

# **TURISMO CULTURAL URBANO DE LA CIUDAD DE GIRARDOT DURANTE EL AÑO 2024**

**Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024**

**Daniel Sebastián Marín Tovar**



**Escuela Superior de Administración Pública Administración Pública Territorial Facultad**

**de Pregrado**

**Ibagué 2025**

**TURISMO CULTURAL URBANO DE LA CIUDAD DE GIRARDOT DURANTE EL AÑO 2024**

**TURISMO CULTURAL URBANO DE LA CIUDAD DE GIRARDOT DURANTE EL AÑO 2024**

**DANIEL SEBASTIAN MARIN TOVAR**

**Trabajo de monografía para optar al título de Administrador Público**

**Asesor temático: FRANCISCO FABIANY MOLINA BUSTOS**

**Escuela Superior de Administración Pública Administración Pública Territorial Facultad**

**de Pregrado**

**Ibagué 2025**

*Dedicatoria*

*Esta monografía se la dedico a mis padres, a mis hijas, abuelos y demás familia que siempre han estado puestos a contribuir con mi crecimiento personal y profesional.*

*Mis hijas que han sido mi motor para salir adelante siempre.*

# TURISMO CULTURAL URBANO DE LA CIUDAD DE GIRARDOT DURANTE EL AÑO 2024

## *Agradecimientos*

*A la escuela superior de administración pública por brindarme la oportunidad de formarme como administrador público en esta gran institución, a los docentes que me han acompañado en el transcurso de estos años.*

**TURISMO CULTURAL URBANO DE LA CIUDAD DE GIRARDOT DURANTE EL AÑO 2024**

**Carta Aprobatoria**

---

---

---

---

\_\_\_\_\_  
**Firma del jurado**

# TURISMO CULTURAL URBANO DE LA CIUDAD DE GIRARDOT DURANTE EL AÑO

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	09
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	11
1.2 ANTECEDENTES DE SITUACIÓN PROBLEMA.....	14
2. JUSTIFICACIÓN .....	16
3. OBJETIVOS .....	18
3.1 OBJETIVO GENERAL .....	18
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
4. MARCO REFERENCIALES .....	19
4.1 MARCO TEÓRICO .....	19
4.2 MARCO CONCEPTUAL .....	23
4.3 MARCO GEOGRAFICO.....	25
4.4 MARCO NORMATIVO .....	28
5. DISEÑO METODOLOGICO .....	30
6. ANALISIS DE LA INFORMACION .....	34
7. RESULTADOS DE LA MONOGRAFIA .....	105
CONCLUSIONES .....	108
RECOMENDACIONES .....	109
GLOSARIO.....	110
REFERENCIAS .....	112
ANEXOS.....	117

### Lista de ilustraciones

**Figura 1.** *Mapa de georreferencia de Girardot y sus alrededores* (p. 19).

Fuente: Página web Alcaldía Municipal de Girardot.

**Figura 2.** *Árbol de problemas del turismo cultural en Girardot* (p. 12).

Fuente: Elaboración propia basada en análisis de investigación.

**Figura 3.** *Beneficios de fomentar el turismo y la integración familiar* (p. 15).

Fuente: Adaptada de *Comercia Digital* con fines académicos.

**Figura 4.** *Análisis de fases cuantitativas y cualitativas* (p. 28).

Fuente: Elaboración propia para la investigación.

**Figura 5.** *Propuesta de encuesta para medir el impacto económico del turismo cultural* (p. 28).

Fuente: Diseño propio basado en metodologías de recolección de datos turísticos.

**Figura 6.** *Distribución por género de la población encuestada* (p. 32).

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 7.** *Percepción ciudadana sobre el enfoque de la gestión cultural* (p. 33).

Fuente: Elaboración propia.

**Lista de cuadros**

**Cuadro 1.** *Marco normativo aplicable al turismo cultural en Girardot* (pp. 25-26).

Descripción: Leyes y planes relacionados con turismo y cultura en Colombia.

**Cuadro 2.** *Distribución ocupacional de la población urbana de Girardot* (p. 32).

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro 3.** *Estructura de ingresos mensuales de los encuestados* (p. 33).

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro 4.** *Principales obstáculos para la implementación de políticas públicas* (p. 34).

Fuente: Elaboración propia.

## **INTRODUCCIÓN**

Resulta necesario explicar el objetivo del impacto que el turismo, la cultura y el fomento tienen en la vida social del Municipio, y como esto conlleva a la ampliación de incidencias en el mercado turístico.

Nos referimos al impacto que este genera ya que aumentan las ventajas socioculturales y socio naturales en los lugareños de la Municipalidad. Con el desarrollo de esta propuesta de investigación se busca ver los avances del progreso socioeconómico y cultural que ha tenido el Municipio mediante estrategias, políticas públicas que a través del tiempo han permitido conocer los paralelismos entre los factores ambientales, económicos, sociales, y culturales de la comunidad del Municipio. Estos paralelos buscan entrelazar los intereses de los sectores productivos mencionados anteriormente y la Administración pública con el fin de proponer desarrollos entre los sectores interno y externos de la ciudad con el fin de fortalecer la calidad de vida de propios, garantizar una sostenibilidad turística, el progreso y el bienestar.

La inclusión de los diferentes sectores económicos que componen la Ciudad, crean diferentes planes de acciones que sean capaces de suplir aspectos tales como: identificación cultural de la Ciudad, y la generación de políticas públicas que puedan afianzar las estrategias de los lineamientos institucionales, y ayudar con el seguimiento, la implementación, y la formulación para articular el turismo y la cultura, con los sectores educativos, comunales, mediante programas basados en actividades tales como: la danza, el deporte, el folclor, el arte, la gastronomía entre otros, donde nace la sostenibilidad cultural de Girardot, el aprovechamiento con los diferentes sectores en cuanto al beneficio que esto causa en turismo, y la integración de la familia en relación con la sociedad.

Es importante recalcar el papel estratégico que puede llegar a desempeñar el turismo cultural urbano en el Municipio de Girardot en el fortalecimiento local del mismo, y con el privilegio de su ubicación geográfica, el comercio y la riqueza que se tiene mediante las expresiones culturales,

se encuentra cierta coyuntura en la que es posible pensar en un futuro en transformar el turismo en una herramienta de conexión social, crecimiento económico y patrimonial.

La siguiente monografía no solo pretende analizar el impacto actual del turismo cultural y su incidencia sino que también propone una rutas de acción que contribuyan a la ciudad a proyectarse como un referente turístico del Alto Magdalena, con esto se hace énfasis en la necesidad creciente de una gestión pública efectiva entre la administración pública y ciertos sectores sociales y productivos que trabajen de manera conjunta para que estos procesos sean sostenibles e inclusivos en la comunidad.

El desarrollo turístico debe de ir más allá de la atracción de visitantes, sino que debe traer consigo una estrategia de transformación del territorio, donde sea reconocida, visibilizada, y fortalecida la identidad se puedan convertir en motores de cambio que impactan positivamente la calidad de vida de la población.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Colombia se ha posicionado internacionalmente como un país multifacético, reconocido no solamente en el tema de importación y exportación, sino que también por diversos sitios turísticos, siendo posible que este último se transforme y cree un beneficio sostenible colectivo. Situándonos en Girardot como ciudad turística y cultural convirtiéndolo en un atractivo frecuente para los turistas de diferentes regiones del país, Girardot cuenta con una variedad de servicios en el sector hotelero, por su cercanía al río Magdalena, también cuenta con un clima que oscila entre los 27° y 40° grados.

Debemos enfatizar que Girardot necesita crear estrategias para invertir en la infraestructura turística reforzando el turismo y la cultura, para transformar la política cultural ya que en la actualidad el Municipio no responde a estas estrategias. Aunque Girardot tiene una gran capacidad turística no ha conseguido crear una política pública para estos temas en cuanto a cultura y turismo que sea estable, aunque cuenta con atractivos turísticos y culturales y sus festividades muy reconocidas. La planeación, el control y la gestión no han permitido llevar a la ciudad donde tiene que estar turística y culturalmente hablando.

A partir de ello surge el siguiente cuestionamiento de acuerdo a la problemática existente en el territorio: ¿Cuáles son las estrategias efectivas para la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo del turismo cultural en la zona urbana de Girardot en el año 2024?

Así mismo la investigación sugiere las siguientes preguntas complementarias:

- ¿Cuáles son las rutas y mecanismos de participación comunitaria definidos en las políticas públicas de turismo cultural vigentes en la zona urbana de Girardot, y cómo contribuyen estas al crecimiento de la ciudad como región turística y cultural?
- ¿Cuáles son los principales agentes turísticos que, dentro de la zona urbana del Municipio de Girardot, se identifican como obstáculos o factores que dificultan la implementación

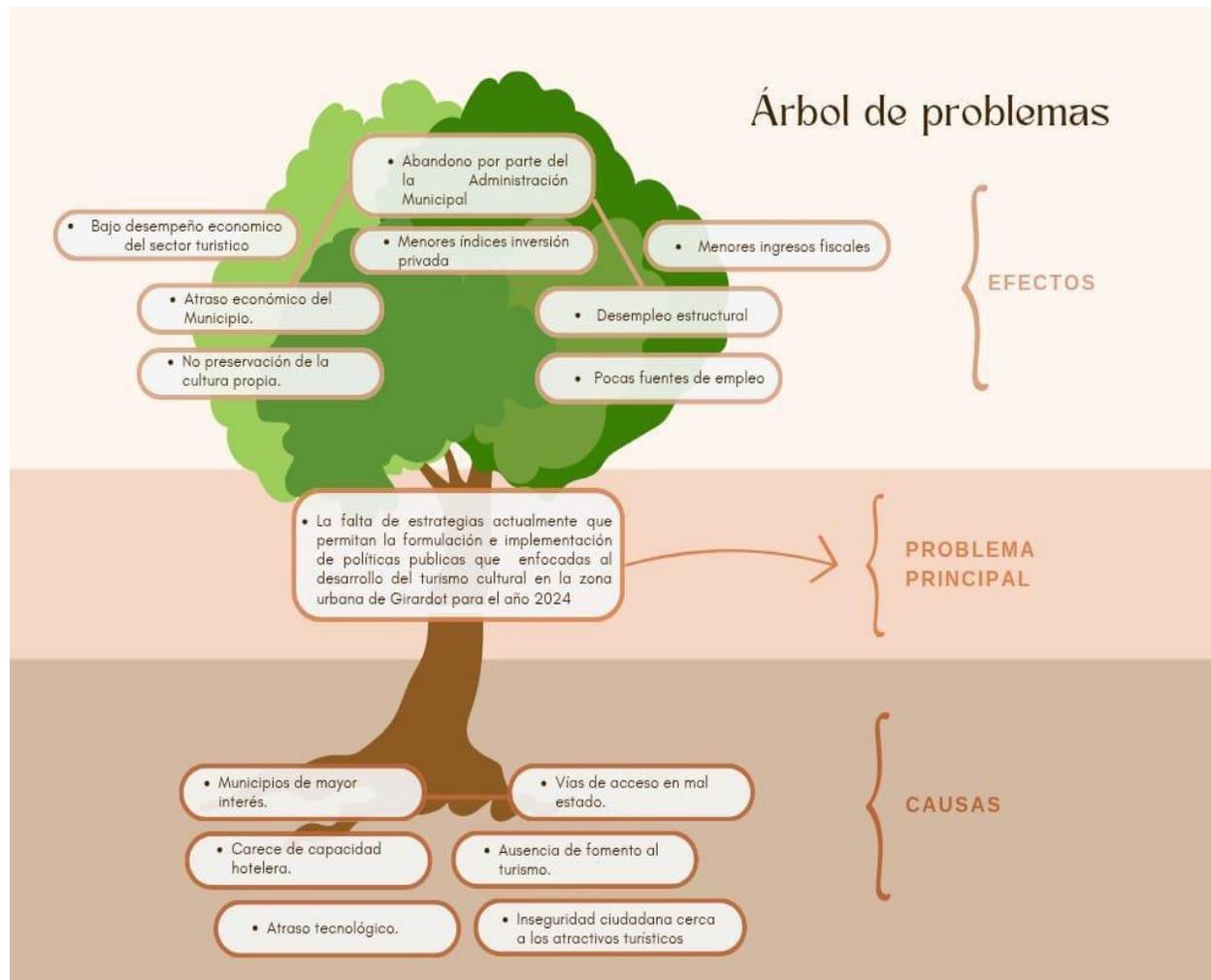
efectiva de las políticas públicas establecidas en el plan de desarrollo para el eje de turismo cultural?

- ¿Cuál es la estructura actual de los recursos turísticos y culturales de la ciudad de Girardot y de qué manera específica se puede planificar y potenciar esta estructura para influir positivamente en el desarrollo integral de la ciudad y lograr su posicionamiento como destino turístico?

Así mismo indagando un poco sobre el tema encontramos el plan de desarrollo de Cundinamarca 2016 – 2020 “*Girardot es una de las ciudades con más bajo liderazgo y toma de decisiones*” (Gobernación de Cundinamarca, 2016, P.169) y por otro lado el Plan de Desarrollo de Girardot 2012 – 2015 expresa que “*Requiere pensar de manera urgente una planificación de la ciudad que garantice la visibilizarían de sus atractivos*” (Concejo Municipal, 2012, P.300).

El planteamiento de esta investigación surge de la necesidad que se evidencia en cuanto a la creación de estrategias que promuevan la infraestructura turística y cultural del Municipio, logrando la deficiencia en los mismos. Por otro lado, una de las principales problemáticas es la falta de un plan que motive el sector turístico de manera económica como fuente principal de ingreso. Entidades como el Ministerio de Comercio de Industria y Turismo, La Alcaldía de Girardot, y la Gobernación de Cundinamarca coinciden en que el Municipio no tiene un suelo firme en cuanto la planificación turística y sus políticas para que contribuyan con la creación de oportunidades para el desarrollo turístico, y así lograr la oportuna planificación, gestión y ejecución de estrategias culturales y turísticas que puedan sostenerse a lo largo del tiempo.

El incluir ciertas entidades pertenecientes al Gobierno es primordial porque se priorizan las ideas que contribuyen con el beneficio económico y social para los Girardoteños; el resultado que se obtiene económico y laboralmente ayuda a fortalecer el desarrollo y la calidad de vida de los mismo, por esta razón en los proyectos culturales que brinda el Municipio se dividen en estos dos ejes mencionados anteriormente, pretende posicionar a Girardot frente al Alto Magdalena como región, y Cundinamarca como departamento como distrito turístico y cultural.



**Figura 2:** Árbol de problemas, donde se presenta el problema principal, los efectos y las causas en el transcurso de la investigación

**Fuente:** Elaboración propia – vía Canva

### **1.1 Antecedentes de la situación problema:**

Girardot es una ciudad de Colombia que tiene un potencial turístico y cultural significativo, pero actualmente carece de una planificación y gestión adecuadas para aprovecharlo plenamente.

Aunque cuenta con atractivos turísticos y festividades reconocidas, se menciona que el municipio no ha respondido a las estrategias necesarias para desarrollar el turismo y la cultura de manera sostenible. Además, se destaca la falta de un plan que promueve el sector turístico como fuente principal de ingresos económicos. La inclusión de entidades gubernamentales, como el ministerio de comercio de industria y turismo, la Alcaldía de Girardot y la Gobernación de Cundinamarca, se considera crucial para impulsar el desarrollo turístico y cultural de la región.

En resumen, la formulación del problema es que Girardot necesita implementar estrategia y políticas efectivas, en colaboración con entidades gubernamentales, para posicionarla como un destino turístico y cultural destacado en la región del Alto Magdalena y el departamento de Cundinamarca. El impacto del turismo, la cultura y el fomento en la vida social del Municipio tiene como objetivo ampliar las incidencias en el mercado turístico. Este impacto genera ventajas socioculturales y socio naturales para los lugareños de la Municipalidad. La investigación de investigación busca evaluar el progreso socioeconómico y cultural del Municipio a través de estrategias que analicen los factores ambientales, económicos, sociales y culturales de la comunidad. Estos paralelismos buscan fortalecer la calidad de vida de los residentes, garantizar la sostenibilidad turística y promover el progreso y el bienestar. La inclusión de los diferentes

sectores económicos de la Ciudad permite la creación de planes de acción que aborden aspectos como la identificación cultural de la Ciudad y la generación de políticas públicas que respalden las estrategias institucionales. Además, se busca articular el turismo y la cultura con los sectores educativos y comunales a través de programas basados en actividades como la danza, el deporte, el folclore, el arte y la gastronomía, con el objetivo de promover la sostenibilidad cultural de Girardot, aprovechar los beneficios del turismo y fomentar la integración familiar en la sociedad.



**Figura 3.** Beneficios de fomentar el turismo la integración familiar.

**Fuente:** Vía Web

## 2. JUSTIFICACIÓN

Girardot al ser una ciudad ubicada en la provincia del alto magdalena y perteneciente a la región centro de Colombia. se convierte en un destino turístico popular para el descanso y el entretenimiento. La ciudad cuenta con una variedad de atractivos turísticos culturales, deportivos, gastronómicos e históricos, lo que la hace atractiva para los visitantes.

Es importante aprovechar el potencial turístico de Girardot para beneficiar a la comunidad y generar empleos. La alcaldía está implementando estrategias de inclusión social y programas de desarrollo municipal para fortalecer el turismo cultural en el municipio.

Además, se recomienda realizar investigaciones continuas sobre el turismo cultural en la ciudad para obtener información actualizada que pueda servir como base para futuros proyectos turísticos.

Se espera que se logre contribuir al perfeccionamiento de las actividades turísticas y que Girardot se consolide como un modelo de turismo cultural y desarrollo sostenible en la región, en el departamento e inclusive a nivel Nacional. Es importante seguir trabajando en estrategias que promuevan la sostenibilidad y que proyecten el turismo a largo plazo.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente cabe mencionar que el turismo cultural juega un papel importante en el sector económico, ya que contribuye al desarrollo del mismo, de lo social, jurídico, político, laboral y económico una parte fundamental de esta sostenibilidad es el apoyo gubernamental, según la Organización Mundial del Turismo (**OMT 2020**):

*“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a ciudades o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas residentes o no residentes, que abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (Párr.1).*

La demanda que crean algunos actos de turismo cultural ofrecidos en Girardot en ciertas épocas del año es superior en bienes y servicios, esto aumento lo que se conoce como la demanda turística de servicios e infraestructura. Por este motivo se puede afirmar que el turismo es una actividad que

se sustenta a partir de recursos y atractivos, y que en parte se puede considerar como revolución social.

Por ende, nuestro trabajo de investigación se enfoca en las estrategias actuales para la implementación de políticas públicas en el municipio de Girardot

### 3. OBJETIVOS

#### 3. Objetivo general

Analizar las estrategias y factores claves que han facilitado el diseño e implementación de políticas públicas dirigidas al turismo cultural en la zona urbana de Girardot durante el 2024, con el fin de identificar buenas prácticas y desafíos en el transcurso de la investigación.

#### 3. Objetivos Específicos

- ❖ Identificar las rutas existentes en las políticas públicas en turismo cultural en la zona urbana de Girardot que involucren a la comunidad en general y que brinde herramientas para el crecimiento de la ciudad como región.
  
- ❖ Reconocer los principales agentes turísticos que no permite la ejecución de las políticas públicas propuestas en el plan de desarrollo para el eje del turismo cultural en la zona urbana del Municipio de Girardot.
  
- ❖ Planificar la estructura turística y cultural con la que cuenta la ciudad de Girardot y como esta puede influir en el desarrollo de el mismo para posicionarla como ciudad región para el año 2024

## **4. MARCOS REFERENCIALES**

En este marco podemos estudiar los fundamentos teóricos que proveerán la base de esta investigación y contendrá algunos elementos necesarios para el diseño de una metodología que permita concluir esta investigación con los propósitos expuestos anteriormente.

### **4.1 MARCO TEÓRICO**

#### **Teoría del Turismo Cultural**

El turismo cultural surge como una de las formas más significativas de la actividad turística global, especialmente a partir de la valorización del patrimonio tangible e intangible como fuente de atracción y desarrollo. Esta tipología de turismo se refiere al desplazamiento de personas motivadas por el deseo de experimentar, conocer, interpretar y apreciar los elementos culturales de un destino. Según Richards (1996), el turismo cultural se define como “la actividad que implica el movimiento de personas hacia atractivos culturales ubicados fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de obtener información y experiencias que satisfagan sus necesidades culturales”.

Este concepto se sustenta en la idea de que la cultura es una construcción social dinámica, representada en el arte, la arquitectura, las costumbres, los idiomas, la gastronomía, los rituales, las festividades y la memoria histórica de los pueblos. Es por eso que, el turismo cultural no solo permite la observación de estas manifestaciones, sino también la interacción del visitante con las comunidades receptoras. Smith (2003) propone una clasificación del turismo cultural que incluye desde el consumo superficial de productos culturales hasta experiencias de inmersión profunda, en las que el visitante se involucra directamente en la vida cultural local.

Una característica fundamental del turismo cultural es su potencial como herramienta de desarrollo sostenible. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018), esta forma puede

ayudar a la protección del patrimonio, la revitalización de las identidades locales y la dinamización de las economías regionales, siempre que se gestione con sensibilidad y participación comunitaria. La OMT plantea que el turismo cultural debe ser inclusivo, respetuoso de los valores locales y generador de beneficios equitativos.

Desde un enfoque teórico, el turismo cultural ha sido abordado desde diferentes disciplinas: la antropología, la sociología, la geografía, la economía y la historia del arte, entre otras. Urry (1990), en su teoría del “gaze” o “mirada turística”, señala que el turista cultural construye su experiencia a partir de la mirada, es decir, del modo en que observa y da sentido a los objetos y prácticas culturales. Esta mirada no es neutral, sino que está apoyada por imaginarios, discursos mediáticos y expectativas estéticas, lo que transforma la cultura en una mercancía simbólica.

Por otro lado, el turismo cultural se inscribe en los debates contemporáneos sobre la autenticidad y la mercantilización del patrimonio. MacCannell (1976) advierte que, en muchos casos, lo que se presenta al turista no es la cultura auténtica, sino una representación de posibles escenarios, adaptada para satisfacer las demandas del mercado turístico. Esto plantea tensiones entre la preservación de la cultura viva y su adaptación al consumo, generando dilemas éticos y desafíos para la gestión cultural.

En América Latina, el turismo cultural ha cobrado fuerza como estrategia para la valoración de la diversidad cultural y el empoderamiento de comunidades históricamente marginadas. Proyectos de turismo comunitario y etnoturismo han permitido visibilizar prácticas ancestrales, lenguas originarias y formas de vida sostenibles, contribuyendo a la resignificación del territorio y la memoria colectiva (Rodríguez, 2014).

El turismo cultural en Colombia se refleja o tiene el objetivo principal experimentar la cultura, el patrimonio, las artes y las tradiciones de las ciudades. Este marco teórico sobre el turismo cultural se basa en varios conceptos y teorías que ayudan a comprender su naturaleza, su impacto y su importancia en la sociedad y por qué las municipalidades han creado políticas públicas y estrategias para impulsar el mismo. Dentro de los diferentes conceptos y teorías encontramos los siguientes:

Antropología del turismo: Este concepto visibiliza cómo las interacciones entre los turistas y las comunidades influyen en la preservación, reinvención y distribución de la cultura local. Este centra su investigación en cómo se construyen las identidades culturales a través de las experiencias turísticas y las retrospectivas de el mismo y cómo estas interacciones pueden tener impactos positivos o negativos en los Municipios para nuestro caso de estudio Girardot.

La Universidad Externado de Colombia, a través de su Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, entiende el turismo cultural como una actividad que promueve el conocimiento y disfrute de los bienes tangibles e intangibles de una sociedad, integrando tradiciones, patrimonio arquitectónico, arte y memoria colectiva (Serrano Galán, 2023). Esta teoría esta se refiere a los motivos, comportamientos y experiencias de los turistas que buscan experiencias culturales auténticas y propias. Experiencias culturales en las que se busca mediante la implementación de políticas públicas los turistas y propios se llevan un sello de identidad cultural.

### **Gestión del patrimonio cultural**

La Pontificia Universidad Javeriana (2018) plantea que gestionar el patrimonio cultural implica un enfoque interdisciplinario, donde se articulan las políticas públicas, la participación ciudadana y la planificación territorial. Esta gestión asegura la conservación de la identidad local y su aprovechamiento como recurso turístico. Este concepto se centra en la promoción, interpretación del patrimonio cultural tangible e intangible del Municipio. En el cual se examina cómo se gestionan los sitios que tiene el Municipio para ofrecerle a turistas y propios y cuáles son los recursos culturales para garantizar su preservación a largo plazo mientras se facilita el acceso

de la población en general.

### **Desarrollo sostenible del turismo cultural**

Según la Universidad de los Andes (2020), el turismo cultural sostenible se basa en principios que equilibran el crecimiento económico con la preservación ambiental y la equidad social. Este modelo busca minimizar el impacto negativo del turismo, fomentando prácticas responsables que favorezcan tanto a visitantes como a residentes. Esta teoría se basa en cómo el turismo cultural puede contribuir al desarrollo socioeconómico del municipio de Girardot y que este se convierta en una manera sostenible. Cómo maximizan los beneficios económicos y sociales del turismo cultural mientras se minimizan los impactos negativos en el medio ambiente, la cultura local y el patrimonio que se ido desgastando con el paso de los años y no ha permitido el progreso turístico y cultural de Girardot.

Basamos este marco teórico sobre el turismo cultural en Girardot mediante una variable multidisciplinaria donde evidenciamos que debemos tocar temas como la sociología, la antropología para evidenciar el progreso del patrimonio y comprender como el turismo cultural ha impactado de cierta manera al municipio de Girardot, los turistas y propios y como puede este contribuir a convertir al mismo en una ciudad región y minimizar sus impactos negativos.

### **Relación entre cultura, turismo y desarrollo local**

La Universidad del Tolima (2022) destaca que el turismo cultural, cuando es gestionado de forma participativa, fortalece el sentido de pertenencia y promueve procesos de desarrollo inclusivos. Esta articulación entre cultura y turismo impulsa la valorización del territorio y la mejora en la calidad de vida de la comunidad local.

## **4.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **A. CULTURA**

La Universidad Nacional de Colombia (2020) define la cultura como “el conjunto dinámico de conocimientos, creencias, valores, costumbres, normas, expresiones simbólicas y prácticas sociales que configuran la identidad de los pueblos”. Esta definición resalta que la cultura es aprendida, compartida y transformadora, permitiendo la cohesión social y la construcción de ciudadanía.

Se reconoce como un complejo de conocimientos y costumbres propios de una población o comunidad donde la caracteriza factores como; el lenguaje, los hábitos, y los valores, que se pueden describir como el resultado de una serie de vivencias propias de la experiencia que garantiza la perduración de la vida social.

La cultura puede contar con algunas características, por ser aprendida, heredada, compartida y dinámica, algo instintivo o natural del ser humano, lo que diferencia la forma de vida de una comunidad y asegura la continuidad de las comunidades con un arraigo propio.

Podemos concluir que la cultura se refiere al conjunto de conocimientos, creencias, valores, costumbres, tradiciones, arte y formas de vida de un grupo de personas. Es una parte fundamental de la identidad de una sociedad y se transmite de generación en generación. La cultura puede variar ampliamente entre diferentes regiones, países o incluso dentro de una misma comunidad. Incluye aspectos como el idioma, la música, la gastronomía, la religión, la vestimenta y muchas otras expresiones humanas.

## **B. TURISMO**

La Universidad del Rosario (2021) concibe el turismo como una práctica social que se convierte en una herramienta de desarrollo territorial cuando se vincula con los recursos culturales y humanos del territorio. Desde esta visión, el turismo es un instrumento de fortalecimiento económico, educativo y cultural.

Se refiere a la actividad de viajar y visitar lugares fuera de nuestro entorno habitual por placer, ocio, negocios u otros propósitos. Contribuye significativamente a la economía de muchas regiones y países de diversas formas.

En primer lugar, el turismo genera ingresos a través del gasto de los turistas en alojamiento, transporte, comida, compras y actividades recreativas. Esto impulsa la demanda de bienes y servicios locales, lo que a su vez estimula la economía local y crea empleo en sectores como la hostelería, el transporte, el comercio minorista y el entretenimiento.

Además, el turismo puede fomentar el desarrollo de infraestructuras, como la construcción de hoteles, restaurantes, aeropuertos y atracciones turísticas, lo que a su vez genera empleo en el sector de la construcción y mejora la calidad de vida de las comunidades locales.

### 4.3 MARCO GEOGRAFICO

Girardot es un referente a nivel Nacional en materia de turismo por su posición geográfica, y se caracteriza por su clima cálido, siendo este el atractivo de diferentes sectores con el fin de fortalecer el progreso en la calidad de vida de los lugareños, a través de diferentes actividades culturales y sostenibles que incluyen los municipios aledaños en una construcción socioeconómica conjunta. En un contexto histórico Girardot cuenta con una trayectoria sociocultural que abarca el comercio siendo pionero en la aviación y la implementación de rutas comerciales por medio de las vías férreas contribuyendo esto con el desarrollo no solo de Girardot como municipalidad, sino que también de la región, e incluso el país, que para la época esto era considerado la principal fuente económica y laboral de Girardot.

Su posición geográfica está distribuida de la siguiente manera, a 142 Km de Bogotá Capital del País de las cuales cuenta con rutas de acceso que son Girardot – Melgar, por un lado, por otro Girardot – La Mesa – Bogotá y por último la ruta 4G la cual es Girardot – Honda – Puerto Salgar.



**Fuente:** Pagina Web Alcaldía municipal de Girardot

**Figura 1** Mapa de georreferencia de Girardot y sus alrededores.

Por esta posición se afirma que Girardot es el referente central de turismo en el país; la capacidad con la que se contribuye al fortalecimiento de proyectos turísticos con el fin de mejorar las condiciones en la que se distribuyen los recursos destinados al turismo. Girardot cuenta también con una variedad arquitectónica propia tal como lo es la Plaza de Mercado que es considerada patrimonio Nacional y Arquitectónico en los años 90, el Puente Férreo que comunica los municipios de Girardot y Flandes al igual que el Puente Mariano Ospina Pérez, por otro lado, el

sector denominado El Camellón del Comercio donde se encuentra gran parte de este y se concentra parte de la economía del Municipio.

