CUNDINAMARCA



Especificacion de los atarctivos con sus respectivos nombres y acercamiento del entorno.



Teniendo en cuenta el trabajo de campo realizado, el acercamiento con la comunidad y las regulaciones y estipulaciones legales se logró determinar donde era necesaria la implementación de señalización o panel informativo.

Se propone la realización de 3 señales turísticas de orientación/direccionamiento y 7 paneles informativos en los atractivos turísticos anteriormente especificados. Fueron escogido aquellos atractivos activos turísticamente que no contaban con nada de señalética y tienen y se pueden establecer mejoras.

Con una correcta gestión e implementación de las señales y paneles se lograría una mejora en la satisfacción de habitantes y turistas al momento de visitar un atractivo; facilita el traslado, orientación y ubicación, contando su historia, informando datos relevantes que generan conexión con el entorno y fomentan el regreso y arribo al sitio; ayudando a la economía local.

## 12. RECURSOS

### 12.1 HUMANOS

El recurso humano requerido estará conformado por los dos integrantes del proyecto.

| NOMBRES       | APELLIDOS      |
|---------------|----------------|
| Kelly Johanna | Hoyos Muñoz    |
| Julio cesar   | Garzón Álvarez |

### 12.2 MATERIALES

- Cámara fotográfica
- Equipos de oficina y papelería
- Libros, manuales y documentos relacionados con la señalización e información turística.

### 12.3 INSTITUCIONALES

- Bancos de trabajos de grado universidad de Cundinamarca Girardot
- Motores de búsqueda Internet
- Oficina de Planeación municipal de Girardot

### 12.4 FINANCIEROS REQUERIDOS PARA LLEVAR A CABO LA INVESTIGACIÓN

- Papelería
- Transporte

## BIBLIOGRAFÍA

Señalización, un elemento clave en lugares de interés turístico.

<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/senalizacion-de-lugares-turisticos-de-colombia-38554>

Las cifras récord que el 2019 le dejó al turismo en Colombia.

<https://www.elespectador.com/especiales/mundo-destinos/las-cifras-record-que-el-2019-le-dejo-al-turismo-en-colombia-articulo-906186/>

Organización mundial del turismo, Recomendaciones de la OMT sobre accesibilidad de información turística.

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417926>

Manual de señalización turística nacional.

<http://kaipachanews.blogspot.com/2016/07/manual-de-senalizacion-turistica.html>

Recomendaciones omt-un.

<https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-s.pdf>

Google maps mapa de Girardot.

<https://www.google.com/maps/place/Girardot,+Cundinamarca/@4.3113081,-74.8105913,14z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f28ec54308e5f:0xad9e09275aa20260!8m2!3d4.3045959!4d-74.8031414>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Girardot>

Decreto 210 de 2003.

<http://www.suin-juriscol.gov.co/viewdocument.asp?id=1845734>

Resolución 1622.

<http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/col80147.pdf>

Resolución 1738 de 2005.

[https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/resolucion\\_mincultura\\_1738\\_2005.htm](https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/resolucion_mincultura_1738_2005.htm)

Decreto 1504 de 1998

<http://www.minvivienda.gov.co/Decretos%20Vivienda/1504%20-%201998.pdf>

Por medio del cual se establece la agenda de eventos turísticos del municipio de Girardot.

<http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/Transparencia/Normatividad/Acuerdos/2017/ACUERDO%20No.%20010%20del%2026%20de%20Septiembre%20del%202017.pdf>