## 4.4 MARCO NORMATIVO

<p><b>Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo):</b></p>	<p>Establecer el marco regulatorio para el desarrollo turístico en Colombia, promoviendo la competitividad, sostenibilidad y la articulación de actores públicos y privados.</p>
<p><b>Ley 679 de 2001</b></p>	<p>Por otra parte, basados en la protección esencial de la integridad de cada persona se crea esta ley con el fin de dictar medidas de protección contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso sexual con menores de edad, mediante el establecimiento de normas de carácter preventivo y sancionatorio, y la expedición de otras.</p>
<p><b>Ley 1101 de 2006</b></p>	<p>De igual forma, la anterior ley sufrió modificaciones en cuanto al tema de incentivos tributarios para el fomento de la actividad turística; contribución parafiscal a la promoción del turismo y quienes son los aportantes; Fondo de Promoción Turística; registro nacional de turismo y prestadores de servicios turísticos que se deben registrar.</p>

<p><b>Ley 1429 de 2010</b></p>	<p>Del mismo modo, entendiendo el turismo como parte vital en el sector laboral es necesario traer a contexto esta ley que trata sobre incentivos para la formalización empresarial; incentivos para la generación de empleo de grupos vulnerables, para personas de bajos ingresos y formalización laboral en los sectores rural y urbano; simplificación de trámites para la formalización; simplificación de trámites comerciales y de otros trámites.</p>
<p><b>Plan de Ordenamiento Territorial (POT) 2011</b></p>	<p>Plan de Ordenamiento Territorial (POT) del Municipio de Girardot, establecido en el Acuerdo No. 024 de 2011, reconoce el turismo como una actividad económica clave para el desarrollo sostenible del municipio. La señalización turística es un elemento fundamental para el éxito de esta estrategia, ya que facilita la movilidad y la accesibilidad a los puntos de interés turístico. En el marco del POT, la señalización turística debe estar integrada en los planes viales, en la conservación del medio ambiente y en el desarrollo del espacio público, asegurando que los visitantes puedan disfrutar de una experiencia turística de calidad. Para maximizar el potencial turístico de Girardot, se recomienda desarrollar un plan específico de señalización turística que esté alineado con los objetivos y estrategias del POT, incluyendo la instalación de señales en vías principales, áreas naturales y espacios públicos, así como la promoción de una imagen de marca que refuerce la identidad turística del municipio.</p>

<p><b>Ley 2068 de 2020</b></p>	<p>Asimismo, de manera más reciente se creó la ley 2068 donde tiene por objeto fomentar la sostenibilidad, implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector.</p>
<p><b>Plan de Desarrollo Municipal: 2024</b></p>	<p><i>"Posicionar a Girardot como el principal destino turístico del Alto Magdalena, mediante la articulación de cultura, comercio y sostenibilidad ambiental"</i> (Plan de Desarrollo "Girardot Renace", 2024, p. 23).</p>

## 5. DISEÑO METODOLOGICO

El planteamiento metodológico este proyecto de investigación, se define el cómo se abordará el problema de estudio, qué métodos se utilizarán y cómo se recolectarán y analizarán los datos. En este caso, se utiliza un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) para obtener un resultado más amplio de lo que se quiere investigar.

**Enfoque Cualitativo:** se centra en la interpretación de fenómenos sociales y en comprender los significados que las personas atribuyen a sus experiencias.

❖ **Entrevistas a turistas y residentes:** Se podrían realizar entrevistas para entender cómo los turistas perciben la experiencia turística en Girardot y cómo los residentes ven el impacto del turismo en su comunidad.

❖ **Observación participante:** El investigador podría participar en eventos turísticos o visitar lugares emblemáticos para observar cómo interactúan los turistas con los recursos culturales y naturales.

❖ **Análisis de narrativas:** Se podrían analizar historias o testimonios de turistas y residentes para identificar patrones y temas recurrentes, como la satisfacción con los servicios turísticos o las preocupaciones sobre el impacto ambiental.

El enfoque mixto combina las fortalezas de los métodos cuantitativos y cualitativos, lo que permite una comprensión más completa y profunda del fenómeno estudiado. Los datos cuantitativos proporcionan una visión general y medible del turismo en Girardot, mientras que los datos cualitativos permiten entender las percepciones y experiencias de los turistas y residentes; al utilizar múltiples métodos y fuentes de datos, se puede verificar la consistencia de los resultados y aumentar la validez de la investigación.

El enfoque mixto permite abordar preguntas de investigación tanto amplias (cuantitativas) como específicas (cualitativas), lo que enriquece el análisis. El planteamiento metodológico es un componente crítico de la investigación, ya que define cómo se abordará el problema de estudio y

cómo se recolectarán y analizarán los datos.

En el caso del estudio del turismo en Girardot, un enfoque mixto permite combinar la precisión de los datos cuantitativos con la profundidad de los datos cualitativos, lo que enriquece el análisis y proporciona una comprensión más completa del fenómeno estudiado.

**Método de Investigación:** Método Cualitativo, se representa como el modo de investigar fenómenos sociales, el método propio de las relaciones sociales, permite ir tras los objetivos para así dar una respuesta a los problemas planteados en la investigación, es decir esta investigación es de carácter interpretativo permitiendo la observación y el análisis de la información en ámbitos naturales dando así la oportunidad de explorar fenómenos y comprender los problemas.

**Técnicas de Investigación:** Mediante la Investigación cualitativa, desarrollando una serie de preguntas, que se implementaron como encuesta a una serie de objetos de estudio se permitió desarrollar lo que es denominado el estudio de caso, en este caso son personas de la zona urbana del municipio de Girardot, permitiendo que estos puedan dar su información de forma anónima, protegiendo su integridad, de esta forma se aborda la situación en concreto sobre el turismo cultural.

La intención es dar información objetiva, clara y precisa sobre lo que piensan los habitantes del área urbana de Girardot mayores de edad sobre el turismo cultural, de esta forma dar un significado a las experiencias de vida de los encuestados sobre la percepción del turismo cultural, corresponde a una investigación cualitativa que permite comprender un poco más de cerca las personas que se estudiaron mediante la encuesta, así mismo, tener una observación más precisa del entorno social.

**Instrumento De Investigación:** La Encuesta es el instrumento idóneo en este caso, para permitir visibilizar las experiencias de cada uno de los objetos a investigar, entendiendo que cada caso tiene una circunstancia diferente, de esta manera se le dará el interés a cada uno, permitiendo una observación al investigador más precisa mediante datos estadísticos de los datos recopilados permitiendo analizar las situaciones únicas concretas de cada sujeto. (Anexo A.

Encuestas).

**Población:** La población de interés para esta investigación son los habitantes del área urbana la ciudad de Girardot Hombres y Mujeres mayores de edad que habitaron el municipio durante el 2024. (Anexo Encuesta)

**Muestra:** Se pretende realizar un estudio social encuestando a 30 ciudadanos que habitaron el municipio en el área urbana Girardot durante el 2024 que tuvieron contacto de manera directa o indirecta con el turismo cultural de la entidad territorial.

**Punto de Saturación:** Teniendo en cuenta que es una investigación de tipo social, se van aplicar 30 encuestas, teniendo en cuenta que la cantidad de encuestas efectuada al universo poblacional son determinadas por el cumplimiento de la repetitividad de la información correspondiente al punto de saturación establecido por Bertaux (1993,pág.27), con el cual permite conocer la problemática que se analiza en la presente monografía, por medio de la validación cruzada de datos entre los planteamientos mostrados por los encuestados, con los componentes de marco referencial (conceptual, teórico y legal): en el que se enmarca la presente investigación que permite analizar y comprender la realidad social, frente al comportamiento de la problemática del presente estudio.

**Unidad de Análisis:** Una vez aplicado y tabulado el instrumento de investigación del programa de Microsoft Excel, se aborda el análisis de la información, por medio de la interpretación de los índices calculados a través de las preguntas llevadas a cabo en la encuesta, la cual debe presentar la siguiente estructura:

- Tabla o gráfica de la pregunta que se ha tabulado.
- Elaboración de un párrafo que describa la información que se encuentra en la gráfica.
- Elaboración de un párrafo en el que se relacione la información tabulada con la suministrada en el marco teórico, legal o histórico, empleando las palabras que se han puesto en el marco conceptual.

- Elaboración de un párrafo en el que se relacione la información tabulada, con una reflexión sobre el impacto que se ha encontrado para la problemática de la investigación, como con el perfil del administrador público.

## **6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

El presente análisis profundiza en la intrincada relación entre las características demográficas y socioeconómicas de la población urbana de Girardot durante 2024 y la formulación de políticas públicas para el florecimiento del turismo cultural. A través de la lente de diversas variables, este estudio revela patrones cruciales que moldean estrategias, señalan factores de éxito, exponen buenas prácticas y, de igual manera, delimitan los desafíos inherentes al fomento de un sector turístico cultural vibrante y accesible.

La segmentación por edad, género, ocupación, estrato socioeconómico, nivel educativo e ingresos de los encuestados emerge como un mapa detallado de las necesidades, preferencias y limitaciones de quienes interactúan o podrían interactuar con la riqueza cultural de la región. La correlación de estos datos no solo ilumina el perfil del consumidor cultural actual y potencial, sino que también ofrece una base empírica sólida para la toma de decisiones informadas en el ámbito de la gestión cultural y turística. Este documento sirve como preámbulo a una exploración exhaustiva de cómo estas dimensiones influyen directamente en el diseño e implementación de iniciativas gubernamentales destinadas a potenciar el atractivo cultural de Girardot, buscando un equilibrio entre la preservación del patrimonio y la satisfacción de las expectativas de una ciudadanía diversa y heterogénea.

### **6.1 CARACTERIZACION DE LA POBLACION TURISTICA URBANA DE LA CIUDAD DE GIRARDOT**

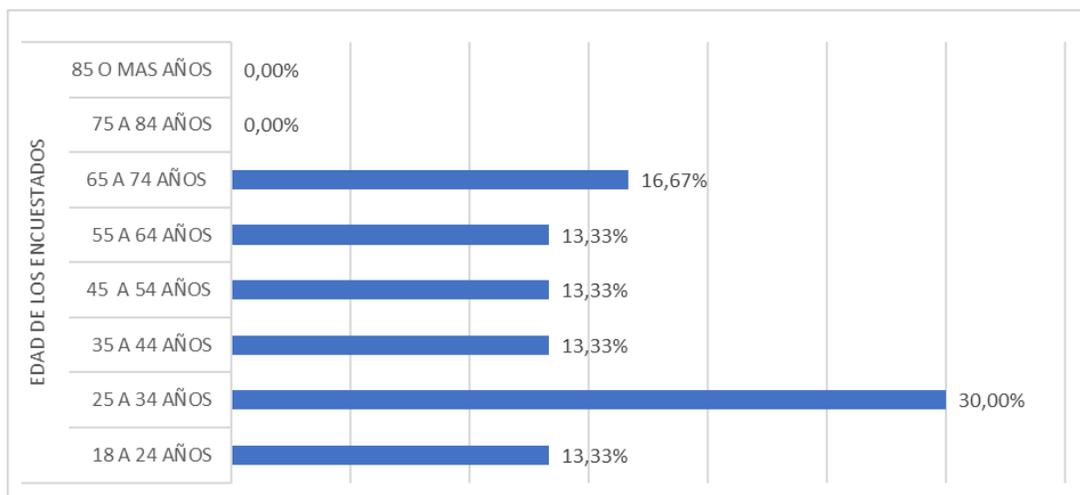
Podemos evidenciar en la siguiente grafica las edades de los encuestados donde se muestra un rango de edad entre los 18 a los 85 años divididos en diferentes tipos poblaciones, en su mayoría personas residentes del municipio de Girardot. La encuesta fue aplicada a un total de 30 personas, cuyas edades se distribuyen de la siguiente manera:

- 18 a 24 años: 4 personas (13.3%)
- 25 a 34 años: 9 personas (30%)

- 35 a 44 años: 4 personas (13.3%)
- 45 a 54 años: 4 personas (13.3%)
- 55 a 64 años: 4 personas (13.3%)
- 65 a 74 años: 5 personas (16.7%)

El grupo etario más representativo es el de 25 a 35 años, con casi un tercio del total, se observa una distribución relativamente equitativa en los rangos de edad restantes, con ligeras variaciones entre 4 y 5 personas por grupo, no hubo participación de personas mayores de 75 años, lo que podría estar relacionadas con las barreras de acceso a la información pública, o al desconocimiento de lo que es el gobierno abierto y las páginas web de la administración pública.

Ilustración



**Fuente:** Elaboración propia.

**Figura:** Grafica de barras horizontales que representan el grupo etario.

La gráfica de barras horizontales presenta la distribución de los encuestados en la zona urbana de Girardot durante el 2024, segmentados por rangos de edad. Este análisis demográfico es crucial para comprender el perfil de la población que interactúa o podría interactuar con las políticas públicas dirigidas al turismo cultural en la región. La caracterización por edad permite inferir intereses, necesidades y preferencias que deben ser considerados al diseñar e implementar estrategias efectivas para el sector turístico cultural.

En el extremo inferior de la gráfica, el rango de edad de 18 a 24 años representa el 13,33% de los encuestados. Este grupo, conocido como jóvenes adultos o la Generación Z, suele estar interesado en experiencias auténticas, la conexión con la cultura local a través de medios digitales y redes sociales, y actividades que puedan compartir en línea. Sus motivaciones para el turismo cultural pueden estar ligadas a la búsqueda de identidad, experiencias únicas y la inmersión en ambientes novedosos y estéticamente atractivos para sus plataformas digitales.

El siguiente grupo, de 25 a 34 años, constituye el segmento más amplio de los encuestados, representando el 30,00%. Esta cohorte, a menudo denominada millennials, se caracteriza por un interés en viajes y experiencias significativas. Para ellos, el turismo cultural puede estar asociado al aprendizaje, el enriquecimiento personal, la conexión con la historia y las tradiciones locales, y la posibilidad de combinar elementos culturales con actividades de ocio y aventura. Suelen ser influenciados por recomendaciones en línea y valoran la sostenibilidad y la responsabilidad social en sus elecciones de viaje.

Los rangos de edad de 35 a 44 años, 45 a 54 años y 55 a 64 años presentan una representación equitativa del 13,33% cada uno. Estos grupos, pertenecientes a las generaciones X y baby boomers jóvenes, pueden tener motivaciones diversas para el turismo cultural. Las personas entre 35 y 44 años podrían buscar actividades que combinen el interés cultural con el descanso familiar, la exploración de destinos con significado histórico o artístico, y experiencias que ofrezcan un equilibrio entre la relajación y el aprendizaje. El grupo de 45 a 54 años podría estar más inclinado hacia viajes que profundicen en la historia, el arte y las tradiciones locales, con un enfoque en la calidad y la autenticidad de la experiencia. Finalmente, el segmento de 55 a 64 años podría priorizar la tranquilidad, la comodidad, el acceso a la cultura y la historia de manera pausada y enriquecedora, valorando la conexión personal con el destino y su patrimonio.

El rango de edad de 65 a 74 años representa el 16,67% de los encuestados. Este grupo, perteneciente a los baby boomers mayores, generalmente busca viajes culturales que sean accesibles, informativos y que les permitan disfrutar del patrimonio sin grandes exigencias físicas. Pueden estar interesados en la historia, el arte, la música y las tradiciones, y valorar la presencia de guías expertos y la organización de las actividades.

Finalmente, los rangos de edad de 75 a 84 años y 85 años o más no presentan representación en esta muestra (0,00%). Esto podría indicar que la población de mayor edad no está tan involucrada en las actividades turísticas culturales en la zona urbana de Girardot, o que no fueron alcanzados por la metodología de la encuesta. Es importante considerar esta ausencia al diseñar políticas, ya que podría reflejar barreras de acceso, falta de oferta adaptada a sus necesidades o diferentes intereses.

La distribución por edades de los encuestados en Girardot durante el 2024 ofrece una visión inicial de los segmentos de población más activos o interesados en el turismo cultural. La predominancia del grupo de 25 a 34 años sugiere que las estrategias de promoción y los productos turísticos culturales podrían enfocarse en las preferencias de este grupo, como la autenticidad, la sostenibilidad y la integración de la tecnología en la experiencia. Sin embargo, la representación significativa de otros grupos de edad, como los jóvenes adultos (18-24) y los adultos mayores (65-74), indica la necesidad de diversificar la oferta y las estrategias para atender a un espectro más amplio de intereses y necesidades.

La caracterización por edad de los encuestados en Girardot durante el 2024 subraya la importancia de adoptar un enfoque segmentado en el diseño e implementación de políticas públicas de turismo cultural. Comprender las motivaciones, preferencias y necesidades de cada grupo de edad permitirá desarrollar estrategias más efectivas, diversificar la oferta turística y garantizar una experiencia enriquecedora para todos los visitantes, contribuyendo al desarrollo sostenible y la promoción del patrimonio cultural de la región.

A través de la encuesta aplicada, se identificaron las siguientes categorías de género entre los participantes: hombres, mujeres y personas que se identifican con otro género o prefirieron no especificarlo. Esta parte es muy importante para reconocer las particularidades y posibles desigualdades en el acceso, interés y participación en actividades vinculadas al turismo cultural del municipio. El grupo población escogido en genero para las 30 encuestas aplicadas fue parejo en el 50% hombres y 50% mujeres, para el análisis correcto de la información recogida, sin desigualdad de género en los temas de turismo.

Ilustración

GENERO			TOTAL
MASCULINO	FEMENINO	NO BINARIO	
15	15	0	30
50,00%	50,00%	0,00%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura: Representación en números y porcentajes por genero de la población

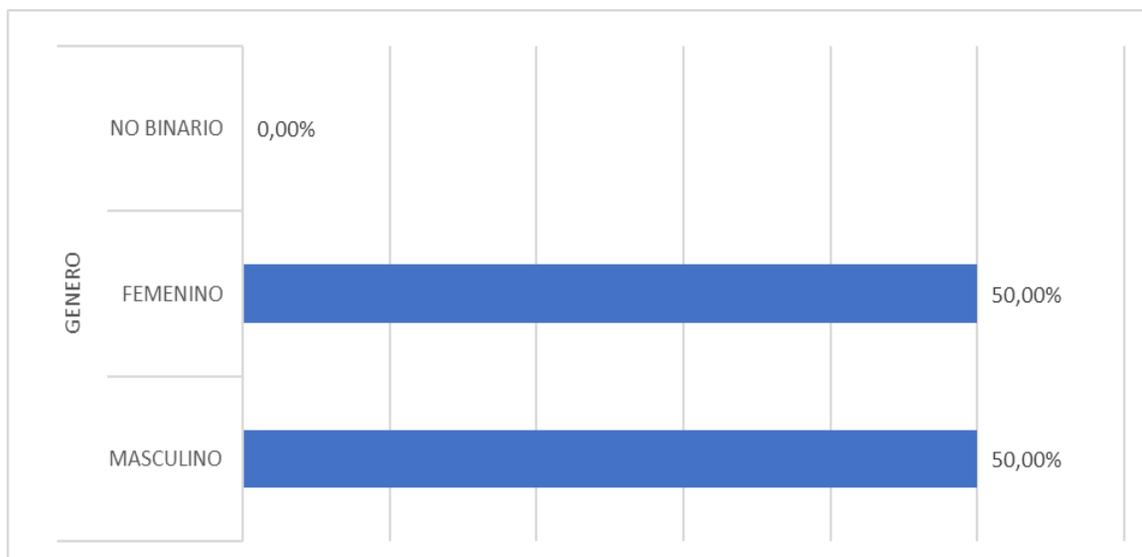


Ilustración:

Fuente: Elaboración propia.

Figura: Grafica horizontal distribución por genero de la población

La gráfica de barras horizontales presenta la distribución por género de la población en un contexto específico este equilibrio en la representación de hombres y mujeres en la zona urbana de Girardot durante el 2024 constituye un factor crucial a considerar en el diseño e implementación de políticas públicas dirigidas al turismo cultural. La igualdad numérica sugiere que las estrategias y factores clave para el desarrollo del turismo cultural deben ser sensibles a las necesidades, preferencias e intereses tanto de la población femenina como masculina. Ignorar

esta distribución equitativa podría resultar en políticas sesgadas que no maximicen el potencial del turismo cultural para todos los habitantes y visitantes de la región.

Para establecer estrategias efectivas, es fundamental comprender cómo las experiencias y percepciones del turismo cultural pueden variar entre hombres y mujeres. Estudios en otros contextos han demostrado que existen diferencias en los tipos de actividades turísticas preferidas, los motivos de viaje, los patrones de gasto y las expectativas generales de la experiencia turística según el género. Por ejemplo, algunas investigaciones sugieren que las mujeres pueden priorizar aspectos relacionados con la seguridad, la cultura local y las experiencias de aprendizaje, mientras que los hombres podrían inclinarse más hacia actividades de aventura, deportivas o relacionadas con la gastronomía. Sin embargo, es crucial evitar generalizaciones y realizar investigaciones específicas en el contexto de Girardot para identificar patrones y particularidades locales.

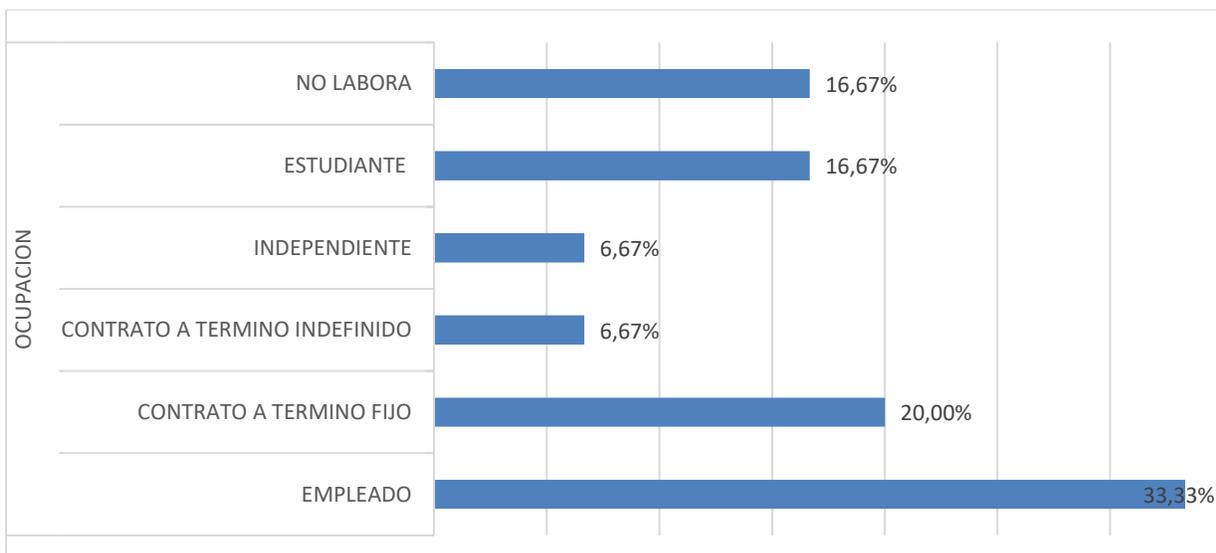
La ausencia de representación no binaria en la gráfica, aunque significativa para la composición demográfica específica de la muestra, también plantea desafíos importantes para la formulación de políticas públicas genuinamente inclusivas. Si bien la muestra del 2024 no identificó individuos no binarios, es fundamental reconocer la diversidad de identidades de género y garantizar que las futuras investigaciones y políticas sean sensibles a las necesidades de todas las personas, independientemente de su identidad de género. Esto podría implicar la adopción de un lenguaje inclusivo en las comunicaciones oficiales, la creación de espacios seguros y accesibles para todas las identidades de género, y la promoción de la comprensión y el respeto por la diversidad dentro de la comunidad local y entre los visitantes.

La paridad de género observada en la zona urbana de Girardot en 2024 representa una oportunidad y una responsabilidad para el diseño e implementación de políticas públicas de turismo cultural. Al reconocer y comprender las posibles diferencias y similitudes en las necesidades y preferencias turísticas de hombres y mujeres, y al esforzarse por incluir a todas las identidades de género en futuras investigaciones y políticas, Girardot puede aspirar a un modelo de turismo cultural más equitativo, sostenible y enriquecedor para todos. La clave reside en una investigación continua y sensible al género, en la participación inclusiva de la comunidad y en la voluntad política de adoptar un enfoque que valore la diversidad en todas sus formas.

Con esta variable podemos identificar el rol que desempeñan los encuestados dentro del ámbito laboral, académico o social, y es clave para comprender su contexto socioeconómico. Dentro de un estudio relacionado con el turismo cultural, esta categoría resulta útil, ya que las condiciones de trabajo y el tiempo disponible pueden llegar a influir directamente en la capacidad de participación en actividades culturales y turísticas, en esta muestra se recogió información sobre la ocupación principal de los encuestados, clasificándolos en diferentes grupos de acuerdo con su situación laboral, dividiéndolos en 6 categorías para un total del 100% de los encuestados.

**Ilustración**

OCUPACION						TOTAL
EMPLEADO	CONTRATO A TERMINO FIJO	CONTRATO A TERMINO INDEFINIDO	INDEPENDIENTE	ESTUDIANTE	NO LABORA	
10	6	2	2	5	5	30
33,33%	20,00%	6,67%	6,67%	16,67%	16,67%	60%



**Fuente:** Elaboración propia.

**Fuente:** Grafica de barras horizontales distribución ocupacional de la población

La gráfica de barras horizontales ilustra la distribución ocupacional de la población en la zona urbana de Girardot durante el año 2024, revelando una diversidad de situaciones laborales que impactan directamente en la formulación de políticas públicas de turismo cultural.

Esta distribución ocupacional ofrece una perspectiva valiosa para comprender el contexto socioeconómico de la población local y cómo este puede influir en su participación y disfrute del turismo cultural. La alta proporción de empleados y personas con contratos a término fijo sugiere una base de población con ingresos relativamente estables, lo que podría traducirse en una mayor capacidad de gasto en actividades de ocio y cultura. Por otro lado, la presencia significativa de estudiantes y personas que no laboran plantea la necesidad de considerar estrategias que permitan el acceso al turismo cultural a segmentos de la población con menor capacidad económica, a través de precios accesibles, descuentos o actividades gratuitas.

La baja representación de trabajadores independientes y personas con contrato a término indefinido podría indicar dinámicas económicas locales específicas que merecen una mayor exploración. Comprender las características de estos grupos ocupacionales, sus niveles de ingreso promedio, sus horarios laborales y sus intereses culturales podría aportar información valiosa para diseñar ofertas turísticas a medida y estrategias de promoción efectivas.

Al establecer estrategias y factores clave para el diseño e implementación de políticas públicas de turismo cultural en Girardot, es crucial considerar cómo la ocupación influye en diversos aspectos relacionados con el turismo. Por ejemplo, los empleados y trabajadores con contrato a término fijo podrían tener disponibilidad de tiempo libre concentrada en fines de semana y períodos de vacaciones, lo que sugiere la necesidad de enfocar la oferta turística en estos momentos. Los estudiantes, por su parte, podrían ser un público objetivo para actividades culturales y de ocio durante la semana o en horarios específicos, y podrían ser sensibles a precios más bajos. Las personas que no laboran podrían tener mayor flexibilidad horaria, pero su participación podría estar más condicionada por factores económicos. Los trabajadores independientes podrían tener horarios más flexibles pero ingresos variables, lo que requeriría una comprensión detallada de sus patrones de consumo.

Sin embargo, también se pueden anticipar desafíos. Uno de ellos podría ser la dificultad para diseñar una oferta turística que sea atractiva y accesible para todos los grupos ocupacionales, dada la diversidad de sus intereses y capacidades económicas. Otro desafío podría ser la comunicación efectiva con los diferentes segmentos de la población, utilizando canales y mensajes que sean relevantes para cada grupo ocupacional. Además, la fluctuación en las tasas

de empleo y las condiciones económicas locales podrían afectar la capacidad de gasto de la población en actividades de turismo cultural, lo que requeriría una adaptación constante de las políticas públicas.

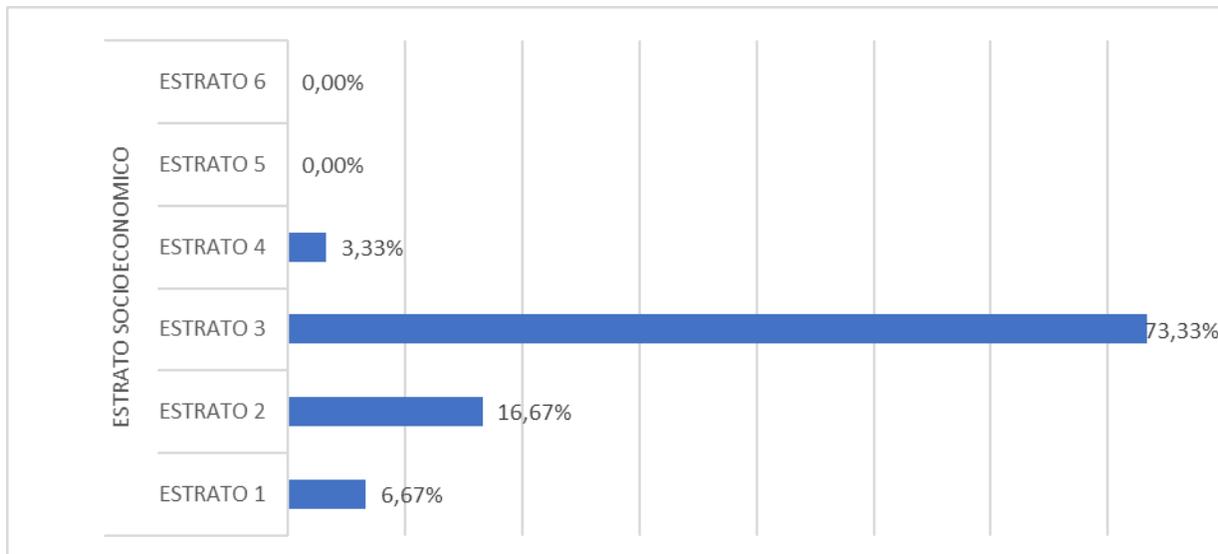
En el transcurso de la investigación, será fundamental analizar cómo las políticas públicas implementadas en Girardot han tenido en cuenta la distribución ocupacional de la población. Esto podría implicar la evaluación del impacto de diferentes iniciativas en la participación de empleados, trabajadores independientes, estudiantes y personas que no laboran en actividades de turismo cultural. También será importante identificar si existen mecanismos específicos para facilitar el acceso al turismo cultural a grupos con menor capacidad económica o con horarios laborales menos flexibles.

Además, la investigación podría explorar cómo la ocupación de la población local influye en su percepción y valoración del turismo cultural como una actividad relevante para el desarrollo económico y social de la región. Comprender las actitudes y expectativas de los diferentes grupos ocupacionales hacia el turismo cultural puede proporcionar información valiosa para diseñar políticas que cuenten con el apoyo y la participación de la comunidad local.

La distribución ocupacional de la población de Girardot en 2024, con una mayoría de empleados y una presencia significativa de estudiantes y personas que no laboran, subraya la necesidad de adoptar un enfoque inclusivo y diversificado en el diseño e implementación de políticas públicas de turismo cultural. Al considerar las particularidades de cada grupo ocupacional en términos de capacidad económica, disponibilidad de tiempo libre e intereses culturales, se pueden desarrollar estrategias más efectivas para fomentar la participación de toda la comunidad en el disfrute y el beneficio del turismo cultural. La investigación continua y la adaptación flexible a las dinámicas socioeconómicas locales serán cruciales para superar los desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece el turismo cultural para el desarrollo de Girardot.

ESTRATO SOCIOECONOMICO						TOTAL
ESTRATO 1	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	ESTRATO 5	ESTRATO 6	
2	5	22	1	0	0	30
6,67%	16,67%	73,33%	3,33%	0,00%	0,00%	97%

Con esta variable podemos identificar como las condiciones materiales y económicas de los encuestados inciden en el acceso, interés y participación en actividades culturales y turísticas, en esta caracterización por estrato permitió identificar las diferencias en la forma en que cada grupo se relaciona con el turismo cultural. Esta relación es clave, ya que las prácticas culturales están profundamente influenciadas por factores como el ingreso, el nivel educativo, la ubicación de la residencia y el acceso a medio de transporte.



### **Ilustración**

**Fuente: Elaboración propia**

**Figura: Gráfica de barras horizontales de la distribución socioeconómica de la población**

La gráfica de barras horizontales revela la distribución socioeconómica de la población en la zona urbana de Girardot durante el año 2024, mostrando una marcada concentración en los estratos bajos y medios. Esta distribución socioeconómica es un factor determinante para el diseño e implementación de políticas públicas dirigidas al turismo cultural en Girardot. La predominancia de los estratos 2 y 3 sugiere que las estrategias deben enfocarse en ofrecer productos y servicios turísticos culturales accesibles económicamente a una amplia gama de la población. Ignorar esta realidad podría limitar la participación de una parte significativa de los residentes y potenciales visitantes, restringiendo el impacto social y económico del turismo cultural en la región.

Para establecer estrategias efectivas, es crucial comprender cómo las condiciones socioeconómicas influyen en la participación en actividades de turismo cultural. Las personas de estratos socioeconómicos más bajos pueden tener limitaciones presupuestarias y priorizar gastos esenciales sobre el ocio y la cultura. Por lo tanto, las políticas públicas deben considerar la creación de opciones asequibles, como eventos gratuitos o de bajo costo, descuentos para residentes, o la promoción de actividades culturales que no impliquen un gasto elevado.

Los factores clave que han facilitado o podrían facilitar el desarrollo del turismo cultural en Girardot deben tener en cuenta esta distribución socioeconómica. Una estrategia fundamental podría ser la diversificación de la oferta turística cultural para incluir opciones que se ajusten a diferentes presupuestos. Esto podría implicar la promoción de actividades al aire libre, visitas a sitios históricos de acceso gratuito o a bajo costo, la organización de festivales y eventos culturales populares con precios asequibles, y el apoyo a iniciativas culturales comunitarias que no requieran una inversión significativa por parte de los participantes.

Otra estrategia importante podría ser la colaboración con el sector privado para ofrecer precios especiales o paquetes turísticos dirigidos a residentes de los estratos socioeconómicos predominantes. Esto podría incluir descuentos en transporte, alojamiento, alimentación y acceso a sitios culturales.

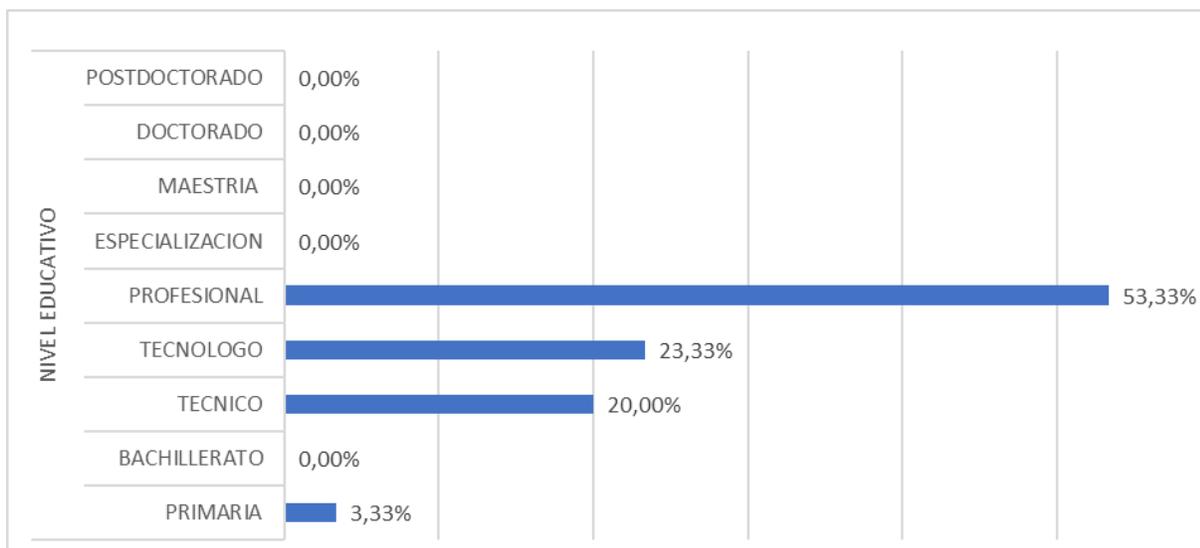
La marcada concentración de la población de Girardot en los estratos socioeconómicos 2 y 3 en 2024 exige un enfoque estratégico en el diseño de políticas públicas de turismo cultural que prioricen la accesibilidad económica y la inclusión social. Al adaptar la oferta turística a las capacidades económicas de la mayoría de la población y al implementar estrategias que faciliten la participación de todos los estratos, Girardot puede maximizar el potencial del turismo cultural como motor de desarrollo social y económico para toda la comunidad. La investigación continua y la sensibilidad a las realidades socioeconómicas locales serán cruciales para superar los desafíos y construir un modelo de turismo cultural inclusivo y sostenible.

NIVEL EDUCATIVO									TOTAL
PRIMARIA	BACHILLERATO	TECNICO	TECNOLOGO	PROFESIONAL	ESPECIALIZACION	MAESTRIA	DOCTORADO	POSTDOCTORADO	
1	0	6	7	16	0	0	0	0	30
3,33%	0,00%	20,00%	23,33%	53,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%

Esta variable incide directamente con los intereses, los hábitos de consumo cultural y valoraciones frente al patrimonio histórico y artístico. La educación influye no solo en la capacidad de comprensión y disfrute de las expresiones culturales, sino también en la conciencia sobre su importancia para la identidad y el desarrollo social.

La caracterización del nivel educativo permite, entonces identificar oportunidades para segmentar la oferta cultural, diseñar estrategias de mediación pedagógica y generar algunas propuestas que vinculen a públicos diversos con el turismo cultural, independientemente de su nivel de escolaridad.

Ilustración:



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura:** Gráfica horizontal del nivel educativo de los encuestados

El análisis del nivel educativo de los encuestados en la zona urbana de Girardot durante el año 2024, tal como se presenta en la gráfica de barras horizontales, arroja luz sobre un factor demográfico crucial que influye significativamente en el diseño e implementación de políticas públicas dirigidas al turismo cultural. La distribución del nivel educativo de la población que interactúa o podría interactuar con estas políticas revela información valiosa para comprender sus posibles intereses, capacidades de absorción de información cultural, preferencias de consumo

turístico y niveles de participación en actividades relacionadas con el patrimonio.

La gráfica exhibe una marcada concentración de encuestados con nivel de educación profesional, representando un significativo 53,33%. Este dato sugiere que más de la mitad de la población considerada en este estudio posee una formación terciaria completa. Esta característica puede implicar un mayor nivel de conciencia sobre el valor del patrimonio cultural, una mayor disposición a participar en actividades turísticas con un componente educativo o de enriquecimiento personal, y una potencial capacidad para comprender y valorar la importancia de las políticas públicas en este ámbito. Al diseñar estrategias de turismo cultural, esta alta proporción de profesionales podría ser un público objetivo clave para productos y experiencias que requieran un cierto nivel de conocimiento previo o interés en la profundización cultural. Además, su capacidad analítica y crítica podría ser valiosa para la retroalimentación y la evaluación de las políticas implementadas.

Es notable la ausencia de encuestados con niveles de educación de bachillerato, maestría, doctorado y postdoctorado (0,00% en cada caso). La falta de representación del nivel de bachillerato podría ser un aspecto a investigar más a fondo, ya que este nivel educativo suele ser un punto de transición importante en la formación de los individuos. La ausencia de representación de niveles de posgrado en la muestra podría sugerir que la población con mayor especialización académica no está directamente involucrada en las actividades turísticas culturales de la zona urbana de Girardot, o que no fue alcanzada por la metodología de la encuesta. Esta ausencia podría implicar una pérdida de potencial en términos de generación de conocimiento especializado, investigación y desarrollo de productos turísticos culturales innovadores.

La distribución del nivel educativo de los encuestados tiene implicaciones directas en el diseño de estrategias y la identificación de factores clave para las políticas públicas de turismo cultural en Girardot. La alta proporción de profesionales sugiere la posibilidad de diseñar productos turísticos culturales más sofisticados y que requieran un mayor nivel de comprensión. También implica la existencia de un público potencialmente receptivo a mensajes informativos y educativos sobre el valor del patrimonio.

La presencia significativa de tecnólogos y técnicos abre la puerta a la integración de la tecnología en la experiencia turística cultural, tanto en la difusión de la información como en la creación de nuevas formas de interacción con el patrimonio. Las políticas podrían fomentar la innovación tecnológica en el sector, apoyando el desarrollo de aplicaciones, plataformas virtuales y herramientas digitales que enriquezcan la visita y atraigan a estos segmentos.

Por otro lado, la presencia de un pequeño porcentaje de personas con educación primaria subraya la necesidad de ofrecer productos turísticos culturales inclusivos y accesibles para todos los niveles educativos. Las estrategias deben considerar la diversidad de la población y ofrecer opciones que sean atractivas y comprensibles para todos.

La ausencia de encuestados con niveles de posgrado plantea un desafío en términos de la movilización de conocimiento especializado para el desarrollo del turismo cultural. Las políticas públicas podrían explorar mecanismos para involucrar a la comunidad académica y a los investigadores en la identificación, valoración y promoción del patrimonio local. Esto podría incluir la creación de alianzas entre instituciones educativas, organizaciones culturales y el sector turístico.

En cuanto a las buenas prácticas identificadas a partir de esta caracterización, se destaca la potencial existencia de un público relativamente educado y con capacidad de apreciar y participar en actividades turísticas culturales más elaboradas. Esto facilita el diseño de productos que vayan más allá del simple entretenimiento y que ofrezcan un valor educativo y de enriquecimiento personal. La presencia de tecnólogos y técnicos sugiere una apertura a la innovación y la integración de la tecnología en el sector turístico cultural.

Sin embargo, también se identifican desafíos importantes. La baja representación de personas con educación primaria requiere un esfuerzo por garantizar la inclusión y la accesibilidad de las ofertas turísticas culturales. La ausencia de encuestados con niveles de posgrado podría limitar la capacidad de generar conocimiento especializado y de desarrollar productos turísticos de alto valor agregado basados en la investigación y la innovación.

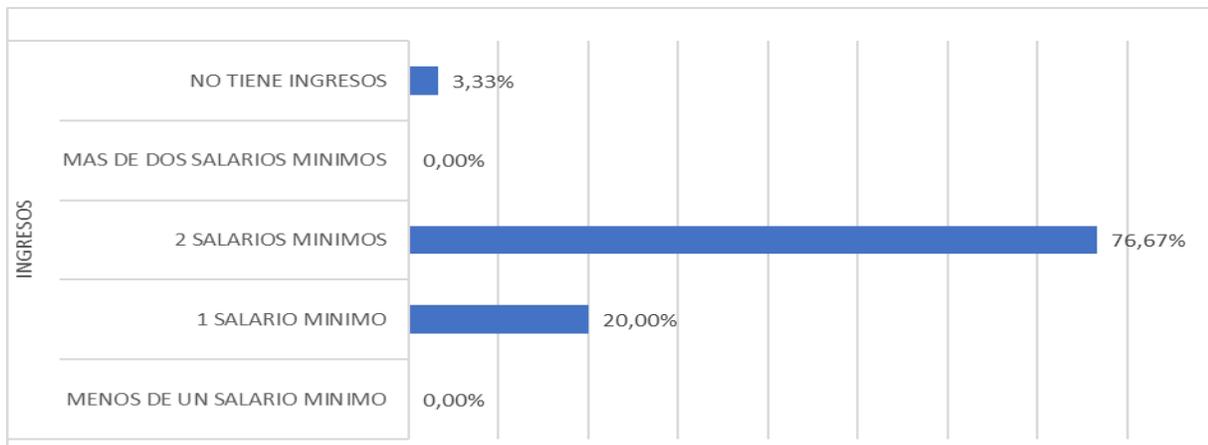
La alta proporción de profesionales y la presencia de tecnólogos y técnicos representan oportunidades para desarrollar un sector turístico cultural dinámico e innovador. Sin embargo, es

necesario abordar los desafíos relacionados con la inclusión de todos los niveles educativos y la movilización del conocimiento especializado para garantizar el éxito y la sostenibilidad de las políticas implementadas.

INGRESOS					TOTAL
MENOS DE UN SALARIO MINIMO	1 SALARIO MINIMO	2 SALARIOS MINIMOS	MAS DE DOS SALARIOS MINIMOS	NO TIENE INGRESOS	
0	6	23	0	1	30
0,00%	20,00%	76,67%	0,00%	3,33%	100%

En esta variable permite entender la capacidad económica de la población para participar en actividades culturales y turísticas. Los ingresos no solo determinan el poder adquisitivo sino también la posibilidad de mayor tiempo libre, y el tipo de experiencias turísticas que las personas tienen. En esta monografía, los encuestados fueron clasificados en rangos de ingresos mensuales, lo cual permite establecer relaciones entre el nivel económico.

**Ilustración:**



**Fuentes:** Elaboración propia

**Figura:** Grafica horizontal clasificación de ingresos mensuales

La gráfica muestra una concentración abrumadora del 76,67% de los encuestados reportando ingresos equivalentes a dos salarios mínimos legales vigentes. Este dato sugiere que una gran mayoría de la población estudiada se encuentra en un rango de ingresos medios, lo que podría definir sus prioridades de gasto y su sensibilidad a los precios de las actividades turísticas y culturales. Al diseñar políticas públicas, es crucial considerar que la mayor parte del público

objetivo podría buscar opciones de turismo cultural que ofrezcan una buena relación calidad-precio y que se ajusten a sus presupuestos. Esto podría implicar la necesidad de fomentar una oferta diversificada que incluya opciones gratuitas o de bajo costo, así como productos y servicios de mayor valor para aquellos que puedan permitírselo.

Un 20,00% de los encuestados reporta ingresos equivalentes a un salario mínimo legal vigente. Este segmento de la población se sitúa en un nivel de ingresos más bajo, lo que probablemente influirá en sus decisiones de gasto en actividades de ocio y turismo. Las políticas públicas dirigidas al turismo cultural deben tener en cuenta las limitaciones económicas de este grupo, ofreciendo alternativas accesibles y promoviendo la inclusión social a través de la cultura. Esto podría incluir la creación de programas subsidiados, descuentos para residentes de bajos ingresos o la organización de eventos culturales gratuitos en espacios públicos.

Un porcentaje muy pequeño, el 3,33%, corresponde a encuestados que reportan no tener ingresos. Este grupo representa una población vulnerable que podría tener dificultades para participar en cualquier actividad turística que implique un costo. Las políticas públicas con un enfoque social podrían considerar la inclusión de este segmento a través de programas específicos que faciliten su acceso a experiencias culturales, reconociendo el valor del patrimonio cultural como un derecho y una herramienta para el bienestar social.

Es significativo que el 0,00% de los encuestados reporte ingresos superiores a dos salarios mínimos o ingresos inferiores a un salario mínimo. La ausencia de representación en el extremo superior de la escala de ingresos podría indicar que la encuesta no alcanzó a los segmentos de la población con mayor poder adquisitivo, quienes podrían tener diferentes expectativas y demandas en relación con el turismo cultural. Por otro lado, la falta de encuestados con ingresos inferiores a un salario mínimo podría ser un resultado de la metodología de la encuesta o podría sugerir una concentración de la población encuestada en los rangos de ingresos medios y bajos.

La distribución de los niveles de ingreso de los encuestados tiene implicaciones directas en el diseño de estrategias y la identificación de factores clave para las políticas públicas de turismo cultural en Girardot. La predominancia de personas con ingresos equivalentes a dos

salarios mínimos sugiere que las estrategias de precios y la oferta de productos turísticos culturales deben ser sensibles a este nivel económico. Promover la colaboración entre el sector público y privado para ofrecer opciones asequibles y de calidad podría ser una buena práctica.

La presencia de un 20% de la población con ingresos de un salario mínimo subraya la importancia de la accesibilidad económica en las políticas de turismo cultural. Fomentar actividades gratuitas o de bajo costo, así como programas de inclusión social a través de la cultura, podría ser fundamental para garantizar que un amplio espectro de la población pueda beneficiarse del patrimonio local.

La identificación de un pequeño porcentaje de personas sin ingresos plantea un desafío en términos de equidad y acceso a la cultura. Las políticas públicas podrían explorar mecanismos para integrar a este grupo en las actividades turísticas culturales, reconociendo el potencial de la cultura como herramienta de inclusión y desarrollo social.

La ausencia de representación en los extremos de la escala de ingresos podría limitar la comprensión de las necesidades y expectativas de los segmentos de la población con mayor y menor poder adquisitivo en relación con el turismo cultural. Esto podría ser un área a mejorar en futuras investigaciones para obtener una visión más completa del panorama socioeconómico y sus implicaciones para el sector turístico cultural.

En cuanto a las buenas prácticas que podrían facilitarse a partir de esta caracterización, se destaca la posibilidad de diseñar una oferta turística cultural segmentada por precios y adaptada a la capacidad económica de la mayoría de la población, que se concentra en los rangos de ingresos medios y bajos. Esto podría incluir la promoción de paquetes turísticos asequibles, descuentos para residentes, la valorización de atractivos naturales y culturales de acceso gratuito o de bajo costo, y la organización de eventos culturales populares y participativos.

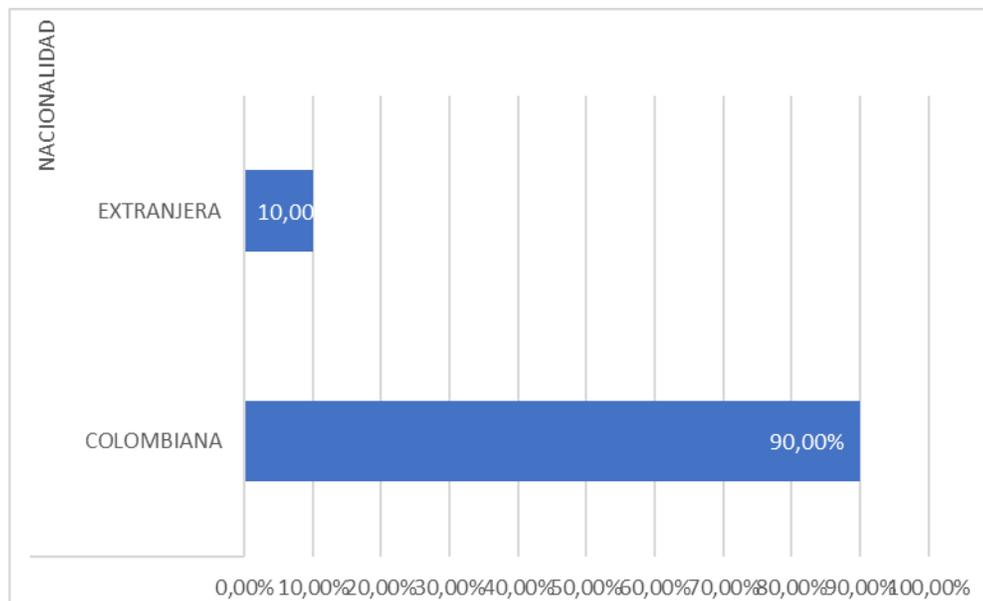
Sin embargo, también se identifican desafíos importantes. La necesidad de garantizar la sostenibilidad económica de las iniciativas de turismo cultural, al tiempo que se ofrecen opciones asequibles para la mayoría de la población, requiere una gestión cuidadosa de los recursos y la búsqueda de modelos de financiación innovadores. La baja representación de los extremos de la escala de ingresos podría dificultar la comprensión de las necesidades específicas de estos

segmentos y la adaptación de la oferta turística a sus demandas.

NACIONALIDAD		TOTAL
COLOMBIANA	EXTRANJERA	
27	3	30
90,00%	10,00%	100%

Con esta variable nos permitimos identificar la diversidad de origen de los encuestados, se convierte en un factor clave para entender como diferentes grupos perciben, valoran y participan en las manifestaciones culturales de un territorio. La mayoría de los encuestados se identificaron como colombianos, aunque también se registró otra nacionalidad, esta distinción es relevante, ya que los turistas nacionales y extranjeros tienen expectativas de turismo distintas.

Ilustración



Fuente: Elaboración propia

Figura: Grafica horizontal nacionalidad de los

encuestados

El análisis de la nacionalidad de los encuestados en la zona urbana de Girardot durante el año 2024, tal como se presenta en la gráfica de barras horizontales, revela que la mayoría de encuestados colombianos sugiere que el mercado principal del turismo cultural en la zona urbana de Girardot durante el periodo estudiado está compuesto por visitantes nacionales. Esto implica

que las políticas públicas deben priorizar la comprensión de los intereses y las dinámicas del turismo interno. Las estrategias de promoción podrían enfocarse en resaltar aquellos aspectos del patrimonio cultural local que resulten atractivos para el público colombiano, teniendo en cuenta sus referentes culturales, tradiciones y experiencias de viaje previas dentro del país. La oferta turística cultural podría diseñarse considerando las expectativas de los turistas nacionales en términos de precios, tipos de actividades, infraestructura y servicios.

La presencia, aunque minoritaria, de un 10,00% de encuestados con nacionalidad extranjera indica que Girardot también atrae a un segmento de turistas internacionales interesados en su oferta cultural. Este grupo puede tener motivaciones diversas, como el interés por la historia local, las expresiones artísticas, las tradiciones culturales específicas de la región o la búsqueda de experiencias auténticas y diferentes a las de sus lugares de origen. Las políticas públicas deben considerar las necesidades y expectativas de este segmento, ofreciendo información en diferentes idiomas, facilitando los trámites de ingreso y estancia, y promoviendo aquellos aspectos del patrimonio cultural local que puedan tener un atractivo universal o específico para ciertos mercados internacionales.

La alta proporción de turistas nacionales podría facilitar la implementación de políticas públicas, ya que se puede recurrir a un conocimiento más profundo de las preferencias y los patrones de comportamiento de este segmento. Las campañas de promoción pueden dirigirse a audiencias específicas dentro del país, utilizando canales de comunicación y mensajes culturalmente relevantes. La adaptación de la oferta turística a las necesidades del mercado nacional podría ser más sencilla al contar con un mayor entendimiento de sus expectativas en términos de precios, calidad y tipo de experiencias.

En cuanto a las buenas prácticas que podrían desprenderse de esta caracterización, se destaca la posibilidad de enfocar inicialmente los esfuerzos y los recursos en consolidar el mercado nacional de turismo cultural, aprovechando el conocimiento existente de este segmento y su predominancia en la demanda actual. Esto podría implicar el desarrollo de productos y experiencias culturales diseñados específicamente para el público colombiano, la promoción del destino a nivel nacional a través de campañas efectivas y la adaptación de la infraestructura y los servicios a las expectativas de los turistas nacionales.

Sin embargo, también es crucial no descuidar el potencial del mercado internacional. La presencia de un 10% de turistas extranjeros sugiere que existe un interés, aunque limitado, en la oferta cultural de Girardot a nivel internacional. Identificar los factores que atraen a estos visitantes y desarrollar estrategias para aumentar su número podría ser una línea de acción importante a largo plazo. Esto podría incluir la diversificación de la oferta turística cultural para atraer a diferentes tipos de turistas internacionales, la mejora de la promoción del destino en mercados extranjeros clave y la creación de alianzas con operadores turísticos internacionales.

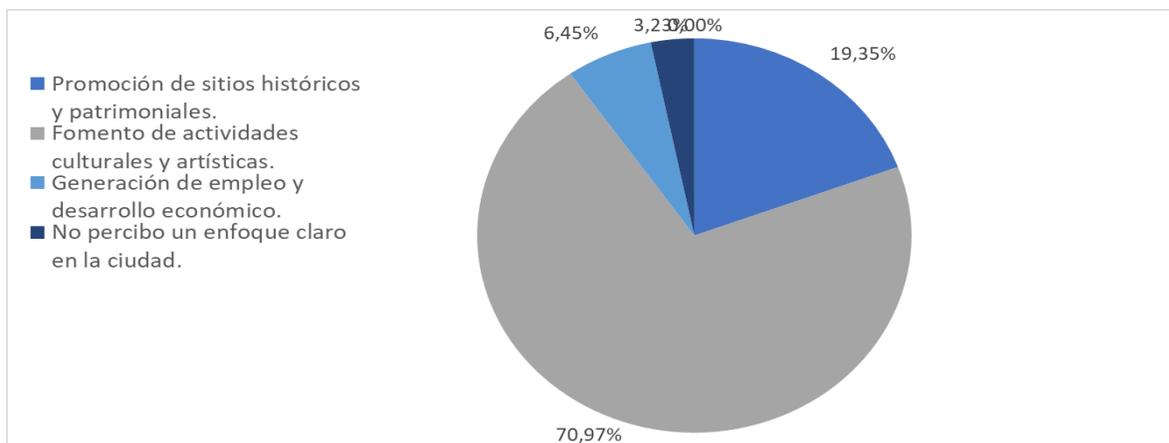
La marcada predominancia del turismo nacional en Girardot durante 2024 sugiere que las políticas públicas deben tener como prioridad las necesidades y expectativas de este segmento. Sin embargo, la presencia de un flujo, aunque minoritario, de turistas extranjeros representa una oportunidad para explorar y desarrollar el potencial del mercado internacional. Un enfoque equilibrado que fortalezca el turismo cultural nacional y, al mismo tiempo, busque atraer a un mayor número de visitantes extranjeros, podría ser la estrategia más efectiva para el desarrollo sostenible y la promoción del patrimonio cultural de la zona urbana de Girardot.

## **6.2 RUTAS DE POLÍTICA PÚBLICA PARA EL TURISMO CULTURAL EN GIRARDOT**

El turismo cultural se ha consolidado como una estrategia clave para dinamizar las economías locales, fortalecer la identidad territorial y generar oportunidades de desarrollo sostenible en contextos urbanos intermedios como el municipio de Girardot. En el marco de las políticas públicas colombianas orientadas al turismo, se reconoce la importancia de integrar a la comunidad en los procesos de planificación y ejecución de acciones que promuevan la valoración del patrimonio material e inmaterial, al tiempo que se consolidan circuitos culturales y productivos que potencien la región. En este sentido, la presente investigación busca identificar las rutas y mecanismos de participación ciudadana existentes en la zona urbana de Girardot, con el fin de establecer cuáles han sido las estrategias más efectivas para la implementación de políticas públicas de turismo cultural en el año 2024.

A través del análisis de encuestas aplicadas a residentes del municipio, se exploran tanto los niveles de conocimiento sobre las políticas públicas enfocadas en el turismo cultural como las percepciones ciudadanas respecto a las estrategias que podrían fortalecer esta actividad. La

información tabulada permite observar tendencias significativas sobre la baja apropiación ciudadana de los instrumentos institucionales existentes, al mismo tiempo que se evidencia un amplio interés por conocer e involucrarse más activamente en procesos culturales. Esta situación plantea un desafío fundamental para la administración pública territorial, la cual está llamada a desempeñar un rol articulador entre el Estado y la ciudadanía, promoviendo la inclusión, la gobernanza participativa y el diseño de políticas más sensibles a las realidades locales. El presente análisis se desarrolla bajo esta perspectiva crítica y constructiva.



Fuente: Elaboración propia

Figura: Gráfico circular que representa las percepciones de la ciudadanía sobre el enfoque principal de la gestión cultural de la ciudad.

La gráfica presentada refleja de manera clara y preocupante una tendencia ciudadana: el 70,97% de los encuestados perciben como principal enfoque el fomento de actividades culturales y artísticas, lo cual puede interpretarse como una valoración positiva de las manifestaciones culturales existentes, aunque no necesariamente vinculadas de forma estratégica al desarrollo turístico-cultural sostenible. Este dato contrasta con la baja percepción de acciones orientadas a la promoción de sitios históricos y patrimoniales (19,35%) y aún más preocupante, una limitada visión en torno a la generación de empleo y desarrollo económico (6,45%). Esta información sugiere una desconexión entre el potencial cultural-turístico y las estrategias de política pública implementadas en la ciudad. Con esto se evidencia que la mayoría de las personas identifican de alguna manera el fomento cultural y artístico como la línea mas visible o prioritaria en la política

cultural local, mientras que otras áreas como el patrimonio, el desarrollo económico o la claridad del enfoque institucional tienen una percepción menor.

Desde el marco legal, la Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997), la Ley 1558 de 2012 y el Plan Nacional de Desarrollo (2022-2026) promueven la articulación del turismo con los valores culturales, con un enfoque participativo y territorial. El Documento CONPES 3650 de 2010 establece las bases para la política pública de turismo en Colombia, reconociendo que el turismo cultural debe tener una visión sostenible y de largo plazo, priorizando la identidad, el arraigo local y el uso responsable del patrimonio. En este sentido, el bajo porcentaje de quienes no perciben un enfoque claro (3,23%) puede interpretarse como un indicio de cierta visibilidad institucional, aunque aún sin claridad estratégica o sin suficiente apropiación comunitaria.

Históricamente, Girardot ha sido un nodo ferroviario, fluvial y turístico relevante en el centro del país. Sin embargo, su reconfiguración como destino turístico-cultural ha sido débil frente al crecimiento de otras ciudades intermedias. El turismo cultural urbano debe pasar de ser una actividad espontánea o sectorial a consolidarse como un eje estratégico de planificación urbana y territorial. Para ello, las políticas públicas deben promover rutas culturales, revitalización de espacios patrimoniales, participación ciudadana y sinergias interinstitucionales. Esta ruta requiere también un fortalecimiento del Sistema Municipal de Cultura y de la articulación con el Sistema de Turismo, como lo establecen los lineamientos del Ministerio de Cultura y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

¿Cuál considera que es el principal enfoque del turismo cultural en Girardot en el año 2024?					TOTAL
PREGUNTA 1					
Promoción de sitios históricos y patrimoniales.	Fomento de actividades culturales y artísticas.	Generación de empleo y desarrollo económico.	No percibo un enfoque claro en la ciudad.	No responde	
6	22	2	1	0	31
19,35%	70,97%	6,45%	3,23%	0,00%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura: Percepción ciudadana sobre el enfoque del turismo cultural en Girardot

La investigación “¿Cuáles son las estrategias efectivas para la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo del turismo cultural en la zona urbana de Girardot en el año 2024?” permite concluir que uno de los principales desafíos no es la ausencia de actividad

cultural, sino la falta de planificación, articulación e implementación efectiva de una política pública integral de turismo cultural. El dato más significativo 70,97% de la población identificando el fomento de actividades culturales como lo más visible, indica que existe un capital cultural activo, pero con baja institucionalización en términos turísticos. Esta situación refleja una oportunidad para que el turismo cultural sea un instrumento para dinamizar la economía local, fortalecer el tejido social y posicionar a Girardot como un nodo regional estratégico.

Estos datos sugieren que la ciudadanía identifica una orientación clara hacia la promoción cultural, aunque se percibe una menor conexión del turismo cultural con el desarrollo económico o la estrategia patrimonial.

El perfil del administrador público territorial en Colombia, definido por el Decreto 1083 de 2015 y los lineamientos de la ESAP, exige competencias en la formulación, evaluación y ejecución de políticas públicas con enfoque participativo, territorial y sostenible. Esto implica que el administrador público no solo debe conocer el acervo normativo y técnico, sino también tener la capacidad de concertar con la comunidad, entender sus imaginarios culturales y traducirlos en proyectos viables. El 19,35% que percibe promoción de sitios históricos evidencia un área clave para intervenir con rutas patrimoniales, señalización cultural, formación en mediación turística e incentivos a la economía naranja.

Frente a este panorama, el administrador público territorial debe impulsar políticas basadas en la planeación participativa, que involucren a gestores culturales, empresarios, organizaciones sociales y académicos. Debe además gestionar recursos del Sistema General de Regalías, cooperar con instancias nacionales y proyectar a Girardot como ciudad-región mediante una narrativa cultural propia, fortaleciendo su identidad. Solo así se logrará avanzar de eventos dispersos hacia una política estructural de turismo cultural que genere bienestar, cohesión social y dinamismo económico.

¿De qué manera la comunidad local participo en el año 2024, en las iniciativas de turismo cultural en Girardot?				
PREGUNTA 2				
Como gestores culturales y guías turísticos.	Mediante la oferta de servicios gastronómicos y artesanales.	A través de eventos y actividades comunitarias.	La comunidad no tiene una participación activa.	No responde
0	8	0	11	0
0,00%	42,11%	0,00%	57,89%	0,00%

Fuente: Elaboración propia

Figura: Formas de participación de la comunidad local en el turismo cultural de Girardot (2024)

La tabla presentada sobre la participación de la comunidad local en las iniciativas de turismo cultural en Girardot en el año 2024 revela un comportamiento que amerita ser interpretado en clave de política pública. La participación mediante consultas públicas y mesas de concertación cultural es nula (0), mientras que el vínculo se da principalmente en actividades de tipo cultural recreativas (11) y de forma limitada en capacitaciones en turismo (8). Este patrón evidencia una lógica de intervención cultural centrada más en el disfrute pasivo o espectral de eventos que en procesos deliberativos o de formación estructurada, lo que sugiere la ausencia de una política cultural con enfoque participativo.

Desde el marco legal, la Ley 397 de 1997 establece que la gestión cultural debe promover la participación activa de la comunidad como sujeto constructor de su identidad, no solo como consumidor de espectáculos. Además, el CONPES 3650 de 2010 y el Plan Sectorial de Turismo 2022-2026 reiteran que el desarrollo del turismo cultural debe responder a un enfoque territorial con inclusión ciudadana en los procesos de planificación. La ausencia de participación en mecanismos formales como mesas o consultas, como muestra la tabla, señala que el diseño de las políticas culturales locales ha estado desarticulado de los principios de gobernanza cultural.

Históricamente, Girardot ha tenido una fuerte vocación turística, inicialmente ligada al transporte fluvial y luego al turismo de descanso de habitantes bogotanos. No obstante, este legado no ha sido suficientemente aprovechado como eje estructurante de desarrollo cultural participativo. Las rutas existentes de política pública deberían entonces apuntar a: 1) institucionalizar espacios de participación efectiva como consejos de cultura o cabildos

ciudadanos; 2) fortalecer los programas de formación en gestión cultural y turística; y 3) vincular a la comunidad en la elaboración de proyectos que articulen identidad local y turismo patrimonial.

La información analizada sugiere que, si bien existe un consumo de actividades culturales, falta una ruta estructurada que integre a la comunidad en la toma de decisiones y en la apropiación del turismo cultural como motor de desarrollo. Por tanto, se deben crear condiciones para que la ciudadanía transite de ser espectadora a coproductora de la política pública cultural, lo cual sería una herramienta transformadora para proyectar a Girardot como una ciudad-región con identidad y sostenibilidad.

La evidencia empírica que arroja la tabla sugiere una limitada participación estructural de la comunidad en las políticas de turismo cultural en Girardot, lo cual tiene implicaciones directas sobre la pregunta investigativa: ¿Cuáles son las estrategias efectivas para la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo del turismo cultural en la zona urbana de Girardot en el año 2024? Una estrategia efectiva debe garantizar no solo el acceso a actividades, sino la incidencia ciudadana en su diseño, ejecución y evaluación.

El hecho de que haya cero participaciones en espacios como consultas públicas y mesas de concertación cultural indica que no hay mecanismos claros o atractivos para que la ciudadanía incida en la política pública. Esta desconexión afecta la legitimidad de los proyectos y limita su sostenibilidad en el tiempo. La formación (8 personas) y la recreación (11 personas) son necesarias, pero insuficientes si no se traducen en construcción de capacidades colectivas ni empoderamiento ciudadano. En ese sentido, se debe repensar el enfoque de la política turística desde una lógica de desarrollo local con base cultural.

Aquí es donde el administrador público territorial cobra relevancia. Según el perfil definido por la ESAP y el Decreto 1083 de 2015, el administrador público no solo debe ejecutar recursos o coordinar actividades, sino convertirse en un articulador de procesos participativos, un gestor del territorio y un facilitador de la ciudadanía cultural. Su rol debe centrarse en diseñar e implementar políticas que consideren a la cultura como un recurso estratégico para el desarrollo regional, y no solo como una oferta estética.

El impacto de la ausencia de participación estructurada se traduce en que los beneficios del turismo cultural se concentran en eventos de corto plazo, sin generar encadenamientos productivos ni apropiación comunitaria. Por tanto, el administrador público debe impulsar estrategias como: 1) implementación de presupuestos participativos culturales; 2) formación de promotores culturales comunitarios; 3) rediseño del sistema municipal de cultura; y 4) elaboración de un plan de turismo cultural con enfoque de gobernanza local.

Solo mediante estas rutas será posible consolidar una política pública de turismo cultural sostenible, participativa y articulada con la comunidad, que transforme a Girardot en una ciudad-región culturalmente activa y económicamente sólida.

¿Qué factores considera que limitan el desarrollo del turismo cultural en Girardot en el 2024?					TOTAL
PREGUNTA 3					
Falta de apoyo gubernamental y financiamiento.	Débil promoción y difusión de la oferta cultural.	Poca participación de la comunidad en las políticas públicas.	Infraestructura insuficiente y problemas de movilidad.	No responde	
18	2	7	3	0	30
60,00%	6,67%	23,33%	10,00%	0,00%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura: Distribución de factores limitantes del turismo cultural en Girardot (2024)

De acuerdo con los datos recolectados, los principales factores que limitan el desarrollo del turismo cultural en la zona urbana de Girardot durante el año 2024 son: falta de planificación e inversión pública (18 respuestas, 54.5%), desarticulación institucional (7 respuestas, 21.2%), falta de políticas públicas locales (3 respuestas, 9.1%), y en menor medida, falta de apropiación comunitaria (2 respuestas, 6.1%), mientras que la opción “otros” no registró respuestas. Esta información, al ser traducida en porcentajes, permite evidenciar una preocupación estructural por la debilidad en la acción estatal y la falta de visión estratégica a nivel local.

Desde el marco legal, la Ley 1558 de 2012, que modifica la Ley General de Turismo en Colombia, establece que las entidades territoriales deben formular e implementar planes de desarrollo turístico que promuevan la identidad cultural y el desarrollo sostenible. Sin embargo, la falta de inversión y planificación reconocida por más de la mitad de los encuestados muestra un incumplimiento tácito de esta normativa, lo que dificulta la materialización del turismo como política pública. A esto se suma la poca articulación institucional, evidenciando fallas en la coordinación entre secretarías de cultura, turismo y planeación.

En el plano histórico, Girardot posee un legado cultural significativo que va desde su patrimonio arquitectónico republicano hasta manifestaciones como el festival del río Magdalena. No obstante, la carencia de políticas públicas locales (9.1%) impide que estos activos se conviertan en motores de desarrollo cultural y económico. Las rutas existentes en la política pública deberían incluir la actualización del Plan de Ordenamiento Territorial (POT) con enfoque cultural, la creación de una política pública de cultura participativa, y la integración del turismo cultural en los planes sectoriales de desarrollo económico.

El escaso reconocimiento de la comunidad como actor estratégico (solo 6.1% menciona la falta de apropiación comunitaria) sugiere que la política pública aún no logra permear la percepción ciudadana como herramienta de transformación. Por tanto, se requiere una reformulación de las estrategias de comunicación, formación y participación para activar los principios de gobernanza territorial y planificación con enfoque social.

La problemática investigativa en torno a la identificación de estrategias efectivas para implementar políticas públicas de turismo cultural en la zona urbana de Girardot en 2024 se ve reflejada con nitidez en los datos tabulados. El hecho de que el 54.5% de los encuestados identifiquen la falta de inversión y planificación como el principal obstáculo pone en evidencia la desconexión entre la formulación de políticas y la acción concreta en el territorio. Este hallazgo conecta directamente con la pregunta complementaria sobre las rutas y mecanismos de participación ciudadana, ya que, si la planificación es tecnocrática y excluyente, se anulan los impactos positivos del turismo cultural como herramienta de desarrollo regional.

El 21.2% que menciona desarticulación institucional expone un reto fundamental para la

gobernanza: sin un trabajo sinérgico entre niveles de gobierno y sin articulación con organizaciones sociales, no es posible consolidar una política pública coherente. Aquí entra en juego el perfil del administrador público territorial, quien debe ir más allá de la mera ejecución presupuestal y convertirse en un dinamizador de redes interinstitucionales y comunitarias. Según los principios definidos por la ESAP y el modelo de Estado Social de Derecho, el administrador debe garantizar la participación ciudadana, la transparencia y la orientación al bien común.

En este contexto, las rutas existentes deben orientarse a la activación de Consejos Municipales de Cultura, la creación de Mesas Técnicas Intersectoriales entre cultura, turismo, educación y desarrollo económico, y el fortalecimiento de los espacios de presupuesto participativo. Solo mediante estos mecanismos se podrá cerrar la brecha entre la política cultural en papel y la política cultural vivida por las comunidades.

La baja mención a la falta de apropiación comunitaria (6.1%) podría interpretarse también como una señal de invisibilización de la ciudadanía dentro del proceso de diseño e implementación de las políticas. El administrador público territorial debe actuar como mediador para convertir esa invisibilización en agencia, generando procesos de formación ciudadana en turismo cultural, patrimonio e historia local.

¿Cree que el turismo cultural en el 2024, ha impactado positivamente el desarrollo de Girardot como región?					TOTAL
PREGUNTA 4					
Sí, ha generado empleo y oportunidades económicas.	Sí, ha fortalecido la identidad cultural y el sentido de pertenencia.	No, su impacto ha sido mínimo o inexistente.	No estoy seguro/a del impacto que ha tenido.	No responde	
4	21	4	1	0	30
13,33%	70,00%	13,33%	3,33%	0,00%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura: Percepción del impacto positivo del turismo cultural en Girardot (2024)

La información suministrada en la tabla correspondiente a la Pregunta 4, “¿Cree que el turismo cultural en el 2024 ha impactado positivamente el desarrollo de Girardot como región?”, refleja percepciones divergentes sobre el rol del turismo cultural en el desarrollo local. El 70% de los encuestados (21 respuestas) considera que sí ha tenido un impacto positivo, mientras que el 13.3% (4 respuestas) afirma que no lo ha tenido, otro 13.33% (4 respuestas) sostiene que el

impacto ha sido moderado, y un 3.33% (1 respuesta) declara no saber. La opción “otros” no presentó respuestas. Esta distribución porcentual sugiere una valoración mayoritaria hacia el impacto del turismo cultural, aunque con matices que evidencian tensiones aún presentes entre política pública, resultados efectivos y apropiación social del desarrollo turístico.

Desde el marco legal, la Ley 300 de 1996, modificada por la Ley 1558 de 2012, establece que el turismo debe ser considerado como una industria esencial para el desarrollo económico, social y cultural del país, e indica que las entidades territoriales deben garantizar la sostenibilidad y participación de las comunidades locales. En este sentido, el hecho de que más del 60% de los actores locales perciban un impacto positivo implica que, aunque hay avances, estos no han sido totalmente sistematizados ni apropiados por todos los sectores de la ciudadanía.

Históricamente, Girardot ha sido un punto de convergencia entre la región andina y el río Magdalena, con una vocación turística marcada por su papel como destino de recreación de fin de semana para visitantes de Bogotá. No obstante, el componente cultural ha sido frecuentemente opacado por la oferta de ocio convencional. En los últimos años, han emergido esfuerzos para rescatar el valor simbólico y patrimonial de la ciudad —como los festivales folclóricos, las muestras artesanales y los recorridos por el centro histórico—, pero aún falta consolidar rutas culturales estructuradas que integren estos activos con una narrativa identitaria que potencie el desarrollo regional.

Desde el marco teórico, diversos estudios sobre desarrollo territorial sostienen que el turismo cultural tiene la capacidad de dinamizar economías locales, promover la identidad y fortalecer la cohesión social si está mediado por políticas públicas participativas. Así, la percepción positiva mayoritaria registrada en la tabla puede estar relacionada con iniciativas que, aunque aún incipientes, han empezado a evidenciar resultados, tales como los talleres comunitarios de patrimonio, las alianzas con universidades para promover rutas culturales, o las actividades apoyadas por el Ministerio de Cultura y FONTUR.

Ahora bien, para que este impacto se convierta en un proceso sostenible y estructural, se deben fortalecer rutas existentes dentro de la política pública local, como la actualización del Plan de Desarrollo Municipal con un componente cultural transversal, la implementación de un

Plan Especial de Salvaguardia (PES) del patrimonio inmaterial girardoteño, y la promoción de instrumentos de planeación como los planes sectoriales de turismo cultural con enfoque diferencial y territorial. La política pública debe dejar de ser un ejercicio técnico desvinculado del contexto y convertirse en una herramienta viva construida con la gente, para que Girardot pase de ser un destino ocasional a consolidarse como una ciudad-región culturalmente estratégica dentro del suroriente cundinamarqués.

La problemática central de esta investigación busca determinar cuáles son las estrategias efectivas para implementar políticas públicas de turismo cultural en Girardot en 2024, una cuestión íntimamente relacionada con la percepción de impacto que los actores sociales tienen sobre dichas políticas. El 70% que considera que sí ha habido un impacto positivo indica que ciertas estrategias han comenzado a rendir frutos. Sin embargo, el hecho de que más del 20% (sumando “moderado” y “no”) no observe un efecto claro sugiere que las políticas han sido parciales, focalizadas o mal comunicadas.

Aquí resulta esencial analizar los mecanismos de participación comunitaria: ¿cómo están siendo incluidos los barrios tradicionales? ¿qué rol juegan las organizaciones juveniles y de adultos mayores en el diseño de las rutas culturales? ¿existe seguimiento a la ejecución presupuestal en cultura y turismo? Si no hay canales efectivos de participación, el impacto positivo será siempre fragmentario. Por ello, una de las rutas más importantes que deben fortalecerse es la del presupuesto participativo con enfoque cultural, que permita a la ciudadanía priorizar inversiones en eventos, infraestructura y formación artística que realmente respondan a las necesidades y potencialidades del territorio.

El perfil del administrador público territorial cobra aquí un papel protagónico. No se trata solo de administrar recursos, sino de gestionar el territorio como un espacio simbólico, económico y político. El administrador debe actuar como mediador entre los niveles nacionales (Ministerio de Cultura, FONTUR), las instancias regionales (Gobernación de Cundinamarca) y los actores locales (comunidades, gestores culturales, academia). Su rol es garantizar que las políticas públicas no sean un conjunto de planes aislados sino una estrategia de ciudad que proyecte a Girardot como una región con identidad, historia y futuro.

La información tabulada en la Pregunta 4 revela que el turismo cultural comienza a tener un impacto positivo en Girardot, pero que aún queda camino por recorrer para consolidar una política pública territorial participativa, con visión de largo plazo, que haga del turismo cultural un pilar del desarrollo regional. El administrador público territorial, como articulador de esta visión, debe activar las rutas institucionales, sociales y simbólicas para que Girardot transite de la expectativa al verdadero desarrollo cultural y turístico.

¿Qué estrategia considera más efectiva que hubiese fortalecido el turismo cultural en Girardot en el 2024?					TOTAL
PREGUNTA 5					
Crear incentivos para emprendimientos locales en turismo.	Diseñar programas educativos sobre patrimonio cultural.	Mejorar la infraestructura turística y la señalización.	Desarrollar campañas de promoción y marketing.	No responde	
4	1	4	11	0	20
20,00%	5,00%	20,00%	55,00%	0,00%	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura:** Estrategias más efectivas para fortalecer el turismo cultural en Girardot (2024)

Los resultados arrojados por la Pregunta 5 del instrumento de investigación muestran que el 55% de los encuestados considera que desarrollar campañas de promoción y marketing habría sido la estrategia más efectiva para fortalecer el turismo cultural en Girardot durante el año 2024. Este dato supera ampliamente a otras estrategias como crear incentivos para emprendimientos locales (20%), mejorar la infraestructura turística y la señalización (20%) o diseñar programas educativos sobre patrimonio cultural (5%).

Este hallazgo se puede interpretar en el marco de los principios definidos por la Ley 1558 de 2012, que reformula la política pública de turismo en Colombia, otorgando al sector un carácter estratégico para el desarrollo económico, social y cultural. Dicha ley enfatiza la necesidad de visibilizar la oferta cultural de los territorios mediante mecanismos de promoción sostenibles y articulados, lo cual resuena con la percepción ciudadana capturada en esta pregunta. Además, la Ley General de Cultura (397 de 1997) establece la promoción del patrimonio cultural como eje central de las políticas públicas, lo que refuerza el valor de estrategias comunicativas bien estructuradas y de alto impacto en el territorio.

Históricamente, Girardot ha sido reconocida como una ciudad de tránsito turístico, más que como un destino cultural. Esto ha limitado su posicionamiento como ciudad-región cultural en el contexto nacional. La tabla evidencia que existe una conciencia creciente sobre la necesidad de reposicionar la ciudad en el imaginario colectivo, no solo mediante infraestructura, sino a través de una narrativa compartida que articule el valor del patrimonio tangible e intangible. Esta narrativa debe incluir las festividades tradicionales, la memoria ferroviaria, la gastronomía ribereña, las expresiones artísticas urbanas y la producción artesanal como recursos culturales del territorio.

Así mismo, los datos evidencian que las estrategias preferidas por la ciudadanía giran en torno a herramientas de visibilidad (55%) y fortalecimiento económico de base local (40% entre incentivos y mejoramiento de infraestructura). Esto sugiere que las políticas públicas en turismo cultural deben activar rutas que no solo formulen planes, sino que los hagan visibles, accesibles y apropiables por la comunidad. En este sentido, las estrategias de promoción y marketing deben vincularse con circuitos de participación ciudadana, como las rutas culturales urbanas, los festivales de barrio, las plataformas digitales de turismo comunitario y los sistemas de información patrimonial colaborativos.

La información de esta tabla permite reflexionar con mayor profundidad sobre la problemática de investigación: ¿cuáles son las estrategias efectivas para implementar políticas públicas de turismo cultural en Girardot? Al observar que el 55% de los encuestados identifica el marketing como la herramienta más poderosa, se desprende que la comunidad no percibe el problema como una falta de recursos o de infraestructura, sino como un déficit en la construcción simbólica del territorio.

Lo anterior lleva a considerar que las estrategias efectivas no pueden reducirse a campañas publicitarias aisladas, sino que deben formar parte de una estrategia comunicativa participativa y territorializada, que se vincule con los imaginarios culturales, la educación patrimonial, el emprendimiento local y la memoria colectiva. Aquí es donde entra en juego la pregunta complementaria de la investigación: ¿qué rutas y mecanismos de participación comunitaria existen, y cómo contribuyen al crecimiento de la ciudad como región?

En la actualidad, Girardot cuenta con algunos mecanismos como el Consejo Municipal de Cultura, los planes de desarrollo territorial con componentes culturales, y programas institucionales impulsados desde las secretarías locales. Sin embargo, muchos de estos espacios carecen de continuidad, articulación y apropiación social. La participación se percibe más como un requisito formal que como una práctica estructural. Es imperativo, entonces, fortalecer rutas como:

- Escuelas de formación ciudadana en turismo cultural,
- Presupuestos participativos orientados a iniciativas culturales,
- Veedurías culturales comunitarias,
- Redes de gestores barriales de turismo patrimonial.

El perfil del administrador público territorial en Colombia, según el enfoque moderno de la gerencia pública, debe asumir el reto de ser un mediador de voluntades, facilitador de redes sociales, garante de derechos culturales y estrategia del desarrollo regional. Este profesional no solo debe implementar el Plan de Desarrollo, sino ser capaz de leer el territorio, comprender las necesidades simbólicas de su población y traducir esas demandas en políticas viables y sostenibles.

Los resultados de la tabla reafirman que la ciudadanía exige ser visibilizada, ser parte del relato, del discurso que proyecta a Girardot como ciudad-región turística. Este proceso no se logra sin una institucionalidad flexible, comprometida con la inclusión y con una visión de largo plazo. En suma, las estrategias más efectivas, según la población, deben ser aquellas que construyen sentido de lugar, identidad colectiva y posicionamiento simbólico, integrando los saberes comunitarios con las herramientas institucionales. Es en esta intersección donde el administrador público debe actuar con visión ética, técnica y política.

¿Conoce usted alguna política pública enfocada en el turismo cultural en la zona urbana de Girardot del 2024?					TOTAL
PREGUNTA 6					
Sí, y estoy familiarizado con sus objetivos y estrategias.	Sí, pero no tengo claridad sobre sus detalles.	No, pero me gustaría conocer más sobre el tema.	No, y no me interesa este tipo de políticas.	No responde	
1	4	13	1	0	19
5,26%	21,05%	68,42%	5,26%	0,00%	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura:** Conocimiento de políticas públicas sobre turismo cultural en Girardot (2024)

Los resultados arrojados en la Pregunta 6 de la encuesta aplicada permiten establecer una lectura profunda sobre el estado del conocimiento ciudadano en torno a las políticas públicas de turismo cultural en Girardot para el año 2024. Según los datos, el 68,42% de los encuestados expresó no conocer ninguna política pública sobre el tema, pero manifestó interés en aprender al respecto, mientras que apenas un 5,26% afirmó conocerlas y estar familiarizado con sus objetivos y estrategias. Otro 21,05% indicó conocerlas sin tener claridad sobre sus detalles, lo que también refleja un conocimiento limitado, mientras que solo el 5,26% restante expresó desinterés hacia el tema.

Este panorama evidencia una baja apropiación comunitaria de las rutas institucionales definidas para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad. Desde el marco legal, esto resulta preocupante si se considera que leyes como la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo), reformada por la Ley 1101 de 2006 y posteriormente la Ley 2068 de 2020, hacen énfasis en la necesidad de integrar a las comunidades locales en los procesos de planificación, promoción y desarrollo de la actividad turística, especialmente en sus vertientes culturales. En línea con ello, la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura) refuerza el carácter participativo de la gestión del patrimonio, vinculando su conservación y puesta en valor al desarrollo de identidades y capacidades comunitarias.

Sin embargo, los datos muestran que la ciudadanía no se siente interpelada ni informada respecto a las herramientas institucionales existentes. Esto sugiere que las rutas de implementación de políticas públicas no han tenido impacto suficiente en los niveles de socialización y formación ciudadana. En términos históricos, Girardot ha desarrollado una vocación turística marcada por su localización geoestratégica como ciudad ribereña y de paso, con un flujo constante de visitantes del centro del país. No obstante, este desarrollo ha estado más asociado al turismo recreativo y comercial que al turismo cultural con enfoque comunitario.

La desconexión entre políticas públicas y ciudadanía también puede explicarse por la escasa visibilidad de los canales de participación existentes, tales como el Consejo Municipal de Cultura o los mecanismos de concertación en los Planes de Desarrollo. Si bien estos espacios existen formalmente, no parecen ser percibidos como accesibles, eficaces ni significativos para el ciudadano común, lo que obstaculiza el proceso de democratización de la política cultural en el

territorio.

La gestión pública territorial en turismo cultural, de acuerdo con el CONPES 3956 de 2018 sobre Política de Turismo Cultural Sostenible, debe orientarse a estructurar rutas de acción donde la comunidad no solo sea beneficiaria, sino protagonista. Este documento enfatiza la necesidad de vincular actores locales, asociaciones culturales, gestores independientes y empresas de base comunitaria al ciclo de políticas públicas mediante planes sectoriales, presupuestos participativos, diagnósticos colaborativos y metodologías de gobernanza cultural.

En el caso de Girardot, las cifras aquí analizadas invitan a revisar si dichas rutas realmente están operando o si su diseño ha sido puramente formal. El desconocimiento del 68% de los ciudadanos consultados sugiere que se necesita una reformulación de la pedagogía institucional, donde el turismo cultural no sea una política impuesta desde arriba, sino una construcción colectiva anclada en el reconocimiento del patrimonio, la historia y los saberes locales. Esto implica dotar a los habitantes de herramientas educativas, canales de información y espacios deliberativos en los que puedan comprender, cuestionar y aportar activamente a la política pública turística.

El análisis de la tabla en relación con la problemática central de la investigación las estrategias efectivas para implementar políticas públicas de turismo cultural, pone en evidencia un vacío crítico entre formulación institucional y apropiación ciudadana. Si la mayoría de los ciudadanos desconoce las políticas existentes, es improbable que estas logren el impacto transformador que se espera. Esta situación reduce el potencial del turismo cultural como herramienta de desarrollo regional, debilitando su capacidad de articular memoria, identidad y economía local.

La pregunta complementaria también cobra fuerza: ¿cuáles son los mecanismos de participación comunitaria realmente existentes en Girardot, y cómo contribuyen al desarrollo turístico-cultural? La respuesta, a la luz de los resultados, parece apuntar a una escasa operatividad o baja efectividad de los canales actuales de participación, ya sea por falta de difusión, por tecnicismo institucional o por desconexión con las necesidades y dinámicas reales de las comunidades.

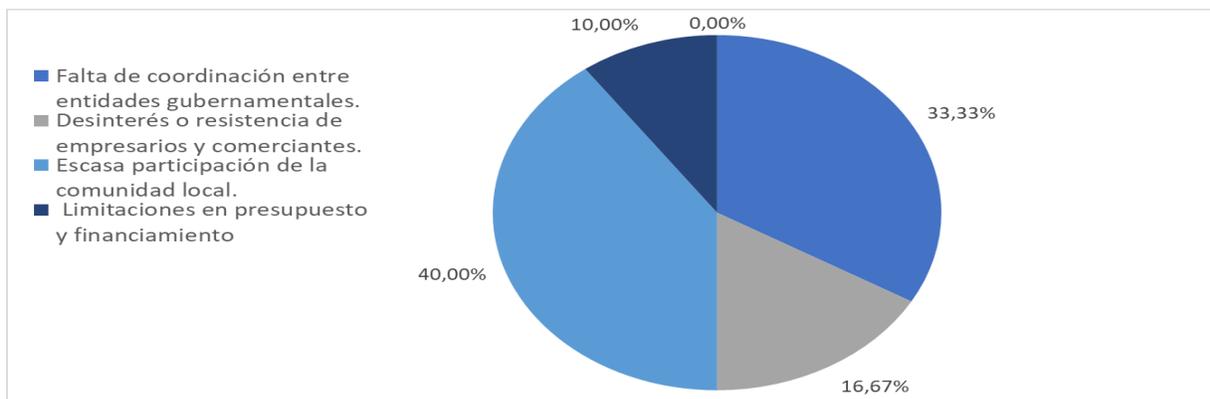
Desde el perfil del administrador público territorial en Colombia, esta situación debe interpretarse como un llamado urgente a repensar la manera en que se comunican, diseñan y ejecutan las políticas públicas en cultura y turismo. El administrador territorial, más allá de

gestionar recursos y cumplir indicadores, debe cumplir un papel de mediador sociocultural, animador de procesos comunitarios y constructor de sentido colectivo. Su tarea no se limita al cumplimiento normativo, sino que exige sensibilidad, visión estratégica y compromiso con el desarrollo integral del territorio.

El turismo cultural, en este marco, no debe ser entendido como una simple herramienta económica, sino como un vehículo para la transformación del tejido social, la consolidación de ciudadanía cultural y la proyección regional de una ciudad como Girardot. Para lograrlo, se requieren estrategias de gobernanza multinivel, con sinergias entre actores públicos, privados, comunitarios y académicos, así como plataformas de gestión participativa capaces de traducir las políticas en experiencias reales y transformadoras para la ciudadanía.

### **6.3 AGENTES LIMITANTES EN LA EJECUCIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO CULTURAL EN LA ZONA URBANA DE GIRARDOT**

Los siguientes datos obtenidos a través de una encuesta, arrojan luz sobre los factores limitantes ("agentes limitantes") percibidos por los diferentes actores involucrados en la ejecución de estas políticas durante 2024. Los datos exploran varios aspectos, incluyendo el papel de la administración municipal, las posibles mejoras, la participación de la comunidad, la influencia de los empresarios turísticos, los principales obstáculos identificados y los actores considerados más responsables de las dificultades en el proceso de ejecución, de tal forma que se logra desarrollar una comprensión integral de las limitaciones que afectan el turismo cultural en la zona urbana de Girardot en el periodo en mención.



**Fuente: Elaboración propia**

**Figura: Principales factores que limitan el turismo cultural en Girardot (2024)**

La implementación de políticas públicas de turismo cultural en la zona urbana de Girardot para el año 2024 presenta una serie de obstáculos estructurales y sociales que se identifican claramente a partir de los datos recolectados en la encuesta aplicada. Los resultados muestran que el 40,00% de los encuestados considera que la escasa participación de la comunidad local es el principal obstáculo; le siguen la falta de coordinación entre entidades gubernamentales (33,33%), el desinterés o resistencia de empresarios y comerciantes (16,67%) y, en menor medida, las limitaciones en presupuesto y financiamiento (10,00%).

Este diagnóstico cuantitativo puede ser interpretado a la luz del marco teórico y legal del turismo cultural como política pública, que, en el caso colombiano, se enmarca en lo dispuesto por la Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997) y su reforma (Ley 1185 de 2008), así como en el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, que plantea como eje el fortalecimiento de las economías creativas y culturales. Así mismo, el Decreto 229 de 2020 establece lineamientos para el desarrollo turístico sostenible, lo que conlleva una articulación entre comunidad, Estado y sector privado. Sin embargo, en Girardot, la debilidad en esta tríada es evidente.

La escasa participación comunitaria (40,00%) como principal barrera, evidencia la falta de estrategias efectivas de inclusión y apropiación social del turismo cultural como bien común. Este resultado indica que no se ha logrado un proceso de concienciación que involucre a los habitantes como actores fundamentales del desarrollo turístico. Desde el enfoque del desarrollo territorial, planteado por la CEPAL y por autores como Boisier, esta falencia atenta contra los principios de corresponsabilidad y sostenibilidad del desarrollo local.

Por su parte, el 33,33% que señala la falta de coordinación entre entidades gubernamentales refleja una debilidad institucional estructural. El turismo cultural, al ser una política intersectorial, requiere el trabajo conjunto de instancias como las Secretarías de Cultura, Turismo, Planeación y Hacienda. Sin embargo, la fragmentación institucional impide la ejecución armónica de las acciones contempladas en el plan de desarrollo local. Esto contraviene el principio de articulación consagrado en la Ley 152 de 1994 (Ley Orgánica del Plan de Desarrollo) y limita la efectividad del ciclo de las políticas públicas.

El 16,67% de los encuestados percibe como obstáculo el desinterés o resistencia de empresarios y comerciantes. Este dato visibiliza la desconexión entre la política pública y el sector productivo local. A pesar de que el turismo cultural puede ser una herramienta de dinamización económica, su potencial sigue siendo subestimado por actores claves que no reconocen sus beneficios. Esto podría responder a una débil promoción institucional o a la ausencia de incentivos tributarios y financieros que estimulen su participación, como los contemplados en la Ley 2068 de 2020 (Ley General de Turismo).

Finalmente, un 10,00% señala como obstáculo las limitaciones presupuestales y de financiamiento. Aunque se trata del porcentaje más bajo, sigue siendo una variable crítica, ya que sin una asignación adecuada de recursos no es posible ejecutar programas ni garantizar la sostenibilidad de las acciones. Esto se agrava si los recursos no están debidamente priorizados en los planes operativos anuales ni cuentan con proyectos formulados en el Banco de Proyectos de Inversión Municipal (BPIM).

Estos resultados permiten identificar a tres principales agentes turísticos cuya acción (o inacción) impide la adecuada ejecución de las políticas públicas: (1) la comunidad local, que no se siente parte del proceso de apropiación cultural; (2) los entes territoriales, cuya desarticulación limita la eficacia de la política; y (3) el sector productivo, que no asume un rol protagónico en la consolidación del turismo como motor de desarrollo. En ese sentido, se puede concluir que el problema no es exclusivamente financiero, sino estructural y relacional, lo que exige una gestión pública más estratégica, participativa y territorializada.

¿Cuál considera que es el principal obstáculo para la implementación de las políticas de turismo cultural en Girardot en el 2024?					TOTAL
PREGUNTA 1					
Falta de coordinación entre entidades gubernamentales.	Desinterés o resistencia de empresarios y comerciantes.	Escasa participación de la comunidad local.	Limitaciones en presupuesto y financiamiento	No responde	
10	5	12	3	0	30
33,33%	16,67%	40,00%	10,00%	0,00%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura: Principales obstáculos para la implementación de políticas públicas

La problemática descrita también permite avanzar en una reflexión más profunda en el marco de la investigación “¿Cuáles son las estrategias efectivas para la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo del turismo cultural en la zona urbana de Girardot en el año 2024?”, y de la pregunta complementaria relacionada con la estructura actual de los recursos turísticos y culturales del municipio. Al observar que los principales obstáculos están más ligados a la gestión social y a la articulación institucional que a los recursos financieros, se hace evidente que el problema es de gobernanza territorial.

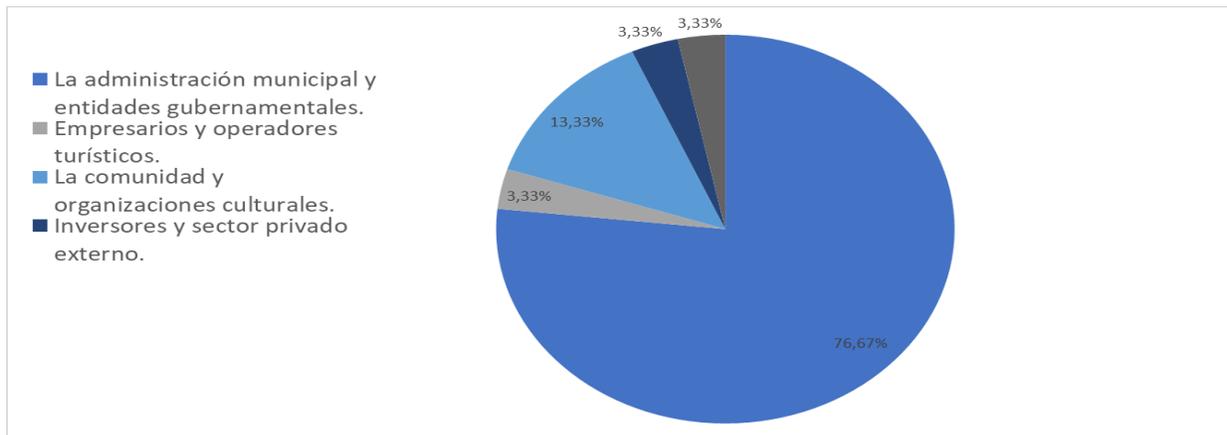
En este contexto, el perfil del administrador público territorial se vuelve central. Esta figura debe ser capaz de actuar como mediador entre las instituciones y los ciudadanos, gestor de procesos participativos, articulador de políticas públicas y visionario del desarrollo local. El administrador territorial debe dominar herramientas de planificación estratégica y gestión por resultados, pero también tener sensibilidad cultural, enfoque diferencial y una comprensión profunda de las dinámicas del territorio. Su rol no se limita a administrar recursos, sino a liderar procesos de transformación social desde la cultura y el turismo.

El impacto de no superar estos obstáculos es significativo. Se limita la posibilidad de consolidar a Girardot como un destino turístico cultural con identidad propia; se desaprovechan recursos patrimoniales tangibles e intangibles; y se perpetúa la informalidad, el desorden institucional y la indiferencia ciudadana. Esto a su vez genera un círculo vicioso que desincentiva la inversión y reduce el bienestar colectivo.

Por lo tanto, planificar y potenciar la estructura turística y cultural de Girardot implica reconocer que esta debe ser construida colectivamente. Las estrategias más efectivas no serán únicamente técnicas (como señalización, rutas, o infraestructura), sino principalmente sociales: procesos de educación ciudadana, formación empresarial, estímulos a la economía creativa, y sobre todo, mecanismos de participación comunitaria genuina. La política pública debe dejar de ser un documento técnico y convertirse en una herramienta viva, que interprete el territorio desde sus actores.

Para lograr un posicionamiento efectivo de Girardot como destino turístico cultural, es necesario reconfigurar las relaciones entre los actores del territorio. Solo así se podrá transformar

la visión del turismo cultural como un recurso, en una política pública estratégica para el desarrollo integral.



Fuente: Elaboración propia

Figura: Caracterización de actores.

De acuerdo con los resultados de la segunda pregunta aplicada en el proceso de caracterización de actores, el 76,67% de los encuestados identifican a la administración municipal y las entidades gubernamentales como los actores con mayor responsabilidad en las dificultades para ejecutar las políticas de turismo cultural en el año 2024. En contraste, solo el 13,33% atribuye dicha responsabilidad a la comunidad y organizaciones culturales, y apenas el 3,33% a empresarios, operadores turísticos e inversores externos, respectivamente.

Este hallazgo refuerza una lectura estructural del problema desde el enfoque de gobernanza pública, según el cual la administración territorial no solo diseña y formula políticas públicas, sino que tiene el deber de liderar procesos articulados, participativos y sostenibles, en línea con el principio de responsabilidad institucional consagrado en la Ley 489 de 1998 sobre la organización y funcionamiento de las entidades del Estado. A su vez, el artículo 339 de la Constitución Política de Colombia establece que el Plan de Desarrollo debe ser ejecutado bajo los principios de eficacia y coordinación, condiciones que, a la luz de los datos, parecen no estar

siendo cumplidas por la administración local de Girardot.

La identificación de las entidades gubernamentales como los principales agentes de bloqueo para el turismo cultural evidencia, por un lado, la debilidad en la implementación efectiva del eje de cultura del Plan de Desarrollo Municipal y, por otro, la inoperancia de los marcos normativos que regulan la participación ciudadana en los procesos de planeación (Ley 152 de 1994 y Ley 1757 de 2015). Si bien estas leyes promueven escenarios de diálogo y control social, su aplicación ha sido marginal, lo que genera una ruptura entre los deberes institucionales y las expectativas ciudadanas.

Este desequilibrio también puede explicarse desde la perspectiva del modelo de desarrollo endógeno propuesto por la CEPAL, que sostiene que la sostenibilidad territorial requiere una interacción activa entre la institucionalidad pública y los agentes locales. Cuando el 76,67% de los ciudadanos percibe a la administración como el actor más problemático, se revela una desconexión grave entre la política pública diseñada y la capacidad de ejecución operativa. Además, se sugiere la ausencia de liderazgos técnicos capacitados en la gestión de proyectos culturales con enfoque territorial, lo cual pone en entredicho la idoneidad del perfil del funcionario público local.

En contraste, la baja responsabilidad atribuida a empresarios (3,33%) y a la comunidad (13,33%) no exime a estos actores de su papel estructural en el ecosistema del turismo cultural. Según la Ley 2068 de 2020, el sector turístico debe desarrollarse con un enfoque de corresponsabilidad, donde el Estado facilita, pero también promueve la articulación con los sectores privados y comunitarios. Sin embargo, la percepción generalizada es que la administración no ha generado escenarios ni incentivos adecuados para propiciar esta articulación, lo que convierte su rol pasivo en un obstáculo más.

Este panorama pone de relieve la existencia de fallas institucionales tanto en la gestión administrativa como en la planificación estratégica. La ausencia de una política interinstitucional coherente, la falta de evaluación de impacto y la limitada ejecución presupuestal constituyen barreras estructurales que impiden convertir el turismo cultural en un instrumento efectivo de desarrollo urbano. De esta manera, se hace urgente repensar la estructura funcional y misional de

las entidades locales encargadas de la cultura y el turismo, con el fin de crear sinergias efectivas entre lo público, lo privado y lo comunitario.

¿Qué actores cree que tienen mayor responsabilidad en las dificultades para ejecutar las políticas de turismo cultural en el 2024?					TOTAL
PREGUNTA 2					
La administración municipal y entidades gubernamentales.	Empresarios y operadores turísticos.	La comunidad y organizaciones culturales.	Inversores y sector privado externo.	No responde	
23	1	4	1	1	30
76,67%	3,33%	13,33%	3,33%	3,33%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura: Estrategias efectivas para la implementación de políticas públicas

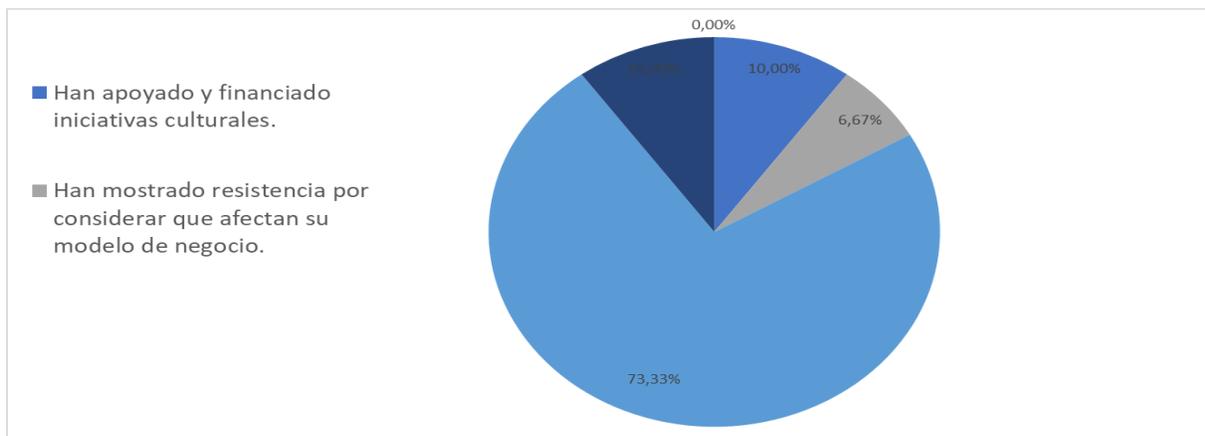
La información analizada permite enriquecer la comprensión de la pregunta de investigación: “¿Cuáles son las estrategias efectivas para la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo del turismo cultural en la zona urbana de Girardot en el año 2024?”. Los datos no solo muestran la existencia de dificultades operativas, sino que ubican como agente central del problema a la administración municipal y sus entidades adscritas. Esto indica que el éxito o fracaso de estas políticas no depende exclusivamente de la disponibilidad de recursos ni de la existencia de normativas, sino de la capacidad real de gobernanza del territorio.

En este contexto, el perfil del administrador público territorial debe fortalecerse para responder a los retos del desarrollo cultural. Este funcionario debe reunir competencias en planeación participativa, liderazgo público, formulación y evaluación de proyectos con enfoque diferencial, y manejo de herramientas para la articulación multisectorial. Además, debe tener una visión integral del desarrollo urbano, que le permita conectar los recursos turísticos con las potencialidades culturales, generando valor para la ciudad y bienestar para la ciudadanía.

El impacto de no superar esta problemática es significativo: la ciudad pierde la oportunidad de posicionarse como destino cultural competitivo, se profundiza la desarticulación institucional, y se perpetúa un modelo de gestión centrado en la burocracia y no en la ciudadanía. Desde una mirada estratégica, planificar y potenciar la estructura turística y cultural implica

rediseñar la institucionalidad, reactivar la participación comunitaria y desarrollar alianzas público-privadas orientadas a resultados. Es decir, pasar de un modelo de gobierno aislado a una gobernanza territorial centrada en el diálogo, la concertación y la corresponsabilidad.

El verdadero reto para Girardot no es solo ejecutar políticas públicas, sino construir un modelo de gobernanza cultural en el que todos los agentes reconozcan su rol, y en el que el administrador público territorial actúe como catalizador del desarrollo integral.



Fuente: Elaboración propia

Figura: Actitud de actores privados

Los datos obtenidos de la pregunta 3 del instrumento aplicado muestran una clara tendencia frente a la actitud de los empresarios turísticos respecto a la implementación de políticas públicas orientadas al turismo cultural en el municipio de Girardot. Un contundente 73,33 % de los encuestados afirmó que los empresarios turísticos no han mostrado interés en participar activamente en dichas políticas. Esta actitud de desinterés se convierte en un factor limitante para la ejecución de los planes y programas establecidos por el gobierno local. Esta información se conecta directamente con lo expuesto en el marco teórico del estudio, donde se hace referencia a la necesidad de una participación activa y sensible de los actores turísticos para que el turismo cultural sea sostenible (OMT, 2018).

El concepto de "mirada turística" expuesto por Urry (1990), resalta cómo las experiencias

del turista se construyen a partir de la interacción con los elementos culturales del destino. Sin embargo, si los agentes económicos como los empresarios— no se involucran, la experiencia turística pierde autenticidad y contenido, afectando negativamente la percepción cultural del territorio. El marco conceptual también menciona que la cultura es compartida y transformadora (Universidad Nacional de Colombia, 2020), pero esta transformación se ve obstaculizada cuando los actores clave muestran resistencia o pasividad, como evidencia este resultado.

Por otro lado, un 10 % de los encuestados indicó que algunos empresarios sí han apoyado y financiado iniciativas culturales, lo que refleja que, aunque minoritario, existe un grupo dispuesto a contribuir con el desarrollo turístico cultural. Este hallazgo se relaciona con el enfoque de gestión del patrimonio cultural (Pontificia Universidad Javeriana, 2018), el cual plantea que la articulación entre los sectores público y privado es fundamental para preservar la identidad local y aprovechar el patrimonio como recurso turístico. No obstante, la cifra sugiere que esta articulación aún es incipiente en Girardot.

Además, un 10 % de los empresarios ha propuesto cambios y ajustes en las políticas públicas con el objetivo de favorecer sus propios intereses, lo que indica una tendencia a buscar beneficios particulares por encima de los objetivos colectivos del desarrollo territorial. Esta práctica refleja lo advertido en el marco legal, especialmente en lo relacionado con la Ley 2068 de 2020, que busca fomentar la sostenibilidad y formalización del turismo, evitando que los intereses privados dominen sobre el bien común. Así mismo, este tipo de comportamiento se alinea con la crítica planteada en el Plan de Desarrollo de Cundinamarca (2016–2020), donde se menciona la debilidad en liderazgo local y toma de decisiones en municipios como Girardot (Gobernación de Cundinamarca, 2016).

Solo el 6,67 % de los encuestados expresó que los empresarios han mostrado resistencia a las políticas públicas por considerarlas perjudiciales para sus modelos de negocio. Aunque este grupo es reducido, su actitud refuerza la necesidad de una gobernanza turística inclusiva, concepto definido en el glosario del documento como la coordinación entre actores públicos, privados y la sociedad civil. El rechazo explícito por parte de algunos empresarios denota una falta de sensibilización sobre el papel del turismo cultural en el desarrollo económico, social y cultural del municipio, lo que obstaculiza su implementación efectiva.

Los datos reflejan, por tanto, una ausencia generalizada de corresponsabilidad del sector empresarial turístico, cuya implicación es clave para avanzar hacia una visión territorial de desarrollo. En el marco histórico y geográfico, se resalta que Girardot ha sido tradicionalmente un nodo comercial y turístico importante gracias a su ubicación privilegiada y a sus patrimonios tangibles e intangibles. No obstante, este potencial está siendo desaprovechado por la falta de cohesión entre los agentes clave.

¿De qué manera los empresarios turísticos han influido en la implementación de políticas públicas de turismo cultural en Girardot?					TOTAL
PREGUNTA 3					
Han apoyado y financiado iniciativas culturales.	Han mostrado resistencia por considerar que afectan su modelo de negocio.	No han mostrado interés en participar activamente.	Han propuesto cambios y ajustes para favorecer sus intereses.	No responde	
3	2	22	3	0	30
10,00%	6,67%	73,33%	10,00%	0,00%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura: Realidad estructural en el sector turístico.

La información tabulada pone en evidencia una realidad estructural en el sector turístico de Girardot: la ausencia de compromiso del empresariado con la implementación de políticas públicas de turismo cultural. Este comportamiento impacta negativamente en la problemática central del estudio, que busca establecer estrategias efectivas para el desarrollo de este tipo de turismo en la ciudad. Si los empresarios no participan o lo hacen únicamente para proteger sus propios intereses, la construcción de una política pública inclusiva y sostenible se vuelve inviable.

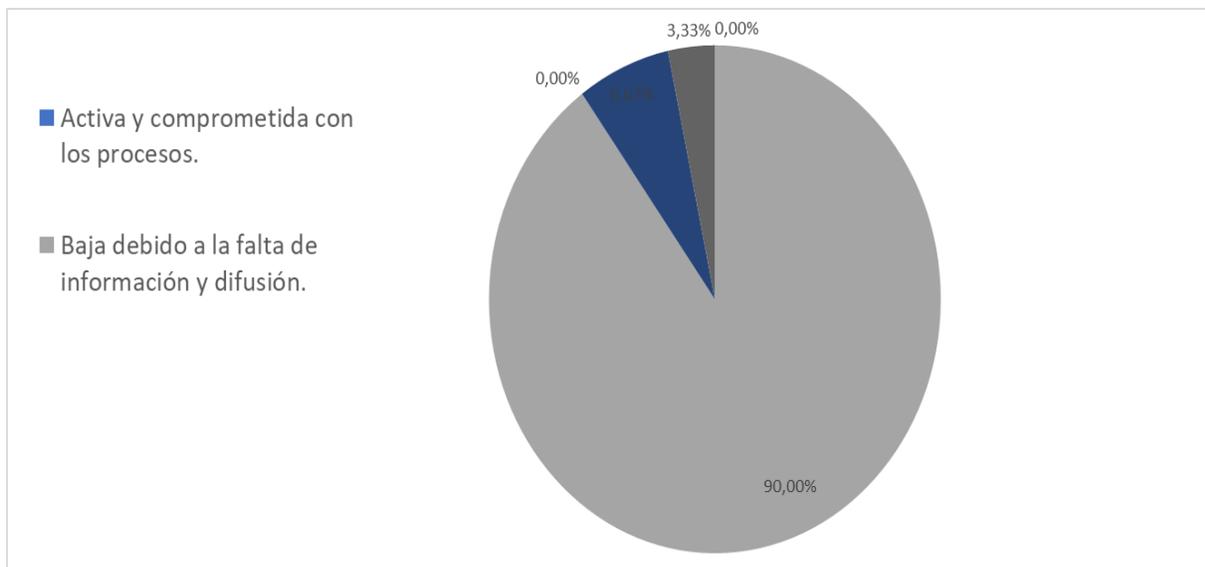
Desde el perfil del administrador público territorial en Colombia, se requiere actuar como un agente articulador que promueva el diálogo, incentive la participación y facilite la construcción colectiva de las políticas culturales y turísticas. El administrador público debe contar con habilidades para la planificación participativa, la formulación de proyectos con enfoque de desarrollo regional y la implementación de estrategias con visión integradora.

La reflexión se profundiza cuando se considera la pregunta complementaria sobre la estructura actual de los recursos turísticos y culturales de Girardot. La planificación de estos recursos requiere de un análisis crítico de los actores que hoy obstaculizan el desarrollo: si los

empresarios no son aliados estratégicos, es imperativo crear mecanismos normativos y pedagógicos para vincularlos de forma efectiva. La cultura y el turismo deben ser entendidos como bienes comunes que, gestionados adecuadamente, pueden elevar el perfil de Girardot como destino nacional e internacional.

En este sentido, el administrador público no solo debe identificar estos agentes limitantes, sino también diseñar políticas públicas que superen las barreras culturales, económicas y de poder que impiden su involucramiento. Esto incluye programas de formación, incentivos fiscales, convenios público-privados y marcos regulatorios más robustos que favorezcan la participación corresponsable de todos los actores sociales y económicos.

El reconocer a los empresarios turísticos como actores fundamentales, aunque hoy distantes, es un paso clave para que las políticas de turismo cultural en Girardot puedan ejecutarse con éxito. La responsabilidad del administrador público es convertir esa resistencia en compromiso, transformando la política en una herramienta real de desarrollo local.



Fuentes: Elaboración propia

Figura: Niveles de participación comunitaria en el turismo cultural de Girardot

Los resultados obtenidos a partir de la pregunta 4 de la encuesta evidencian una

preocupante desconexión entre la comunidad de Girardot y los procesos de implementación de políticas públicas orientadas al turismo cultural. El 90 % de los encuestados percibe una participación comunitaria baja, atribuida directamente a la falta de información y difusión. Esta cifra revela una debilidad estructural en la gestión pública del turismo cultural, en la medida en que la población, que debería ser protagonista activa en el desarrollo turístico, no cuenta con los canales adecuados para informarse, comprender y vincularse con estas iniciativas.

El marco teórico expuesto en la investigación resalta el rol de la comunidad en la sostenibilidad del turismo cultural. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) sostiene que la gestión participativa es clave para lograr un turismo que proteja el patrimonio, revitalice identidades locales y dinamice las economías. Esta participación solo es posible si existe una articulación efectiva entre el Estado y la ciudadanía, lo cual no se está logrando en Girardot, como reflejan los datos.

Desde el marco conceptual, se define el turismo cultural como una modalidad que integra al visitante con las prácticas culturales de las comunidades. La baja participación ciudadana debilita esta interacción, transformando al turista en un simple espectador y no en un actor inmerso en la cultura local. Según la Universidad Nacional de Colombia (2020), la cultura es dinámica y compartida, pero esta dinámica se estanca si no hay apropiación por parte de los propios habitantes.

En cuanto al marco normativo, instrumentos como la Ley 300 de 1996 y la Ley 2068 de 2020 plantean la necesidad de integrar a las comunidades en el diseño e implementación de las políticas turísticas. El Plan de Ordenamiento Territorial de Girardot (POT, 2011) y el Plan de Desarrollo “Girardot Renace” (2024) también reconocen la importancia de la señalización, participación e inclusión ciudadana. Sin embargo, la práctica está muy alejada de estos marcos legales. El 90 % que no se siente informado es un indicativo de que los mecanismos de participación no han sido eficaces ni han cumplido su propósito.

Por otro lado, un 6,67 % de los encuestados percibe la participación como inexistente, debido a la falta de inclusión en la toma de decisiones. Esta percepción confirma lo expresado por la Universidad del Tolima (2022), que afirma que la planificación turística participativa

fortalece el sentido de pertenencia y promueve procesos de desarrollo inclusivos. Si no se involucra a la comunidad, no se construyen ni identidades sólidas ni políticas sostenibles. Esto también impide consolidar a Girardot como una ciudad región, tal como lo proyecta el Plan de Desarrollo Municipal.

El 0 % que considera activa la participación refleja que no hay una ciudadanía empoderada ni comprometida con el eje turístico-cultural, lo que implica que existe una brecha entre los objetivos de política pública y la realidad territorial. En este escenario, la comunidad, que debería ser el corazón del turismo cultural, se convierte en un espectador pasivo, desconectado de los beneficios, la planificación y la ejecución.

Esta realidad nos obliga a reconocer que, además de los empresarios turísticos ya identificados como agentes limitantes, la falta de estrategias de comunicación institucional y participación ciudadana eficaz constituye otro gran obstáculo para la implementación de las políticas públicas de turismo cultural en Girardot.

¿Cómo percibe la participación de la comunidad en la ejecución de las políticas públicas de turismo cultural en Girardot 2024?					TOTAL
PREGUNTA 4					
Activa y comprometida con los procesos.	Baja debido a la falta de información y difusión.	Resistente porque no ve beneficios claros.	Inexistente, ya que no se les involucra en la toma de decisiones.	No responde	
0	27	0	2	1	30
0,00%	90,00%	0,00%	6,67%	3,33%	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura:** Principal barrera para la implementación de política publicas en turismo cultural

La información obtenida en esta encuesta refleja con contundencia que la principal barrera para la implementación efectiva de las políticas públicas de turismo cultural no solo radica en la falta de voluntad del sector empresarial, sino también en la ausencia de un tejido comunitario participativo. Esta situación genera un impacto negativo directo en el cumplimiento del objetivo principal de la investigación: establecer estrategias efectivas para la ejecución de políticas de turismo cultural en la zona urbana de Girardot en el año 2024.

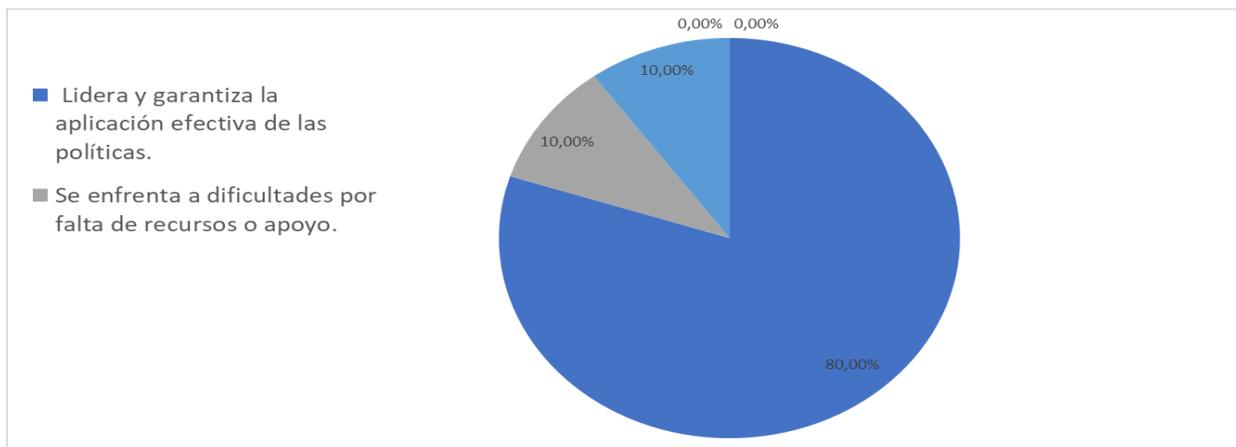
Las estrategias deben contemplar no solo la formulación de planes, sino también el diseño

de mecanismos de participación horizontal, accesibles y efectivos, que reconozcan a la comunidad como protagonista. El perfil del administrador público territorial en Colombia cobra aquí un papel protagónico: debe ser un facilitador de diálogo social, un gestor del desarrollo con enfoque territorial y un puente entre las instituciones y los ciudadanos.

La estructura actual de los recursos turísticos y culturales de Girardot compuesta por su patrimonio tangible e intangible, historia ferroviaria, identidad gastronómica y clima privilegiado, requiere ser articulada con una ciudadanía activa que valore y proteja dichos elementos. Esto solo será posible si la comunidad es informada, sensibilizada y convocada a formar parte de los procesos.

El administrador público, por tanto, debe formular políticas con enfoque participativo, establecer programas pedagógicos sobre turismo cultural, garantizar canales de información descentralizados y generar incentivos a la participación. Solo así se logrará que la comunidad, hoy pasiva, se convierta en el motor del desarrollo turístico.

Por otra parte, si no se transforman los mecanismos de participación y comunicación entre el gobierno local y la ciudadanía, cualquier política pública seguirá siendo letra muerta. La comunidad es la base para lograr el posicionamiento de Girardot como destino turístico, y sin ella, el desarrollo será incompleto, fragmentado y poco sostenible.



**Fuente: Elaboración propia**

**Figura: Aplicación efectiva de las políticas públicas.**

Los resultados de la pregunta 5 muestran que el 80 % de los encuestados considera que la administración municipal lidera y garantiza la aplicación efectiva de las políticas públicas relacionadas con el turismo cultural en Girardot. Esta percepción positiva evidencia que la institucionalidad local ha asumido un rol protagónico dentro de la formulación y ejecución de estrategias públicas para el fomento del turismo cultural. Esta lectura se articula con lo expuesto en el marco legal, particularmente con la Ley 2068 de 2020, la cual establece como responsabilidad del Estado fomentar la sostenibilidad, formalización y articulación de los actores del sector turístico.

Asimismo, el Plan de Ordenamiento Territorial (POT, 2011) y el Plan de Desarrollo Municipal “Girardot Renace” (2024) también reconocen el papel de liderazgo que debe asumir la administración pública, especialmente en cuanto a señalización, infraestructura, articulación de políticas culturales y dinamización de las capacidades territoriales. Desde esta perspectiva, se puede inferir que la administración de Girardot, al menos desde el enfoque percibido por los ciudadanos, ha tenido avances significativos en el cumplimiento de sus deberes institucionales.

No obstante, los datos también revelan áreas de mejora. Un 10 % de los encuestados indica que la administración se enfrenta a dificultades debido a la falta de recursos o apoyo, mientras que otro 10 % señala que no ha logrado coordinar adecuadamente a los actores turísticos. Estas observaciones reflejan vacíos que aún persisten en la gobernanza del turismo cultural y que obstaculizan la ejecución plena de las políticas formuladas. Tal como lo plantea el marco teórico de esta investigación, el turismo cultural requiere una gestión participativa, inclusiva y sostenible (OMT, 2018). Esta gestión no puede darse si la administración no logra consolidar redes efectivas de colaboración con los actores estratégicos del territorio.

Según la Universidad del Rosario (2021), el turismo debe verse como un instrumento de fortalecimiento territorial cuando se vincula con los recursos humanos y culturales. Pero para que esta vinculación sea efectiva, la administración local necesita más que intención: debe desarrollar mecanismos técnicos y políticos para superar la falta de recursos y para convocar de manera efectiva a empresarios, comunidades, académicos y demás actores relevantes. La falta de

articulación mencionada por el 10 % de los encuestados podría estar relacionada con debilidades en los procesos de concertación, o con la resistencia de algunos actores turísticos, como ya se evidenció en los resultados de preguntas anteriores.

El hecho de que ninguno de los encuestados perciba el papel de la administración como mínimo o delegue exclusivamente la responsabilidad al sector privado (0 %) es un dato relevante. Esto contrasta con escenarios de otras ciudades donde el turismo ha sido privatizado o dejado en manos del mercado. En el caso de Girardot, se valora que exista un liderazgo público en este campo. Sin embargo, este liderazgo debe ser cada vez más eficaz, sensible y participativo para poder consolidar verdaderamente una política de turismo cultural de largo alcance.

Desde un enfoque histórico y territorial, Girardot ha sido reconocido como un polo turístico por su ubicación estratégica, su clima cálido y sus patrimonios arquitectónicos y culturales. Sin embargo, como se ha analizado en el documento, la carencia de una planificación participativa, la falta de seguimiento a los planes de desarrollo, y la limitada articulación interinstitucional han sido factores que debilitan la implementación real de las políticas. El rol de la administración, aunque protagónico, requiere robustecerse con procesos más técnicos, comunitarios e innovadores.

¿Qué papel juega la administración municipal en la ejecución de las políticas de turismo cultural 2024?					TOTAL
PREGUNTA 5					
Lidera y garantiza la aplicación efectiva de las políticas.	Se enfrenta a dificultades por falta de recursos o apoyo.	No ha logrado coordinar adecuadamente a los actores turísticos.	Su papel es mínimo, dejando el desarrollo en manos del sector privado.	No responde	
24	3	3	0	0	30
80,00%	10,00%	10,00%	0,00%	0,00%	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura:** Aplicación de políticas públicas con estrategias integrales.

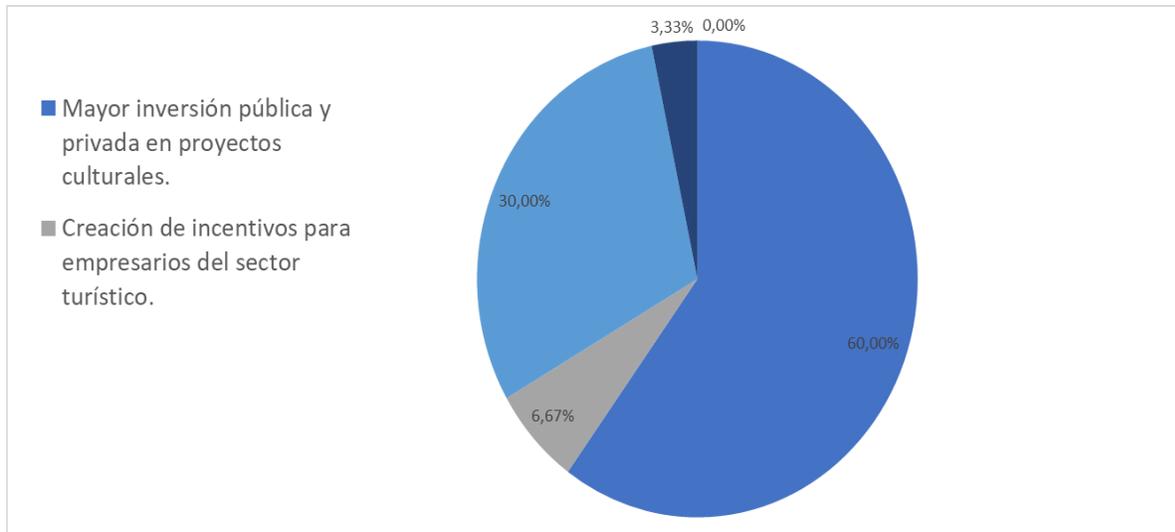
La percepción mayoritaria sobre el liderazgo de la administración municipal en la aplicación de las políticas públicas de turismo cultural sugiere una base sólida sobre la cual se pueden construir estrategias más integrales. Sin embargo, los puntos críticos señalados como la falta de recursos y la débil articulación con los actores turísticos, reflejan limitaciones que

afectan directamente el cumplimiento de los objetivos de esta investigación: identificar estrategias efectivas para la implementación de políticas públicas orientadas al turismo cultural en la zona urbana de Girardot en 2024.

La estructura actual de los recursos turísticos y culturales de Girardot plazas de mercado, patrimonio arquitectónico, eventos folclóricos y gastronomía local, exige una planificación que supere la simple ejecución burocrática. Se necesita una visión estratégica que integre los principios de desarrollo local, sostenibilidad, identidad cultural y gobernanza participativa. Para lograr esto, el perfil del administrador público territorial en Colombia debe evolucionar hacia un liderazgo técnico, ético y comunitario.

El administrador público debe ser un gestor de procesos colaborativos, con capacidad para construir puentes entre la política pública y la acción ciudadana. Esto implica diseñar mecanismos que permitan superar las barreras señaladas por los encuestados: escasez de recursos, falta de articulación, y resistencias sectoriales. También implica formar alianzas con el sector privado sin perder la rectoría pública del desarrollo.

El impacto de una administración activa y coherente en la gestión del turismo cultural puede ser decisivo para posicionar a Girardot como ciudad región, capaz de destacarse en el contexto nacional como destino cultural sostenible. Sin embargo, esto solo será posible si el liderazgo institucional se acompaña de planificación estratégica, articulación efectiva y un enfoque de gobernanza territorial que supere la fragmentación actual.



Fuente: Elaboración propia

**Figura: Percepción de la ciudadanía sobre acciones más efectivas para mejorar la implementación de políticas públicas.**

Los resultados de la pregunta 6 reflejan con claridad las percepciones de la ciudadanía sobre las acciones más efectivas para mejorar la implementación de las políticas de turismo cultural en Girardot. Un 60 % de los encuestados considera que la medida prioritaria es una mayor inversión pública y privada en proyectos culturales. Esta opinión está profundamente conectada con los planteamientos del marco legal, particularmente la Ley 300 de 1996, que establece que el desarrollo turístico debe ser impulsado por la articulación de recursos financieros entre el Estado y el sector privado. Del mismo modo, la Ley 2068 de 2020 resalta la necesidad de generar condiciones para la sostenibilidad y competitividad del sector turístico, haciendo especial énfasis en la inversión y los incentivos para los actores que participan en el ecosistema turístico.

Este hallazgo también guarda relación directa con lo expuesto en el marco histórico y territorial, donde se plantea que Girardot ha sido históricamente una ciudad con potencial turístico, gracias a su ubicación estratégica, su clima cálido y su riqueza cultural. Sin embargo, este potencial no ha sido completamente aprovechado debido a una limitada inversión estructurada en infraestructura, promoción cultural y sostenibilidad. Por lo tanto, el llamado a fortalecer la inversión es una respuesta lógica y coherente frente a una gestión pública que ha

mostrado debilidades en este aspecto.

En segundo lugar, un 30 % de los encuestados considera prioritaria la mayor participación de la comunidad en la toma de decisiones. Esta respuesta se alinea con lo discutido en el marco teórico, que establece que el turismo cultural solo puede consolidarse cuando existe gobernanza participativa, es decir, cuando los actores locales no son simples beneficiarios sino constructores activos de las políticas. Según la OMT (2018), la participación ciudadana no solo contribuye a la legitimidad de las políticas, sino que asegura que estas respondan a las necesidades y realidades locales.

Por otro lado, apenas un 6,67 % señaló la creación de incentivos para empresarios del sector turístico como medida relevante, lo que podría interpretarse como una desconfianza o escepticismo hacia este grupo de actores, ya que, como se evidenció en resultados anteriores, los empresarios han sido identificados como agentes que en gran parte no participan activamente o priorizan sus intereses sobre el bien común. Esta percepción está respaldada por el análisis anterior de la pregunta 3, donde el 73,33 % indicó que los empresarios no muestran interés activo en las políticas públicas.

Un dato que refuerza aún más esta idea es que solamente un 3,33 % de los encuestados señaló como medida clave la articulación entre gobierno, empresarios y sociedad civil, a pesar de que teóricamente esta debería ser una de las bases del desarrollo turístico sostenible. Este bajo porcentaje refleja que la ciudadanía no percibe que exista una cooperación real o efectiva entre estos sectores, y que tal vez las experiencias previas han demostrado lo contrario. Esto contrasta con lo propuesto por el marco conceptual de gobernanza turística, que plantea la necesidad de que exista una coordinación efectiva entre los sectores público, privado y comunitario.

En este contexto, el reconocimiento de los principales agentes que obstaculizan la ejecución de las políticas públicas es evidente: por un lado, los empresarios turísticos, que en su mayoría no han asumido un compromiso real; por otro lado, las fallas en la articulación institucional y la escasa participación ciudadana. Estos actores, o la ausencia de su vinculación efectiva, constituyen limitantes estructurales para que el plan de desarrollo turístico-cultural del municipio pueda ejecutarse de manera plena y transformadora.

¿Qué medidas podrían mejorar la implementación de las políticas de turismo cultural en Girardot, según lo vivido en el año 2024?					TOTAL
PREGUNTA 6					
Mayor inversión pública y privada en proyectos culturales.	Creación de incentivos para empresarios del sector turístico.	Mayor participación de la comunidad en la toma de decisiones.	Mejor articulación entre gobierno, empresarios y sociedad civil.	No responde	
18	2	9	1	0	30
60,00%	6,67%	30,00%	3,33%	0,00%	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura:** Hallazgos relevantes sobre implementación de políticas públicas

Los datos presentados en esta pregunta confirman uno de los hallazgos más relevantes de la investigación: la implementación de políticas públicas en turismo cultural en Girardot requiere no solo voluntad política, sino también inversión real, participación comunitaria e integración multisectorial. Las estrategias efectivas, por tanto, deben partir de un enfoque integral, donde el administrador público territorial actúe como articulador, mediador y facilitador de estos procesos.

El 60 % que prioriza la inversión pública y privada evidencia una demanda clara de acciones concretas en términos presupuestales. No basta con tener planes y proyectos bien formulados si no se garantiza el financiamiento adecuado para su ejecución. En este sentido, el administrador público debe saber gestionar alianzas, movilizar recursos y diseñar modelos de cooperación público-privada que garanticen la sostenibilidad financiera de los proyectos culturales y turísticos.

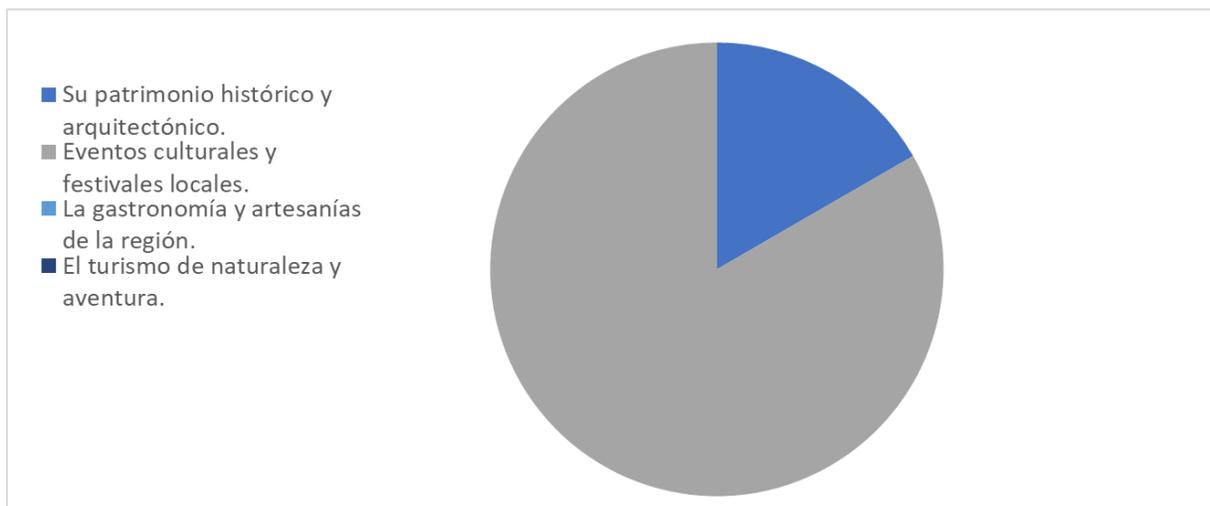
En cuanto al 30 % que exige mayor participación ciudadana, se refuerza la necesidad de que el administrador público impulse procesos de planificación participativa. Esto implica crear espacios de consulta, formación y deliberación donde la comunidad no solo sea escuchada, sino que tenga poder de decisión real sobre los proyectos que se implementen. Aquí es donde cobra vida la noción de turismo cultural como herramienta de construcción de ciudadanía, como lo plantea la Universidad Nacional de Colombia (2020).

Frente a la estructura actual de los recursos turísticos y culturales de Girardot, estos deben ser reorganizados, visibilizados y promovidos con criterios de inclusión, equidad territorial y

sostenibilidad. Es responsabilidad del administrador identificar estos activos culturales (tangibles e intangibles), diseñar rutas turísticas significativas, garantizar su preservación y promocionar su valor simbólico y económico.

#### **6.4 PLANIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA TURÍSTICA Y CULTURAL DE GIRARDOT COMO ESTRATEGIA PARA SU POSICIONAMIENTO COMO CIUDAD REGIÓN**

En el marco de esta investigación, centrada en el análisis de las políticas públicas orientadas al turismo cultural en la zona urbana del municipio de Girardot, se ha realizado una revisión detallada de las percepciones ciudadanas sobre diferentes aspectos clave para el posicionamiento de la ciudad como región turística y cultural. Las siguientes preguntas permiten profundizar en elementos fundamentales como el papel del gobierno local, las barreras existentes para el desarrollo del turismo, la efectividad de la planificación actual, las deficiencias estructurales de la oferta turística y las medidas propuestas para fortalecer su implementación.



**Fuentes: Elaboración propia**

**Figura: grafica circular sobre los principales atractivos culturales y turísticos**

De acuerdo con los resultados de la pregunta 2, un 83,33 % de los encuestados considera que los principales atractivos culturales y turísticos de Girardot en 2024 fueron los eventos culturales y festivales locales, mientras que un 16,67 % señaló su patrimonio histórico y arquitectónico. No se reportó ningún reconocimiento hacia la gastronomía, artesanías, ni hacia el

turismo de naturaleza y aventura. Esta información es clave para planificar la estructura turística y cultural de la ciudad y trazar un camino para su desarrollo como ciudad-región en términos de posicionamiento estratégico.

El marco teórico del estudio plantea que el turismo cultural debe surgir de las expresiones auténticas de las comunidades, y que su sostenibilidad está directamente relacionada con la conservación del patrimonio tangible e intangible. En ese sentido, el predominio de los eventos culturales como principal atractivo puede interpretarse como un reflejo del dinamismo social de la ciudad, pero también como una visión limitada de la diversidad de recursos turísticos con los que cuenta Girardot. Los festivales y celebraciones permiten proyectar identidad, cohesión y sentido de pertenencia; sin embargo, su potencial debe ser complementado con una valorización estructural del resto de los recursos.

La baja percepción sobre la gastronomía y las artesanías —0 %— es especialmente significativa, ya que estos elementos constituyen parte fundamental del patrimonio inmaterial definido en la Convención de la UNESCO (2003). Esta falta de reconocimiento sugiere que existe una desconexión entre las políticas públicas culturales y la promoción efectiva de estos elementos ante la ciudadanía. Lo mismo ocurre con el turismo de naturaleza y aventura, que, a pesar del entorno geográfico privilegiado de Girardot, no fue identificado como un atractivo relevante.

Desde el marco legal, el Plan de Ordenamiento Territorial (POT, 2011) y la Ley 2068 de 2020 exhortan a los municipios a identificar y planificar sus activos turísticos de manera integral, articulando infraestructura, promoción cultural, sostenibilidad ambiental y participación ciudadana. En Girardot, los resultados de esta pregunta muestran que esta planificación sigue siendo parcial y que la política pública ha favorecido algunos elementos —como los festivales— sin promover con la misma intensidad el resto de los componentes que forman la estructura turística y cultural del territorio.

Históricamente, Girardot ha sido un destino de paso, pero con gran potencial de consolidación regional debido a su riqueza patrimonial, su conectividad vial y su historia asociada al ferrocarril y al río Magdalena. A pesar de ello, el 16,67 % que reconoce el valor del

patrimonio histórico indica que este elemento sigue siendo subutilizado. Las infraestructuras patrimoniales —como la estación del tren o las casas republicanas— no han sido objeto de una estrategia integral de recuperación, señalización, interpretación y puesta en valor. La falta de visibilidad del patrimonio, tanto material como inmaterial, está íntimamente relacionada con la falta de una planificación coherente, con enfoque territorial y participativo.

Este panorama evidencia una estructura turística y cultural aún fragmentada, poco

¿Cuáles considera que fueron los principales atractivos culturales y turísticos de Girardot en el 2024?					TOTAL
PREGUNTA 2					
Su patrimonio histórico y arquitectónico.	Eventos culturales y festivales locales.	La gastronomía y artesanías de la región.	El turismo de naturaleza y aventura.	No responde	
5	25	0	0	0	30
16,67%	83,33%	0,00%	0,00%	0,00%	100%

articulada y escasamente diversificada. Para planificar su desarrollo y posicionamiento como ciudad-región, Girardot debe diseñar una estrategia que reconozca la pluralidad de recursos culturales y naturales, los fortalezca mediante inversión y formación, y los proyecte a nivel regional y nacional a través de rutas temáticas, circuitos patrimoniales y productos turísticos innovadores.

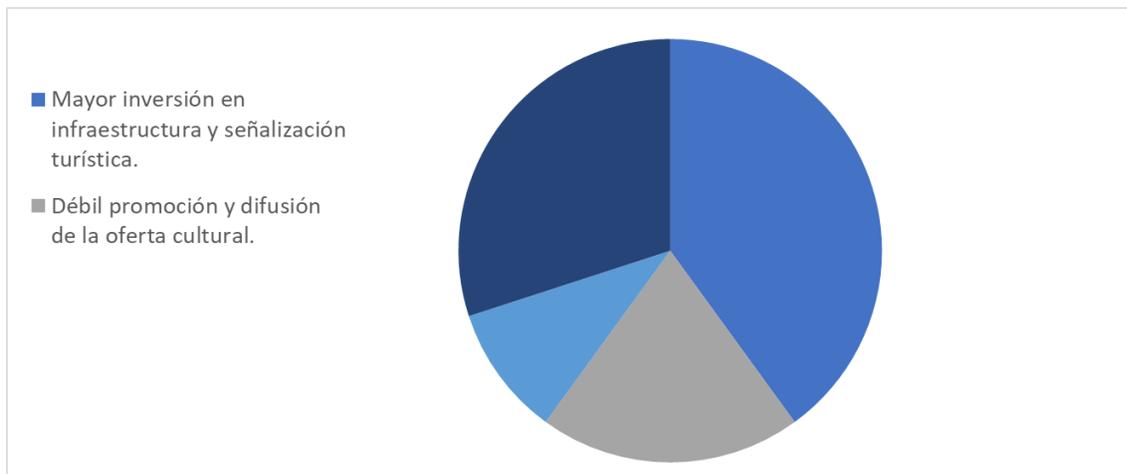
A la luz de estos resultados, la problemática central del estudio ¿Cuáles son las estrategias efectivas para la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo del turismo cultural en Girardot? se profundiza. Si bien existen elementos con gran aceptación comunitaria como los festivales, la falta de reconocimiento del resto de recursos culturales y turísticos demuestra una falla tanto en la difusión como en la planificación pública. Esto tiene implicaciones directas en la estructuración de una oferta turística sólida, diversa y competitiva.

La pregunta complementaria sobre las rutas y mecanismos de participación comunitaria cobra aquí especial relevancia. Una ciudadanía que no identifica sus recursos —como la gastronomía, las artesanías o el patrimonio natural— es una ciudadanía excluida de los procesos de valoración

cultural. Esto significa que los mecanismos de participación actuales no están logrando sensibilizar ni empoderar a la población sobre su propio territorio. Las políticas públicas deben pasar de lo normativo a lo pedagógico, involucrando a los ciudadanos en procesos de diagnóstico, planificación y gestión cultural.

Desde el perfil del administrador público territorial en Colombia, esta situación exige una reconfiguración de su rol: no basta con ser un ejecutor de programas, sino que debe transformarse en un líder que articule la institucionalidad con el tejido social, reconozca los actores clave y visibilice los recursos invisibilizados. La falta de apropiación comunitaria sobre la gastronomía, las artesanías y el entorno natural debe ser asumida como una tarea urgente de formación, promoción y estructuración de productos turísticos diferenciales.

**Fuente: Elaboración propia**



**Fuente: Elaboración propia**

**Figura: Gráfico en círculo sobre estructura turística de Girardot.**

Los resultados de la pregunta 3 evidencian los principales vacíos en la estructura turística de Girardot, según la percepción ciudadana. Un 40 % de los encuestados considera que hace falta una mayor inversión en infraestructura y señalización turística, mientras que un 30 % señala la insuficiencia en infraestructura y problemas de movilidad. Además, un 20 % identifica una débil

promoción y difusión de la oferta cultural, y un 10 % apunta a la poca participación de la comunidad en las políticas públicas. Estas cifras permiten construir un diagnóstico claro sobre las debilidades estructurales del turismo en la ciudad, lo que resulta clave para planificar su estructura turística y cultural con el objetivo de posicionarla como ciudad región.

Desde el marco teórico, se ha definido el turismo cultural como una estrategia de desarrollo que debe articular recursos tangibles e intangibles mediante una gestión planificada, participativa y sostenible (OMT, 2018). Los resultados muestran que Girardot aún no ha consolidado esta gestión estructurada. La inversión en infraestructura y señalización, que lidera con el 40 %, refleja una preocupación legítima sobre la experiencia del visitante, la accesibilidad, el reconocimiento patrimonial y la circulación dentro del territorio. La falta de señalización no solo desorienta al turista, sino que también visibiliza la ausencia de una narrativa territorial coherente, donde los bienes culturales y turísticos estén conectados entre sí para generar rutas temáticas o circuitos.

El 30 % que menciona la infraestructura deficiente y los problemas de movilidad reafirma esa carencia. La circulación eficiente y segura es uno de los componentes fundamentales del turismo cultural, ya que permite la conexión entre lugares patrimoniales, espacios de encuentro cultural y escenarios naturales. Según la Ley 2068 de 2020, es responsabilidad de las administraciones locales articular el desarrollo turístico con la planeación urbana, el transporte y la inversión pública. El hecho de que estos elementos sean señalados como vacíos por la población demuestra que las políticas locales no están logrando una ejecución efectiva del marco legal vigente.

En tercer lugar, el 20 % que percibe una débil promoción y difusión de la oferta cultural apunta hacia un problema de visibilidad e identidad. El marco conceptual indica que el turismo cultural se basa en el conocimiento y la puesta en valor del patrimonio cultural; sin embargo, este conocimiento debe ser mediado por una estrategia de comunicación sólida, continua y dirigida tanto al público interno como al externo. Si los propios ciudadanos perciben que la oferta no se promociona adecuadamente, es probable que se esté perdiendo una oportunidad de consolidar una imagen de marca territorial y de generar sentido de pertenencia.

El 10 % que señala la poca participación de la comunidad en las políticas públicas refuerza una de las conclusiones más reiteradas en este estudio: la participación comunitaria sigue siendo uno de los puntos débiles del desarrollo turístico en Girardot. El marco legal, particularmente la Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997), exige que los procesos culturales incluyan la participación ciudadana como eje transversal, desde la formulación hasta la evaluación de las políticas. Sin embargo, esta exigencia normativa parece diluirse en la práctica local.

Desde el marco histórico, se reconoce que Girardot ha sido una ciudad con vocación turística desde el siglo XIX. Su conexión ferroviaria, su cercanía con Bogotá y su ubicación sobre el río Magdalena la convirtieron en un punto de encuentro comercial, cultural y recreativo. No obstante, este legado histórico no ha sido articulado adecuadamente con los nuevos modelos de gestión turística, lo que impide su transformación en una ciudad región con identidad turística consolidada.

Para alcanzar esa proyección regional, es imprescindible planificar la estructura turística y cultural de manera integral, lo cual implica: inversión sostenida en infraestructura, mejoramiento de la movilidad, creación de narrativas territoriales, fortalecimiento de la promoción cultural, e inclusión activa de la ciudadanía en la toma de decisiones. Estos cinco pilares deben convertirse en los ejes de acción para cualquier plan de desarrollo turístico en Girardot.

¿Qué elementos cree que faltan en la estructura turística de Girardot para fortalecer su desarrollo como ciudad región en el turismo cultural?					TOTAL
PREGUNTA 3					
Mayor inversión en infraestructura y señalización turística.	Débil promoción y difusión de la oferta cultural.	Poca participación de la comunidad en las políticas públicas.	Infraestructura insuficiente y problemas de movilidad.	No responde	
12	6	3	9	0	30
40,00%	20,00%	10,00%	30,00%	0,00%	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura:** Estrategias efectivas para la implementación de políticas publicas en turismo cultural

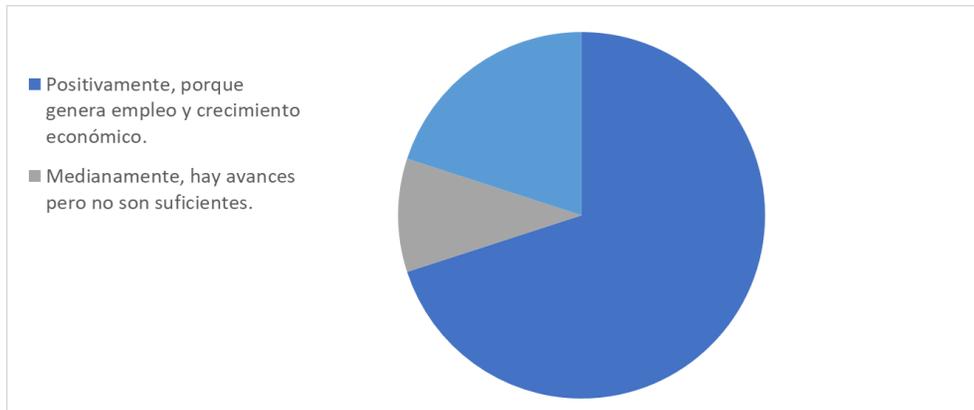
A partir de los datos analizados, es evidente que las estrategias efectivas para la implementación de políticas públicas en turismo cultural deben partir de un enfoque que reconozca las falencias estructurales actuales. El turismo cultural no puede consolidarse si los elementos esenciales como infraestructura, movilidad, promoción y participación siguen siendo percibidos como ausentes por la ciudadanía.

La pregunta complementaria sobre las rutas y mecanismos de participación comunitaria, cobra especial relevancia en este contexto. El hecho de que un 10 % de la población identifique la falta de participación como un elemento limitante demuestra que las políticas públicas vigentes no están generando procesos participativos suficientemente abiertos, representativos o eficaces. La participación no debe limitarse a consultas superficiales; debe incluir procesos de diálogo permanente, formación cultural y empoderamiento ciudadano.

El perfil del administrador público territorial en Colombia es fundamental para revertir este panorama. Su rol debe evolucionar de ejecutor a planificador estratégico, facilitador del desarrollo territorial y promotor de la gobernanza cultural. El administrador debe ser capaz de articular esfuerzos entre las secretarías de planeación, cultura, turismo, infraestructura y participación ciudadana para construir una visión integrada del turismo cultural.

Asimismo, el administrador público debe reconocer a los agentes turísticos que hoy actúan como limitantes: empresarios que no se involucran, comunidades que no son convocadas, y entidades públicas que operan de manera desarticulada. Superar estas barreras implica diseñar mecanismos de incentivos, educación patrimonial, gestión interinstitucional y financiamiento estratégico.

Fortalecer la estructura turística y cultural de Girardot requiere más que intervenciones técnicas; necesita liderazgo político, visión territorial y una ciudadanía empoderada. Solo así será posible convertir a Girardot en una ciudad región posicionada como destino cultural, sostenible y competitivo a nivel nacional.



**Fuente: elaboración propia**

**Figura: Gráfica circular Planificación turística cultural de Girardot.**

La pregunta 4 del instrumento revela que el 70 % de los encuestados considera que la planificación turística cultural de Girardot influye positivamente en su desarrollo regional, destacando su capacidad para generar empleo y crecimiento económico. Esta percepción dominante indica que la ciudadanía reconoce el potencial del turismo como motor de transformación territorial. En contraposición, un 20 % señala que la planificación actual tiene una influencia negativa debido a la falta de estrategias claras, mientras que un 10 % opina que los avances han sido medianos y aún insuficientes.

Desde el marco teórico, el turismo cultural se define como una herramienta de desarrollo cuando es gestionado con criterios de sostenibilidad, inclusión y planificación territorial. Tal como lo establece la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018), el turismo cultural debe orientarse hacia la mejora de la calidad de vida de las comunidades receptoras y la valorización de su patrimonio. La percepción positiva mayoritaria sugiere que, al menos en términos de impacto económico visible, la planificación turística ha comenzado a generar beneficios concretos en Girardot. No obstante, la planificación no puede limitarse a lo económico; debe incorporar variables sociales, culturales y ambientales para lograr un desarrollo verdaderamente sostenible.

Desde la perspectiva del marco legal, tanto la Ley 300 de 1996 como la Ley 2068 de 2020 otorgan a los entes territoriales la responsabilidad de diseñar e implementar políticas públicas para el desarrollo turístico. Además, el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) y los

planes de desarrollo municipales deben incluir líneas estratégicas específicas para el fortalecimiento del turismo cultural. La valoración crítica de un 20 % de los encuestados que denuncia la ausencia de estrategias claras pone en evidencia que a pesar de existir una base normativa, aún persisten debilidades en la formulación o ejecución concreta de dichas políticas. Esto se conecta directamente con la necesidad de planificar integralmente la estructura turística y cultural de Girardot.

En este sentido, el marco histórico indica que Girardot ha contado con una vocación turística desde finales del siglo XIX, siendo un centro importante de encuentro entre regiones. Su patrimonio arquitectónico, su ubicación geográfica y sus tradiciones festivas forman parte de un legado que debe ser activamente protegido y dinamizado. La planificación del turismo cultural no puede centrarse únicamente en la generación de ingresos; debe orientarse a recuperar, conservar y potenciar estos elementos patrimoniales y simbólicos, que le otorgan a Girardot su identidad propia y la proyectan como ciudad región.

La percepción de que hay avances, pero no suficientes (10 %), confirma la existencia de esfuerzos institucionales que, aunque valorados, no han logrado consolidarse en un modelo integral de gestión cultural y turística. Esto implica que la planificación debe evolucionar desde una visión sectorial hacia una visión territorial, donde se integren de forma armónica el patrimonio, la cultura viva, la infraestructura, la formación ciudadana, el emprendimiento turístico y la sostenibilidad ambiental.

¿Cómo considera que la planificación turística cultural actual de Girardot influye en su desarrollo regional?					TOTAL
PREGUNTA 4					
Positivamente, porque genera empleo y crecimiento económico.	Medianamente, hay avances pero no son suficientes.	Negativamente, debido a la falta de estrategias claras.	No percibo que haya un impacto significativo.	No responde	
21	3	6	0	0	30
70,00%	10,00%	20,00%	0,00%	0,00%	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura:** estrategias efectivas para la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo del turismo cultural en Girardot

Los resultados de esta pregunta permiten reforzar algunas conclusiones clave para abordar la problemática de investigación: ¿Cuáles son las estrategias efectivas para la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo del turismo cultural en Girardot en el 2024? La alta valoración positiva de la planificación turística cultural (70 %) demuestra que la ciudadanía reconoce el impacto económico del turismo, pero también sugiere una expectativa creciente frente a su gestión.

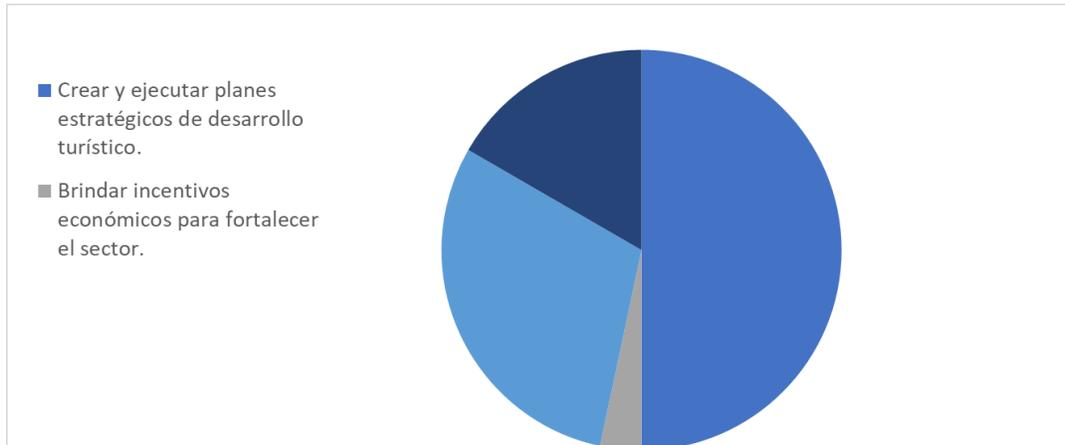
La pregunta complementaria sobre los mecanismos de participación comunitaria permite identificar uno de los desafíos fundamentales: la percepción de impacto no siempre se traduce en apropiación ciudadana ni en procesos participativos sólidos. Si bien se reconoce el beneficio económico, no se hace mención en la encuesta al involucramiento de la comunidad en la planificación. Por tanto, las estrategias efectivas deben incorporar mecanismos claros, accesibles y reales de participación, que trasciendan las consultas formales y se orienten a la corresponsabilidad y empoderamiento ciudadano.

En este marco, el administrador público territorial en Colombia tiene un papel determinante. Debe actuar como líder técnico, político y comunitario, capaz de leer el territorio, reconocer sus actores, interpretar las demandas sociales y traducirlas en políticas públicas coherentes y eficaces. Su perfil exige habilidades en planificación estratégica, gestión participativa, articulación interinstitucional y evaluación de impacto.

Además, el administrador debe identificar y transformar a los principales agentes que limitan la ejecución de políticas, como empresarios desconectados del interés público, estructuras administrativas inflexibles o comunidades poco informadas. A través de la educación patrimonial, la concertación pública y la innovación en gestión pública, se pueden superar estas barreras y consolidar una planificación turística cultural que impulse realmente el desarrollo regional.

La planificación turística y cultural de Girardot tiene un alto potencial de impacto, pero debe fortalecerse mediante estrategias más claras, inclusivas y sostenibles. Solo así se logrará transformar a Girardot en una ciudad región líder en turismo cultural, con una ciudadanía participativa, una estructura patrimonial protegida y una economía local revitalizada desde la

cultura.



Fuente: Elaboración propia

**Figura: Gráfica circular las expectativas sociales hacia la gestión pública en torno al turismo cultural.**

Los resultados de la pregunta 5 revelan que un 50 % de los encuestados considera que el gobierno local debe crear y ejecutar planes estratégicos de desarrollo turístico, mientras que un 30 % señala la necesidad de involucrar activamente a la comunidad en la toma de decisiones. Asimismo, un 16,67 % sugiere que el gobierno debe facilitar alianzas público-privadas para proyectos de inversión, y solo un 3,33 % considera relevante brindar incentivos económicos al sector. Esta distribución porcentual plantea un diagnóstico claro sobre las expectativas sociales hacia la gestión pública en torno al turismo cultural.

Desde el marco teórico, el turismo cultural se entiende como un instrumento de desarrollo territorial cuando se basa en procesos planificados, articulados e inclusivos (OMT, 2018). La priorización ciudadana de la planificación estratégica (50 %) confirma que existe conciencia sobre la necesidad de que las administraciones locales no solo gestionen eventos o actividades sueltas, sino que cuenten con planes estructurados, con objetivos claros, enfoques territoriales y

visión de largo plazo. Esta expectativa se relaciona directamente con la propuesta de planificar la estructura turística y cultural de Girardot para que esta influya en su desarrollo y posicionamiento como ciudad región.

El marco legal, particularmente la Ley 2068 de 2020, asigna a los gobiernos locales la tarea de diseñar políticas públicas que integren al turismo dentro de los procesos de desarrollo económico, social y cultural. Esta ley, junto con el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de Girardot y los planes de desarrollo municipal, establece directrices para la creación de infraestructura turística, el fortalecimiento del patrimonio cultural y la articulación intersectorial. Los resultados de la encuesta evidencian que la ciudadanía percibe que la falta o debilidad en estos planes estratégicos es una barrera estructural, lo cual coincide con el bajo nivel de implementación efectiva observado en estudios anteriores.

Por otro lado, el 30 % que exige mayor participación comunitaria señala una de las condiciones fundamentales para el éxito de cualquier política cultural o turística: la apropiación ciudadana. Desde el marco histórico y territorial, Girardot cuenta con un legado patrimonial significativo (arquitectura, historia ferroviaria, festividades populares), pero este no podrá ser sostenido sin la participación activa de las comunidades locales. Como lo define la Universidad Nacional de Colombia (2020), la cultura es un fenómeno compartido que debe construirse colectivamente, lo que implica que los procesos institucionales deben incorporar canales efectivos de consulta, decisión y evaluación ciudadana.

El 16,67 % que menciona la necesidad de alianzas público-privadas apunta a otro componente clave en la planificación del turismo cultural: la financiación y sostenibilidad de los proyectos. Aunque el porcentaje no es el más alto, sí refleja que la ciudadanía reconoce que el gobierno local no puede actuar solo, y que debe generar espacios de concertación con empresarios, cooperativas, universidades y organizaciones culturales para movilizar recursos y conocimiento.

El hecho de que solo un 3,33 % se refiera a los incentivos económicos puede interpretarse como una crítica implícita al modelo centrado exclusivamente en lo financiero. La ciudadanía parece entender que el desarrollo turístico no se logra simplemente con subsidios o apoyos

económicos, sino a través de modelos de gestión integral, participativos y orientados a la transformación social y cultural del territorio.

¿Qué papel debería jugar el gobierno local en la estructuración del turismo cultural en Girardot?					TOTAL
PREGUNTA 5					
Crear y ejecutar planes estratégicos de desarrollo turístico.	Brindar incentivos económicos para fortalecer el sector.	Involucrar activamente a la comunidad en la toma de decisiones.	Facilitar alianzas público-privadas para proyectos de inversión.	No responde	
15	1	9	5	0	30
50,00%	3,33%	30,00%	16,67%	0,00%	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura:** Cuáles son las estrategias efectivas para implementar políticas públicas de turismo cultural en Girardot

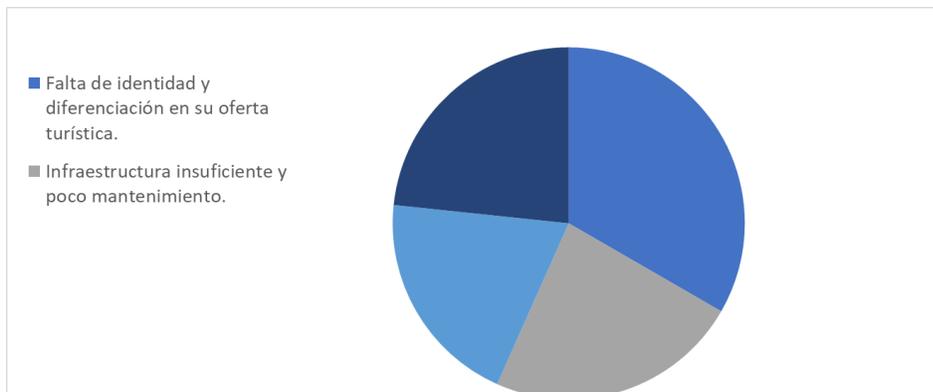
Los hallazgos derivados de esta pregunta permiten profundizar en la problemática de la investigación: ¿Cuáles son las estrategias efectivas para implementar políticas públicas de turismo cultural en Girardot en 2024? La alta demanda por planes estratégicos y participación ciudadana revela que las estrategias no pueden limitarse a intervenciones aisladas ni a visiones unilaterales del desarrollo. Se requiere un enfoque territorial que considere la riqueza cultural de Girardot, la diversidad de sus actores y la complejidad de su estructura institucional.

La pregunta complementaria, que interroga por las rutas y mecanismos de participación comunitaria definidos en las políticas públicas, se vuelve crucial. Si bien la ciudadanía manifiesta interés en participar, esto no siempre se traduce en acciones institucionales que les permitan hacerlo de manera real y efectiva. Las políticas públicas deben ir acompañadas de estrategias pedagógicas, comunicativas y organizativas que generen condiciones para una participación inclusiva, informada y vinculante.

En este contexto, el perfil del administrador público territorial en Colombia cobra un papel central. No solo debe ser un gestor técnico o financiero, sino un líder social con capacidad de construir consensos, diseñar estrategias de largo plazo y movilizar recursos públicos y privados. Su función debe incluir la identificación de los principales agentes que limitan la ejecución de las políticas públicas, como empresarios pasivos, estructuras burocráticas rígidas o comunidades poco organizadas, y actuar sobre ellos con enfoque de gobernanza.

El administrador debe liderar procesos de planificación participativa, formular proyectos sostenibles y articulados, facilitar la transparencia en la toma de decisiones y promover el empoderamiento ciudadano. Su tarea no es únicamente ejecutar políticas, sino transformar la cultura institucional para que el turismo cultural se consolide como una política de Estado y no como una moda pasajera.

Los resultados de esta encuesta reflejan una ciudadanía que exige planificación, participación y alianzas, y un territorio que tiene todo el potencial para consolidarse como ciudad región desde su patrimonio y cultura. Pero para ello, el gobierno local y sus administradores deben asumir con seriedad y visión el papel transformador que les corresponde.



**Fuente: Elaboración propia**

**Figura: Grafica circular escasa articulación entre actores públicos y privados**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 6, la principal barrera señalada por los encuestados (33,33 %) es la falta de identidad y diferenciación en la oferta turística de Girardot. Esta percepción pone en evidencia una debilidad estructural en el diseño del producto turístico local, el cual debería estar articulado a los valores culturales y patrimoniales del territorio. Además, un 23,33 % mencionó la infraestructura insuficiente y su mal mantenimiento, mientras que otro 23,33 % señaló la escasa articulación entre actores públicos y privados. Por su parte, un 20 % se refirió a la falta de promoción y marketing territorial, lo cual completa el

panorama de las debilidades que impiden el posicionamiento de la ciudad como una región turística y cultural.

Desde el marco teórico, se entiende que el turismo cultural no se limita a mostrar el patrimonio existente, sino que debe construirse como una experiencia significativa basada en la identidad local. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) plantea que el éxito del turismo cultural depende de la autenticidad, la participación de la comunidad y la coherencia en la narrativa territorial. En ese sentido, que un tercio de la población perciba que la oferta turística de Girardot carece de identidad o diferenciación, sugiere que no se ha consolidado una estrategia clara de interpretación del territorio ni de valorización de sus atributos culturales únicos.

Desde el marco legal, la Ley 2068 de 2020 y la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura) exigen a los entes territoriales la identificación, protección, promoción y aprovechamiento sostenible del patrimonio cultural. La falta de identidad en la oferta refleja que estos instrumentos normativos no se han aplicado con eficacia o no han sido incorporados en la planificación local de forma transversal. La ciudad cuenta con elementos distintivos como su legado ferroviario, arquitectura republicana, tradiciones populares y ubicación estratégica, pero estos recursos no han sido integrados en una narrativa turística coherente ni explotados como un eje articulador del desarrollo territorial.

El segundo conjunto de barreras más mencionadas (infraestructura y articulación intersectorial) también pone en evidencia fallas estructurales que limitan la experiencia turística. La infraestructura deficiente y el poco mantenimiento afectan la percepción del destino, dificultan el acceso a bienes culturales y limitan la movilidad, lo cual debilita la competitividad turística de la ciudad. Según el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) y el Plan de Desarrollo Municipal de Girardot, se reconoce la necesidad de mejorar la infraestructura física y cultural, pero los resultados muestran que los avances no han sido suficientes o no se han sostenido en el tiempo.

En cuanto a la escasa articulación entre actores públicos y privados (23,33 %), se evidencia un problema de gobernanza territorial. El turismo cultural, por su propia naturaleza, exige coordinación intersectorial e interinstitucional, donde el Estado, la empresa privada, las

organizaciones sociales y la comunidad trabajen conjuntamente en la planificación, ejecución y evaluación de proyectos. La falta de articulación indica que persiste una gestión fragmentada y poco colaborativa, lo cual impide consolidar una visión compartida de ciudad-región.

Por último, el 20 % que señala la falta de promoción y marketing territorial muestra que los esfuerzos en visibilizar el potencial de Girardot como destino turístico-cultural no han sido suficientes. La promoción no debe entenderse únicamente como publicidad, sino como una estrategia integral de posicionamiento, que requiere definir públicos objetivos, valores identitarios, canales de comunicación y productos turísticos diferenciados.

Estos resultados revelan que la estructura turística y cultural de Girardot necesita una planificación integral, que contemple la recuperación del patrimonio, el fortalecimiento institucional, la mejora de la infraestructura, la participación comunitaria y una narrativa coherente que proyecte a Girardot como una ciudad-región con identidad propia.

¿Cuál es la principal barrera para posicionar a Girardot como una ciudad región turística y cultural?					TOTAL
PREGUNTA 6					
Falta de identidad y diferenciación en su oferta turística.	Infraestructura insuficiente y poco mantenimiento.	Falta de promoción y marketing territorial.	Escasa articulación entre actores públicos y privados.	No responde	
10	7	6	7	0	30
33,33%	23,33%	20,00%	23,33%	0,00%	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura:** identificar estrategias efectivas para implementar políticas públicas de turismo cultural

Los datos evidencian con claridad los principales retos que enfrenta la ciudad de Girardot para posicionarse como región turística y cultural. Desde la perspectiva de esta investigación, centrada en identificar estrategias efectivas para implementar políticas públicas de turismo cultural, se hace evidente que estas estrategias deben ir más allá del diseño normativo. Requieren acciones coordinadas, participación activa y un profundo conocimiento del territorio.

La falta de identidad y diferenciación en la oferta turística no solo es un asunto de marketing, sino el resultado de una planificación incompleta. Para superarlo, las políticas públicas deben integrar rutas culturales, circuitos temáticos, señalética patrimonial y narrativas que convoquen al visitante a una experiencia auténtica. Aquí, la participación comunitaria es

clave. Tal como se señala en la pregunta complementaria, los mecanismos de participación definidos en las políticas públicas deben empoderar a las comunidades para que estas asuman el turismo como una oportunidad de desarrollo, no solo como una intervención externa.

El perfil del administrador público territorial cobra una relevancia especial en este contexto. Este debe ser un actor capaz de conectar las potencialidades del territorio con las demandas ciudadanas, generar alianzas multisectoriales y promover proyectos sostenibles con visión de futuro. Parte de su función es reconocer los agentes que obstaculizan la ejecución de las políticas públicas como empresarios desconectados, entidades que no cooperan, o estructuras institucionales rígidas, y diseñar estrategias para integrarlos al proceso.

Para superar las barreras señaladas por la comunidad, Girardot debe transformar su gestión turística desde una lógica fragmentada hacia una gobernanza cultural e inclusiva, donde el gobierno local, la ciudadanía, los empresarios y la academia trabajen juntos. Solo así será posible planificar una estructura turística y cultural robusta que contribuya al desarrollo integral del municipio y lo proyecte como una verdadera ciudad-región.

## **7. RESULTADOS DE LA MONOGRAFÍA**

Evidenciamos en nuestro proyecto de investigación que se hace necesario la participación de la comunidad residente en Girardot, por la cual la planificación y asesoramiento en la conformación y realización de políticas públicas se hace necesaria ya que no solamente se conoce el problema, sino que también se plantea una solución, además del conocimiento de los atractivos turísticos y eventos culturales que ofrece el municipio.

Las políticas públicas territoriales deben encaminarse a la protección y preservación cultural del Municipio, como eje principal los valores que arraigan a Girardot, si se busca convertir a este en una ciudad Región pues aunque en los planes de desarrollo inmediatamente anteriores, se evidencia las propuestas de políticas públicas en cuanto al eje turismo estas no se cumplen a totalidad, aunque se plantean los objetivos y el tiempo de ejecución de las mismas, estas no se cumplen, se necesita de un ente validador de las mismas propuestas y acciones plasmadas dentro del plan de desarrollo territorial y del plan de ordenamiento territorial y la formulación de políticas públicas de turismo; donde los

actores intervinientes que podría estar enfocado en el sector público y en el privado con participación activa de la comunidad, organizaciones turísticas y hoteleras, para lo cual se busca o se propone lograr iniciativas de planificación y desarrollo turístico.

Dentro de las observaciones concluimos que Girardot, tiene la necesidad latente de fortalecer el gremio turístico, cultural, y asociativo educativo, así mismo concluimos que se necesita mejorar la administración municipal en lo que respecta al sector turístico que permita encaminar las iniciativas, los proyectos, la participación, y hasta las problemáticas para el desarrollo regional con el fin garantizar el cumplimiento del plan de desarrollo en eje de turismo, cultura y fomento. También podemos deducir que, aunque el turismo en Girardot es una de las principales fuentes de ingreso de la misma la implementación de políticas públicas programáticas

Es decir mediante los planes de desarrollo se han quedado cortos en cuanto al tema, se evidencia la falta de planificación turística como lo hemos mencionado en el transcurso del presente diagnóstico, a causa del desconocimiento o la utilización de los profesionales en turismo del municipio que conoce las fortalezas y las debilidades de este campo, si bien los últimos dos planes de desarrollo vemos que el turismo es uno de los ejes estratégicos de planificación que se desea adelantar y posicionar a nivel regional, es necesario definir líneas o planes de acción que permitan definir más allá de un plan de gobierno y se permita a la creación de políticas públicas más sólidas como las propuestas por el alcalde actual a cual se denominan “*políticas públicas para la consolidación y potencialización del turismo*” y para posicionamiento regional lo define como un eje articulador de desarrollo socioeconómico, social y cultural.

Los resultados de las encuestas revelaron que el turismo cultural en Girardot enfrenta desafíos críticos: el 90% de los encuestados identificó una participación ciudadana limitada, atribuida a la falta de información y espacios de diálogo, mientras que el 21.2% señaló desarticulación institucional como obstáculo principal. Además, solo el 19.35% asoció la gestión cultural con la promoción del patrimonio histórico, evidenciando una desconexión entre las políticas públicas y la valorización de sitios emblemáticos como la Plaza de Mercado Leopoldo Rother. A esto se suma que el 40% destacó la infraestructura deficiente, especialmente en señalización y

mantenimiento de espacios culturales, lo que dificulta la experiencia turística y el acceso a los atractivos locales.

Por otro lado, las encuestas destacaron oportunidades claras: el 55% priorizó campañas de promoción como estrategia clave, respaldando la necesidad de una plataforma digital integrada y una marca turística que resalte la identidad local. Aunque el 73.33% criticó el desinterés de los empresarios en políticas culturales, el 70% reconoció un impacto económico positivo del turismo, subrayando su potencial para generar empleo y dinamizar emprendimientos. Estos hallazgos refuerzan la urgencia de acciones coordinadas que vinculen participación ciudadana, inversión en infraestructura patrimonial y alianzas público-privadas, asegurando que Girardot consolide su rol como destino cultural sostenible en el Alto Magdalena.

## CONCLUSIONES

Para concluir con la investigación de la presente monografía sobre el turismo cultural en Girardot durante el 2024 podemos decir que; Girardot tiene un potencial turístico y cultural no explotado teniendo en cuenta los recursos naturales, patrimoniales y culturales que carecen de una planificación estratégica por parte de la administración municipal causando una minimización del impacto socio económico, y aunque en el plan de ordenamiento territorial y en el plan de desarrollo municipal se evidencia una diferencia entre los ejes propuestos y su implementación donde se limita la participación de actores privados y la deficiencia de recursos.

Girardot tiene todas las condiciones para posicionarse como un referente de turismo cultural en Colombia sin embargo esto requiere de mayor participación política, y comunitaria para así mejorar la infraestructura y las condiciones del municipio.

El objetivo principal de esta monografía fue *Analizar las estrategias y factores claves que han facilitado el diseño e implementación de políticas públicas dirigidas al turismo cultural en la zona urbana de Girardot durante el 2024, con el fin de identificar buenas prácticas y desafíos*. Donde se pueden concluir que la participación activa de la comunidad en la planificación y ejecución de políticas publicas puede ser fundamental pues se evidencia una baja participación debido a la falta de información y mecanismos para acceder a la misma, la mayoría de los encuestados con un porcentaje del 60% muestran la necesidad de mayor inversión en infraestructura, tales como señalización para fortalecer la oferta turística cultural.

Por otro lado, la ausencia de planes claros y sostenibles puede limitar el impacto del turismo cultural. Que pueda tener una visión a largo plazo que integren factores importantes para el desarrollo como el patrimonio, economía, y sostenibilidad.

Girardot tiene un alto potencial para consolidarse como un destino turístico cultural del Alto Magdalena y el país, pero para lograr este objetivo requiere una transformación en los sectores con modelos integrales que prioricen la participación ciudadana, la identidad local, y la sostenibilidad, en el papel de administrador publico es crucial para articular esfuerzos y garantizar que el turismo cultural sea una herramienta de desarrollo equitativo y duradero.

**RECOMENDACIONES:**

Según la información recogida en las encuestas se identificaron varios problemas, como falta de participación ciudadana, la desarticulación institucional, la escasa promoción del patrimonio cultural y la necesidad de mejoras en infraestructura.

La participación ciudadana si bien es cierto es un tema clave, es difícil que las políticas públicas tengan éxito, se podrían organizar talleres o foros donde puedan expresar ciertas ideas y necesidades relacionadas con el turismo cultural, también sería útil crear comités locales que trabajen junto con la administración pública para planificar y ejecutar proyectos.

Luego está la desarticulación institucional. Parece que las diferentes entidades no están trabajando de manera coordinada. Una posible solución sería establecer mesas de trabajo interinstitucionales donde participen la administración municipal, empresas turísticas, organizaciones culturales y la comunidad. Esto facilitaría la comunicación y la colaboración en la formulación de políticas públicas.

La escasa promoción del patrimonio cultural también es un problema. Las encuestas muestran que muchos residentes no conocen bien los atractivos culturales de Girardot. Para abordar esto, se podría implementar una campaña de marketing que destaque los festivales locales haciendo énfasis en la implementación de gobierno abierto, la gastronomía tradicional y los sitios históricos. Además, usar redes sociales y plataformas digitales podría ayudar a llegar a un público más amplio, tanto nacional como internacional.

En cuanto a la infraestructura, los encuestados mencionaron la necesidad de mejoras en señalización turística y mantenimiento de sitios culturales. Aquí, una solución práctica sería asignar recursos específicos del presupuesto municipal para la renovación y conservación de estos espacios. También se podría buscar financiamiento externo a través de programas gubernamentales o cooperación internacional enfocados en el desarrollo turístico y cultural.

También hay que considerar la formación y educación. Si los empresarios turísticos y la comunidad no están suficientemente informados sobre la importancia del turismo cultural, podrían realizarse capacitaciones sobre gestión cultural, atención al turista y sostenibilidad. Esto no solo mejoraría la calidad de los servicios ofrecidos, sino que también fomentaría una mayor conciencia sobre la preservación del patrimonio.

Por último, es importante monitorear y evaluar las políticas implementadas. Establecer indicadores de éxito y realizar encuestas periódicas permitiría ajustar las estrategias según los resultados obtenidos. Esto aseguraría que las soluciones propuestas sean efectivas y se adapten a las necesidades cambiantes de la comunidad y el sector turístico para el crecimiento del mismo.

## GLOSARIO

<b>Termino</b>	<b>Definición</b>
<b>Turismo cultural</b>	Modalidad de turismo que se enfoca en la experiencia y aprendizaje de la cultura local, incluyendo patrimonio tangible (arquitectura, sitios históricos) e intangible (festividades, gastronomía, tradiciones).
<b>Políticas públicas</b>	Conjunto de acciones y decisiones gubernamentales diseñadas para resolver problemas sociales o económicos, en este caso, orientadas al desarrollo del turismo y la cultura.
<b>Gobernanza turística</b>	Coordinación entre actores públicos (gobierno), privados (empresas turísticas) y sociedad civil para la toma de decisiones sostenibles en el sector turístico.
<b>Patrimonio tangible</b>	Bienes culturales físicos como edificios históricos, monumentos o paisajes urbanos (ejemplo: Plaza de Mercado de Girardot, catedral de Girardot, Monumento el león).
<b>Patrimonio intangible</b>	Manifestaciones culturales no físicas, como danzas, música, leyendas o prácticas gastronómicas (ejemplo: Reinado Nacional del Turismo en Girardot, Reinado señorita Girardot, Feria Artesanal).
<b>Sostenibilidad turística</b>	Desarrollo turístico que equilibra crecimiento económico, conservación ambiental y respeto por la cultura local, garantizando beneficios a largo plazo.
<b>Plan de Ordenamiento Territorial (POT)</b>	Instrumento técnico-legal que regula el uso del suelo y la planificación urbana/rural de un municipio, incluyendo estrategias para el turismo (ejemplo : POT de Girardot 2011 actualmente Girardot trabaja su política bajo este plan).
<b>Identidad cultural</b>	Conjunto de valores, tradiciones y expresiones que definen a una comunidad y la diferencian de otras (ejemplo: clima cálido y folclor de Girardot).
<b>Señalización turística</b>	Sistema de señales e información que facilita la orientación y accesibilidad a atractivos turísticos,

---

	mejorando la experiencia del visitante.
<b>Encuestas estructuradas</b>	Herramienta metodológica cuantitativa para recolectar datos estandarizados sobre preferencias o comportamientos turísticos.
<b>Observación participante</b>	Técnica cualitativa donde el investigador interactúa con el entorno turístico para analizar dinámicas sociales y culturales.

---

## REFERENCIAS

- S/f). Gobernador.co. Recuperado el 8 de diciembre de 2023, de <..\Downloads\PLAN+DE+DESARROLLO+VERSION+FINAL.pdf>
- (S/FB). Potgirardot.com. Recuperado el 8 de diciembre de 2023, de <https://potgirardot.com/wp-content/uploads/2021/02/Acuerdo-N%C2%B0003-de-2020-Plan-de-Desarrollo-1.pdf>
- Saa, V. (2020). Metodología de la investigación Bernal 4ta. Edición [www.academia.edu](http://www.academia.edu). [https://www.academia.edu/44228601/Metodologia\\_De\\_La\\_Investigacion\\_Bernal\\_4ta\\_edicion](https://www.academia.edu/44228601/Metodologia_De_La_Investigacion_Bernal_4ta_edicion)
- Equipo editorial, Etecé. (2023, 24 enero). *Cultura: definición, elementos y características*. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/cultura/>
- Pontificia Universidad Javeriana. (2018). Estudio de la ciudad de Girardot como escenario turístico. <https://apidspace.javeriana.edu.co/server/api/core/bitstreams/48d801ea-84d9-47ae-944b-2ef0825006bc/content>
- Serrano Galán, S. (2023). Historia ferroviaria como legado del patrimonio inmaterial en Girardot. *Revista Turismo y Sociedad*, Universidad Externado de Colombia. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/8481/14305>
- Universidad de los Andes. (2020). Turismo y sostenibilidad cultural. Facultad de Administración y Facultad de Arquitectura.

- Universidad del Rosario. (2021). Turismo y cultura como estrategia de desarrollo territorial. Documento de trabajo interno.
- Universidad Nacional de Colombia. (2020). Cultura e identidad en los territorios. Observatorio de Políticas Culturales.
- Universidad del Tolima. (2022). El turismo cultural como eje de desarrollo local en municipios intermedios.
  
- Alvarado Reyes, N. G. (2023). *Valores patrimoniales y gastronomía en la plaza de mercado Leopoldo Rother de Girardot*. Universidad de Boyacá.  
<https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co>
- Buitrago Aguirre, M. C., & Castillo Zambrano, P. S. (2023, agosto 2). *Reinado Nacional del Turismo en Girardot: Impactos culturales y económicos*. Universidad Piloto de Colombia.  
<https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/12955>
- Equipo editorial, Etecé. (2023, enero 24). *Cultura: definición, elementos y características*. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/cultura/>
- García, R. (2025). *Girardot Futurista: Recupera su patrimonio y turismo sostenible*. Girardot es virtual. <https://girardotesvirtual.co/editorial/girardot-futurista>
  
- Garzón Barrios, M. C. (2020). *Estrategias de fortalecimiento y mejora del desarrollo socioeconómico a través del turismo en Girardot*. Universidad Piloto de Colombia.  
<https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/9396>

- Jiménez Mendivelso, L., Ramos Cárdenas, H. J., & Oca Vega, J. F. (2022). *Impacto del ecoturismo en Girardot*. Universidad Cooperativa de Colombia.  
<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/562bc443-c2b0-4dd1-a600-83de9927813a/content>
- Oficina de prensa. (2021). *El turismo y la cultura de Girardot rompen fronteras en la Vitrina ANATO 2021*. Alcaldía de Girardot. <https://www.girardot-cundinamarca.gov.co>
- Oikos Constructora. (2024). *Inversión en vivienda Girardot, turístico y cultural*.  
<https://www.oikos.com.co/constructora/noticias-constructora/girardot-turismo-y-vivienda>
- Pautt Gutiérrez, E. D. (2024). *Girardot turística ¿sin patrimonio?* Plus Publicación.  
<https://pluspublicacion.com/apuntes-del-director/girardot-turistica-sin-patrimonio>
- Pontificia Universidad Javeriana. (2018). *Estudio de la ciudad de Girardot como escenario turístico*. <https://apidspace.javeriana.edu.co/server/api/core/bitstreams/48d801ea-84d9-47ae-944b-2ef0825006bc/content>
- Reyes Díaz, R. J. (2022). *Girardot: Retos y oportunidades en turismo cultural*. UNAD.  
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/48980>
- Ricaurte Otavo, Á. M., & Sánchez Ospina, L. M. (2022). *Girardot y su identidad cultural*. Universidad de Cundinamarca.
- Rodríguez, A. R. (2023). *Proyecto rescata el patrimonio inmaterial de Girardot*. Universidad de Cundinamarca. <https://www.ucundinamarca.edu.co/4359-proyecto-rescata-el-patrimonio-inmaterial-de-girardot>
- Saa, V. (2020). *Metodología de la investigación* (4.<sup>a</sup> ed.). Academia.edu.  
<https://www.academia.edu/44228601>

- Serrano Galán, S. (2023). *Historia ferroviaria como legado del patrimonio inmaterial en Girardot*. *Revista Turismo y Sociedad*. Universidad Externado de Colombia.  
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/8481>
- Universidad de los Andes. (2020). *Turismo y sostenibilidad cultural*. Facultad de Administración y Facultad de Arquitectura.
- Universidad del Rosario. (2021). *Turismo y cultura como estrategia de desarrollo territorial* [Documento de trabajo interno].
- Universidad Nacional de Colombia. (2020). *Cultura e identidad en los territorios*. Observatorio de Políticas Culturales.
- Universidad del Tolima. (2022). *El turismo cultural como eje de desarrollo local en municipios intermedios*.
- Gobernador.co. (s. f.). *Plan de Desarrollo Versión Final*.  
<https://gobernador.co/PLAN+DE+DESARROLLO+VERSION+FINAL.pdf>
- Potgirardot.com. (s. f.). *Plan de Desarrollo Girardot 2020*. <https://potgirardot.com/wp-content/uploads/2021/02/Acuerdo-N%C2%B0003-de-2020-Plan-de-Desarrollo-1.pdf>
- Alcaldía Municipal de Girardot. (s. f.). *Cartografía social de Girardot*.
- Comercio Digital. (s. f.). *Turismo y familia en Girardot*.
- Universidad de Cundinamarca. (s. f.). *Diagnóstico turístico cultural de Girardot* [Contenido no estructurado con enlace no disponible].
- Plus Publicación. (s. f.). *Girardot turística sin planificación*. <https://pluspublicacion.com>

- Sala de prensa ANATO. (2021). *Informe de participación de Girardot en ANATO.*
- Universidad Cooperativa de Colombia. (2022). *Estudio sobre ecoturismo en Girardot.*
- Universidad Piloto de Colombia. (2023). *Turismo e inversión en Girardot.*
- Universidad de Boyacá. (2023). *Gastronomía como patrimonio en Girardot.*
- UNAD. (2022). *Retos del turismo cultural en ciudades intermedias.*

ANEXOS A. ENCUESTA

**TRABAJO DE INVESTIGACION**

ENCUESTA N° \_\_\_\_\_



Opción de grado para obtener el título como administrador publico territorial

**TITULO DE LA INVESTIGACION:**

**TURISMO CULTURAL URBANO DE LA CIUDAD DE GIRARDOT DURANTE EL AÑO 2024**

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:**

Daniel Sebastián Marín Tovar

**ASESOR ACADEMICO**

**FRANCISCO FABIANY MOLINA BUSTOS**

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA:**

Analizar las estrategias y factores claves que han facilitado el diseño e implementación de políticas públicas dirigidas al turismo cultural en la zona urbana de Girardot durante el 2024, con el fin de identificar buenas prácticas y desafíos en el transcurso de la investigación

**I. CARACTERIZACION DEL ENCUESTADO**

*Preguntas de selección multiple con unica respuesta*

**1. Edad del encuestado.**

- |                 |                          |                  |                          |            |                          |
|-----------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| a) 18 a 24 años | <input type="checkbox"/> | b) 25 a 34       | <input type="checkbox"/> | c) 35 a 44 | <input type="checkbox"/> |
| d) 45 a 54 años | <input type="checkbox"/> | e) 55 a 64 años  | <input type="checkbox"/> | f) 65 a 74 | <input type="checkbox"/> |
| g) 75 a 84 años | <input type="checkbox"/> | h) 85 años o más | <input type="checkbox"/> |            |                          |

**2. Genero del encuestado.**

- |              |                          |            |                          |       |                          |
|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|-------|--------------------------|
| a) Masculino | <input type="checkbox"/> | b) Femenin | <input type="checkbox"/> | c) No | <input type="checkbox"/> |
|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|-------|--------------------------|

**3. Ocupación del encuestado.**

- |                  |                          |                       |                          |                                  |                          |
|------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| a) Empleado      | <input type="checkbox"/> | b) Contrato a término | <input type="checkbox"/> | c) Contrato a termino indefinido | <input type="checkbox"/> |
| d) Independiente | <input type="checkbox"/> | e) Estudiant          | <input type="checkbox"/> | f) No labora                     | <input type="checkbox"/> |

**4. Nacionalidad**

- |               |                          |              |                          |
|---------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| a) Colombiana | <input type="checkbox"/> | b) Extranjer | <input type="checkbox"/> |
|---------------|--------------------------|--------------|--------------------------|

**5. Estrato socioeconómico del encuestado.**

- |              |                          |              |                          |            |                          |
|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| a) Estrato 1 | <input type="checkbox"/> | b) Estrato 2 | <input type="checkbox"/> | c) Estrato | <input type="checkbox"/> |
| d) Estrato   | <input type="checkbox"/> | e) Estrato   | <input type="checkbox"/> | f) Estrato | <input type="checkbox"/> |

**6. Máximo nivel educativo del encuestado.**

- |              |                          |                 |                          |                   |                          |
|--------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| a) Primaria  | <input type="checkbox"/> | b) Bachillerato | <input type="checkbox"/> | c) Técnico        | <input type="checkbox"/> |
| d) Tecnólogo | <input type="checkbox"/> | e) Profesiona   | <input type="checkbox"/> | f) Especializació | <input type="checkbox"/> |
| g) Maestría  | <input type="checkbox"/> | h) Doctorad     | <input type="checkbox"/> | i) Postdoctorad   | <input type="checkbox"/> |

**7. Ingresos del encuestado.**

**TURISMO CULTURAL URBANO DE LA CIUDAD DE GIRARDOT DURANTE EL AÑO 2024**

118

- |           |                     |                          |           |            |                          |           |              |                          |
|-----------|---------------------|--------------------------|-----------|------------|--------------------------|-----------|--------------|--------------------------|
| <b>a)</b> | Menos de un salario | <input type="checkbox"/> | <b>b)</b> | Un salario | <input type="checkbox"/> | <b>c)</b> | Dos Salarios | <input type="checkbox"/> |
| <b>d)</b> | Mas de dos salarios | <input type="checkbox"/> | <b>e)</b> | No tiene   | <input type="checkbox"/> |           |              |                          |

## II. PREGUNTAS DE INVESTIGACION - PARTE 1

*Preguntas de selección múltiple con única respuesta*

**1** Propósito de las siguientes preguntas

Identificar las rutas existentes en las políticas públicas en turismo cultural en la zona urbana de Girardot que involucren a la comunidad en general y que brinde herramientas para el crecimiento de la ciudad como región.

### PREGUNTA 1.

¿Cuál considera que es el principal enfoque del turismo cultural en Girardot en el año 2024?

- Respuesta*
- a) Promoción de sitios históricos y patrimoniales.
  - b) Fomento de actividades culturales y artísticas.
  - c) Generación de empleo y desarrollo económico.
  - d) No percibo un enfoque claro en la ciudad.
  - e) No responde

### PREGUNTA 2.

¿De qué manera la comunidad local participo en el año 2024, en las iniciativas de turismo cultural en Girardot?

- Respuesta*
- a) Como gestores culturales y guías turísticos.
  - b) Mediante la oferta de servicios gastronómicos y artesanales.
  - c) A través de eventos y actividades comunitarias.
  - d) La comunidad no tiene una participación activa.
  - e) No responde

### PREGUNTA 3.

¿Qué factores considera que limitan el desarrollo del turismo cultural en Girardot en el 2024?

- Respuesta*
- a) Falta de apoyo gubernamental y financiamiento.
  - b) Débil promoción y difusión de la oferta cultural.
  - c) Poca participación de la comunidad en las políticas públicas.
  - d) Infraestructura insuficiente y problemas de movilidad.
  - e) No responde

**PREGUNTA 4.**

¿Cree que el turismo cultural en el 2024, ha impactado positivamente el desarrollo de Girardot como región?

*Respuesta*

- a)  Sí, ha generado empleo y oportunidades económicas.
- b)  Sí, ha fortalecido la identidad cultural y el sentido de pertenencia.
- c)  No, su impacto ha sido mínimo o inexistente.
- d)  No estoy seguro/a del impacto que ha tenido.
- e)  No responde

**PREGUNTA 5.**

¿Qué estrategia considera más efectiva que hubiese fortalecido el turismo cultural en Girardot en el 2024?

*Respuesta*

- a)  Crear incentivos para emprendimientos locales en turismo.
- b)  Diseñar programas educativos sobre patrimonio cultural.
- c)  Mejorar la infraestructura turística y la señalización.
- d)  Desarrollar campañas de promoción y marketing.
- e)  No responde

**PREGUNTA 6.**

¿Conoce usted alguna política pública enfocada en el turismo cultural en la zona urbana de Girardot del 2024?

*Respuesta*

- a)  Sí, y estoy familiarizado con sus objetivos y estrategias.
- b)  Sí, pero no tengo claridad sobre sus detalles.
- c)  No, pero me gustaría conocer más sobre el tema.
- d)  No, y no me interesa este tipo de políticas.
- e)  No responde

## II. PREGUNTAS DE INVESTIGACION - PARTE 2

*Preguntas de selección múltiple con única respuesta*

**2** Propósito de las siguientes preguntas

Reconocer los principales agentes turísticos que no permite la ejecución de las políticas públicas propuestas en el plan de desarrollo para el eje del turismo cultural en la zona urbana del Municipio de Girardot.

### PREGUNTA 1.

¿Cuál considera que es el principal obstáculo para la implementación de las políticas de turismo cultural en Girardot en el 2024?

- Respuesta*
- a) Falta de coordinación entre entidades gubernamentales.
  - b) Desinterés o resistencia de empresarios y comerciantes.
  - c) Escasa participación de la comunidad local.
  - d) Limitaciones en presupuesto y financiamiento
  - e) No responde

### PREGUNTA 2.

¿Qué actores cree que tienen mayor responsabilidad en las dificultades para ejecutar las políticas de turismo cultural en el 2024?

- Respuesta*
- a) La administración municipal y entidades gubernamentales.
  - b) Empresarios y operadores turísticos.
  - c) La comunidad y organizaciones culturales.
  - d) Inversores y sector privado externo.
  - e) No responde

### PREGUNTA 3.

¿De qué manera los empresarios turísticos han influido en la implementación de políticas públicas de turismo cultural en Girardot?

- Respuesta*
- a) Han apoyado y financiado iniciativas culturales.
  - b) Han mostrado resistencia por considerar que afectan su modelo de negocio.
  - c) No han mostrado interés en participar activamente.
  - d) Han propuesto cambios y ajustes para favorecer sus intereses.
  - e) No responde

**PREGUNTA 4.**

¿Cómo percibe la participación de la comunidad en la ejecución de las políticas públicas de turismo cultural en Girardot 2024?

*Respuesta*

- a) Activa y comprometida con los procesos.
- b) Baja debido a la falta de información y difusión.
- c) Resistente porque no ve beneficios claros.
- d) Inexistente, ya que no se les involucra en la toma de decisiones.
- e) No responde

**PREGUNTA 5.**

¿Qué papel juega la administración municipal en la ejecución de las políticas de turismo cultural 2024?

*Respuesta*

- a) Lidera y garantiza la aplicación efectiva de las políticas.
- b) Se enfrenta a dificultades por falta de recursos o apoyo.
- c) No ha logrado coordinar adecuadamente a los actores turísticos.
- d) Su papel es mínimo, dejando el desarrollo en manos del sector privado.
- e) No responde

**PREGUNTA 6.**

¿Qué medidas podrían mejorar la implementación de las políticas de turismo cultural en Girardot, según lo vivido en el año 2024?

*Respuesta*

- a) Mayor inversión pública y privada en proyectos culturales.
- b) Creación de incentivos para empresarios del sector turístico.
- c) Mayor participación de la comunidad en la toma de decisiones.
- d) Mejor articulación entre gobierno, empresarios y sociedad civil.
- e) No responde

## II. PREGUNTAS DE INVESTIGACION - PARTE 3

*Preguntas de selección múltiple con única respuesta*

**3** Propósito de las siguientes preguntas

Planificar la estructura turística y cultural con la que cuenta la ciudad de Girardot y como esta puede influir en el desarrollo de el mismo para posicionarla como ciudad región para el año 2027

### PREGUNTA 1.

¿Cómo califica la infraestructura turística del año 2024 de Girardot en términos de accesibilidad y servicios?

- Respuesta*
- a) Excelente, cumple con los estándares para atraer turismo.
  - b) Buena, aunque necesita algunas mejoras.
  - c) Deficiente, requiere una inversión considerable.
  - d) Muy deficiente, no permite un desarrollo adecuado del turismo.
  - e) No responde

### PREGUNTA 2.

¿Cuáles considera que fueron los principales atractivos culturales y turísticos de Girardot en el 2024?

- Respuesta*
- a) Su patrimonio histórico y arquitectónico.
  - b) Eventos culturales y festivales locales.
  - c) La gastronomía y artesanías de la región.
  - d) El turismo de naturaleza y aventura.
  - e) No responde

### PREGUNTA 3.

¿Qué elementos cree que faltan en la estructura turística de Girardot para fortalecer su desarrollo como ciudad región en el turismo cultural?

- Respuesta*
- a) Mayor inversión en infraestructura y señalización turística.
  - b) Promoción y difusión de los atractivos culturales.
  - c) Formación y capacitación de actores turísticos locales.
  - d) Estrategias de sostenibilidad y conservación del patrimonio.
  - e) No responde

**PREGUNTA 4.**

¿Cómo considera que la planificación turística cultural actual de Girardot influye en su desarrollo regional?

*Respuesta*

- a) Positivamente, porque genera empleo y crecimiento económico.
- b) Medianamente, hay avances pero no son suficientes.
- c) Negativamente, debido a la falta de estrategias claras.
- d) No percibo que haya un impacto significativo.
- e) No responde

**PREGUNTA 5.**

¿Qué papel debería jugar el gobierno local en la estructuración del turismo cultural en Girardot?

*Respuesta*

- a) Crear y ejecutar planes estratégicos de desarrollo turístico.
- b) Brindar incentivos económicos para fortalecer el sector.
- c) Involucrar activamente a la comunidad en la toma de decisiones.
- d) Facilitar alianzas público-privadas para proyectos de inversión.
- e) No responde

**PREGUNTA 6.**

¿Cuál es la principal barrera para posicionar a Girardot como una ciudad región turística y cultural?

*Respuesta*

- a) Falta de identidad y diferenciación en su oferta turística.
- b) Infraestructura insuficiente y poco mantenimiento.
- c) Falta de promoción y marketing territorial.
- d) Escasa articulación entre actores públicos y privados.
- e) No responde

ANEXO B. ENTREVISTA

<b>Hallazgos de planificación y problemáticas del Municipio de Girardot</b>		
<b>Esquema de planificación turística del municipio</b>	<b>Principales problemáticas que afectan el desarrollo turístico de Girardot</b>	<b>Planificación del turismo</b>
No existe un esquema claro de planificación turística para el municipio, donde se evidencia es que no hay un producto ni una ruta turísticos organizada, además únicamente funciona un Puesto de Información Turística (PIT) que no cuenta con información actualizada.	Los principales problemas que afectan a Girardot en cuanto turismo son: la seguridad, la señalización, el apoyo gubernamental, ya que no existe un plan de comercialización en cuanto a turismo de Girardot a nivel nacional, educación y cultura turística, burocracia política en la asignación de puestos políticos informalidad e ilegalidad, y la falta de control a los prestadores de servicios turísticos.	entidades como la cámara de comercio, la alcaldía, el instituto de cultura, turismo y fomento, entidades educativas, prestadores de servicios turísticos de la región, la policía de turismo.

ANEXO C. ACTORES TURISTICO

Tipo de actor	Actor	Rol en el turismo de Girardot	Posición frente al turismo	Capacidad de intervención
<b>Público</b>	Instituto de Cultura y turismo de Girardot	Encargado de liderar proyectos y ejecutar las políticas de turismo	A favor	Alto
<b>Público</b>	Alcaldía de Girardot	Encargado de la planificación y gestión pública del turismo	A favor	Alto
<b>Público</b>	Concejo municipal	Encargado de proponer políticas públicas para el municipio	A favor	Alto
<b>Privado</b>	Cámara Comercio de Girardot	Encargado de la gestión y liderazgo del comercio de la región	A favor	Alto
<b>Privado</b>	Prodeturgir	Entidad Promotora de Desarrollo Turístico para Girardot	A favor	Medio
<b>Gremio</b>	Cotelco	Asociación de hoteles que busca el crecimiento turístico con calidad	A favor	Medio
<b>Academia</b>	Universidad Piloto de Colombia, SENA, Universidad de Cundinamarca	Entidad educativa con oferta de formación en turismo y hotelería a nivel Tecnológico y profesional	A favor	Bajo
<b>Medios de comunicación</b>	Dwtv, periódico el informativo, Noti8	Informar la realidad regional	Indiferente	Bajo

 <p>Escuela Superior de Administración Pública</p>	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 1 de 1

## ANEXO D. FICHAS BIBLIOGRAFICAS

### REFERENCIAL ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 1

<b>Nombre del Estudiante:</b>  Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>Historia ferroviaria como legado del patrimonio inmaterial en Girardot</b>	<b>Lugar de consulta:</b>  Revista Turismo y Sociedad, Universidad Externado de Colombia
<b>Nombre del Proyecto:</b>  <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b>  Silvana Serrano Galán	<b>Páginas de consulta:</b>  <a href="https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/8481/14305">https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/8481/14305</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  Enero – Junio 2023	<b>Fecha:</b>  14 de mayo 2021



**Cita textual**  
Escuela Superior de  
Administración Pública

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 2 de 1

Código: RE-M-IN-32

*“La presente investigación analiza el potencial de la historia ferroviaria del municipio de Girardot para el desarrollo del **turismo cultural**, pues esta memoria no ha sido aprovechada como un factor para el posicionamiento y la competitividad turística a nivel regional y nacional.”*

## FICHA BIBLIOGRÁFICA



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 3 de 1

Código: RE-M-IN-32

### ***Comentario conceptual***

En el artículo destaca la importancia de la historia ferroviaria en el municipio de Girardot siendo este el primer impulso potencial para el turismo cultural del mismo, señalando que hasta el momento no ha sido adecuadamente aprovechado recurso cultural para la obtención de recursos que beneficien al municipio.

### ***Comentario personal***

Considero que rescatar la memoria ferroviaria de Girardot podría de alguna manera enriquecer la oferta turística que ofrece el Municipio actualmente no solo en la región, sino que también al resto del país y fortalecer su identidad cultural.



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 4 de 1

Código: RE-M-IN-32

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 5 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 2**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b> <b>Informe de Gestión de Turismo - 2017</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Alcaldía Municipal de Girardot
<b>Nombre del Proyecto:</b> <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b> Oficina asesora de Planeación Municipal	<b>Páginas de consulta:</b> <a href="https://www.girardot-cundinamarca.gov.co/Transparencia/Informes/Informe%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20Turismo-%202017.pdf">https://www.girardot-cundinamarca.gov.co/Transparencia/Informes/Informe%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20Turismo-%202017.pdf</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2017	<b>Fecha:</b>  2017

***Cita textual***

*“El informe detalla las iniciativas emprendidas por la Alcaldía para fomentar la cultura turística desde la educación básica, resaltando la colaboración interinstitucional para lograr este objetivo”*



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 6 de 1

Código: RE-M-IN-32

### ***Comentario conceptual***

El informe del año 2017 detalla con más precisión las iniciativas emprendidas por la Alcaldía para fomentar el turismo cultural, frente a los informes de otros años, para este año 2017 se buscaba la colaboración de otros actores y la inter institucionalidad de la administración pública para lograr este objetivo.

### ***Comentario personal***

Considero que la implementación de programas educativos sobre la importancia del fortalecimiento del turismo en Girardot debe de realizarse de manera transversal desde edades tempranas para cultivar la identidad y la conciencia turística del Municipio.



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 7 de 1

Código: RE-M-IN-32

<p>Escuela Superior de Administración Pública</p>	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 8 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 3**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>La Ciudad región de Girardot y el turismo</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Universidad Piloto de Colombia
<b>Nombre del Proyecto:</b> Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024	<b>Autor:</b> Julián Buchelli Hurtado	<b>Páginas de consulta:</b> <a href="https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/8124/ciudad_region_pretil_22.pdf?sequence=1">https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/8124/ciudad_region_pretil_22.pdf?sequence=1</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2018	<b>Fecha:</b>  02 – marzo 2010
<p><b><i>Cita textual</i></b></p> <p><i>“El futuro de la ciudad-región de Girardot se encuentra en el turismo y en la educación, sectores ligados por los encadenamientos económicos que generan.”</i></p>		



Escuela Superior de  
Administración y Negocios

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

**Comentario conceptual**

Fecha: 30/04/2013

Página: 9 de 1

Código: RE-M-IN-32

Otro eje importante del turismo que puede contribuir en el crecimiento de Girardot como ciudad región es la relación entre el turismo y la educación, y este repositorio nos muestra una visión sobre esta relación y como contribuiría el mismo en el desarrollo económico y social el municipio de Girardot.

### ***Comentario personal***

Considero que potencializar el crecimiento económico y cultural no solo del municipio sino que también de la región enfocado en turismo podría resultar beneficioso, si se integran de manera conjunta.

<p>Escuela Superior de Administración Pública</p>	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	<p>Versión 01</p>	<p>Fecha: 30/04/2013</p>	<p>Página: 10 de 1</p>

**REFERENCIAL**  
**ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN**  
**PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 4**

<p><b>Nombre del Estudiante:</b></p> <p>Daniel Sebastián Marín Tovar</p>	<p><b>Título del texto o artículo:</b></p> <p><b>Ruta Turística para la Recuperación de la identidad Histórica y Cultural de Girardot</b></p>	<p><b>Lugar de consulta:</b></p> <p>Universidad Piloto de Colombia</p>
<p><b>Nombre del Proyecto:</b></p> <p><b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b></p>	<p><b>Autor:</b></p> <p>Giraldo Blandón, Norey</p>	<p><b>Páginas de consulta:</b></p> <p><a href="https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/9357">https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/9357</a></p>
<p><b>Semestre.</b></p> <p><b>X Semestre</b></p>	<p><b>Fecha de edición:</b></p> <p>2019</p>	<p><b>Fecha:</b></p> <p>2020-10-05</p>
<p><b><i>Cita textual</i></b></p> <p><i>“Este proyecto de investigación resalta a Girardot como una ciudad histórica de acontecimientos que van en torno al río Magdalena”</i></p>		



Escuela Superior de  
Administración Pública

**Comentario conceptual**

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 11 de 1

Código: RE-M-IN-32

Recuperar la identidad histórica y cultural de Girardot, enfocándolo en el principal atractivo turístico como lo es el río Magdalena creando una ruta turística que contribuya a visibilizar el municipio.

**FICHA BIBLIOGRÁFICA**



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 12 de 1

Código: RE-M-IN-32

### ***Comentario personal***

Considero que desarrollar rutas turísticas puede ser una estrategia efectiva para revalorizar el patrimonio histórico y cultural del municipio y puede hacer crecer el interés de los visitantes de la región en Girardot.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 13 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 5**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b> <b>Acuerdo N° 015 de 07 septiembre de 2021 – Concepto Favorable Formación como Distrito Especial, Portuario y Cultural.</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Alcaldía Municipal de Girardot
<b>Nombre del Proyecto:</b> Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024	<b>Autor:</b> Alcalde, José Francisco Lozano Sierra	<b>Páginas de consulta:</b> <a href="https://www.girardot-cundinamarca.gov.co/Transparencia/Normatividad/Acuerdos/2021/ACUERDO%20No.%20015%20DE%2007%20SEPTIEMBRE%20DE%202021%20-%20CONCEPTO%20FAVORABLE%20FORMACION%20COMO%20DISTRITO%20ESPECIAL,%20TURISTICO,%20PORTUARIO%20Y%20CULT.pdf">https://www.girardot-cundinamarca.gov.co/Transparencia/Normatividad/Acuerdos/2021/ACUERDO%20No.%20015%20DE%2007%20SEPTIEMBRE%20DE%202021%20-%20CONCEPTO%20FAVORABLE%20FORMACION%20COMO%20DISTRITO%20ESPECIAL,%20TURISTICO,%20PORTUARIO%20Y%20CULT.pdf</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2021	<b>Fecha:</b>  07 de septiembre 2021



**Cita textual**  
Escuela Superior de  
Administración Pública

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 14 de 1

Código: RE-M-IN-32

*“Que el municipio de Girardot tiene un gran potencial turístico y este bañado por el Rio Magdalena, se destaca que su ubicación geográfica la hace privilegiada para el turismo. Se encuentra a las orillas del Rio Magdalena, en pleno centro del país. Por estar tan cerca*



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

de la capital colombiana es una visita para los habitantes de Bogotá en todas las épocas del año”	Fecha: 30/08/2013	Por: habitantes de Bogotá	RE-MUN-32
---	-------------------	---------------------------	-----------

*De igual forma “cuenta con una excelente infraestructura para el descanso y esparcimiento. Como su actividad turística es todo el año, el comercio tiene una gran cantidad, en productos tanto agrícolas como artesanales los cuales se derivan a la plaza de mercado.*

### **Comentario conceptual**

Con este acuerdo la administración pública buscaba dar a conocer su intención de consolidar a Girardot como distrito especial con énfasis en turismo, puerto y cultura, desarrollando estrategias de desarrollo territorial mediante políticas públicas que contribuyeran con dicha intención.

### **Comentario personal**

Este tipo de acuerdos son fundamentales que se propongan para esta establecer marcos legales que ayuden a promover el desarrollo turístico y cultural de la ciudad.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 16 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 6**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>Reconocimiento de los factores que impiden el desarrollo del turismo cultural en Girardot</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Universidad Piloto de Colombia
<b>Nombre del Proyecto:</b> <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b> Guarnizo, Eilberto Mendoza Charcas, Tatiana	<b>Páginas de consulta:</b> <a href="https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/5658">https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/5658</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2017	<b>Fecha:</b>  2018
<p><b><i>Cita textual</i></b></p> <p><i>"El turismo cultural en Girardot ha estado limitado por la falta de inversión en infraestructura adecuada y la ausencia de una estrategia clara de promoción del patrimonio histórico de la ciudad."</i></p>		



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

### ***Comentario conceptual***

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 17 de 1

Código: RE-M-IN-32

Este estudio analiza los obstáculos que impiden el crecimiento del turismo cultural en Girardot, destacando la falta de planificación estratégica como un problema clave por parte de la administración municipal.



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 18 de 1

Código: RE-M-IN-32

### ***Comentario personal***

Considero que Girardot tiene un gran potencial para desarrollar su turismo cultural, pero es necesario que las autoridades inviertan en infraestructura y promoción.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 19 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 7**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b> <b>Girardot como ciudad Región</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Universidad Minuto de Dios
<b>Nombre del Proyecto:</b> <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b> Clara Eugenia Segovia Borray  Federico José Jiménez Varón  Orlando Arturo Sochimilca Socha	<b>Páginas de consulta:</b> <a href="https://revistas.uniminuto.edu/index.php/Pers/article/view/1604">https://revistas.uniminuto.edu/index.php/Pers/article/view/1604</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2017	<b>Fecha:</b>
<b><i>Cita textual</i></b>  <i>“Girardot se configura como una ciudad-región que articula dinámicas turísticas y comerciales con municipios vecinos, generando una red de desarrollo territorial.”</i>		



Escuela Superior de  
Administración Pública

**Comentario conceptual**

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 20 de 1

Código: RE-M-IN-32

Este artículo presenta a Girardot como un nodo clave para el desarrollo turístico en Cundinamarca, resaltando su conexión con municipios cercanos.

**FICHA BIBLIOGRÁFICA**



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 21 de 1

Código: RE-M-IN-32

### ***Comentario personal***

El artículo presenta a Girardot como un nodo clave para el desarrollo turístico en Cundinamarca, resaltando su conexión con municipios cercanos puede tener ventaja para el crecimiento del mismo.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 22 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 8**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>La otra oferta turística que también tiene Girardot</b>	<b>Lugar de consulta:</b>  El tiempo
<b>Nombre del Proyecto:</b>  <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b>  Redacción el tiempo	<b>Páginas de consulta:</b>  <a href="https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16512319">https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16512319</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2016	<b>Fecha:</b>  24 de enero 2024
<b><i>Cita textual</i></b>  <i>"Además del turismo de sol y piscina, Girardot tiene una rica oferta cultural y patrimonial que ha sido poco explotada en las estrategias de promoción turística"</i>		
<b><i>Comentario conceptual</i></b>  La columna periodística destaca la importancia de diversificar la oferta turística de Girardot, promoviendo su patrimonio cultural e histórico.		



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 23 de 1

Código: RE-M-IN-32

### ***Comentario personal***

Es importante que se amplíe la visión turística de Girardot, ya que no solo es un destino de descanso, sino también un lugar con historia y cultura.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 24 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 9**

<b>Nombre del Estudiante:</b>  Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>Reinado Nacional del Turismo en Girardot: Impactos culturales y económicos</b>	<b>Lugar de consulta:</b>  Universidad Piloto de Colombia
<b>Nombre del Proyecto:</b>  <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b>  Buitrago Aguirre, María Camila  Castillo Zambrano, Paula Sofía	<b>Páginas de consulta:</b>  <a href="https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/12955">https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/12955</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2023-08-02	<b>Fecha:</b>  2023-08-02
<b><i>Cita textual</i></b>  <i>"El Reinado Nacional del Turismo en Girardot ha sido un evento clave en la promoción de la ciudad, aunque su impacto en la cultura local ha sido debatido."</i>		
<b><i>Comentario conceptual</i></b>  El documento analiza cómo un evento tradicional ha influido en la imagen turística de Girardot, resaltando tanto sus beneficios como sus desafíos.		



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 25 de 1

Código: RE-M-IN-32

### ***Comentario personal***

Considero que es importante evaluar cómo estos eventos pueden evolucionar para representar de manera más auténtica la cultura de la región.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 26 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 10**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>Inversión en vivienda Girardot, Turístico y cultural.</b>	<b>Lugar de consulta:</b>  Oikos Constructora
<b>Nombre del Proyecto:</b>  <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b>  Oikos Constructora	<b>Páginas de consulta:</b>  <a href="https://www.oikos.com.co/constructora/noticias-constructora/girardot-turismo-y-vivienda">https://www.oikos.com.co/constructora/noticias-constructora/girardot-turismo-y-vivienda</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2024	<b>Fecha:</b>  2024
<b><i>Cita textual</i></b>		
<i>“Girardot se ha consolidado como un destino de inversión inmobiliaria gracias a su atractivo turístico y crecimiento económico.”</i>		
<b><i>Comentario conceptual</i></b>		
Busca comparar la relación entre el crecimiento del sector inmobiliario y el turismo en Girardot, mostrando su potencial como destino sostenible.		



Escuela Superior de  
Administración y Negocios

**Comentario personal**

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Fecha: 30/04/2013

Página: 27 de 1

Código: RE-M-IN-32

Considero que la expansión inmobiliaria debe ir de la mano con la preservación del patrimonio cultural para evitar la pérdida de identidad local.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 28 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 11**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>El turismo y la cultura de Girardot rompen fronteras en la Vitrina ANATO 2021</b>	<b>Lugar de consulta:</b>  Alcaldía de Girardot
<b>Nombre del Proyecto:</b>  <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b>  Sala de prensa	<b>Páginas de consulta:</b>  <a href="https://www.girardot-cundinamarca.gov.co/NuestraAlcaldia/SaladePrensa/Paginas/default.aspx">https://www.girardot-cundinamarca.gov.co/NuestraAlcaldia/SaladePrensa/Paginas/default.aspx</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2021	<b>Fecha:</b>  2024
<b><i>Cita textual</i></b>		
<i>"Girardot ha tenido presencia en la Vitrina Turística ANATO con el objetivo de posicionarse como destino cultural y turístico en Colombia."</i>		
<b><i>Comentario conceptual</i></b>		
La participación de Girardot en eventos turísticos nacionales contribuye a su posicionamiento como un destino atractivo.		



Escuela Superior de  
Administración Pública

**Comentario personal**

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Fecha: 30/04/2013

Página: 29 de 1

Código: RE-M-IN-32

Es importante que la ciudad aproveche estas oportunidades para fortalecer su imagen y diversificar su oferta turística.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 30 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 12**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b> <b>Estudio de la ciudad de Girardot como escenario turístico</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Pontífice Universidad Javeriana
<b>Nombre del Proyecto:</b> <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b> Orlando Arturo Sochimilca Socha	<b>Páginas de consulta:</b> <a href="https://apidspace.javeriana.edu.co/server/api/core/bitstreams/48d801ea-84d9-47ae-944b-2ef0825006bc/content">https://apidspace.javeriana.edu.co/server/api/core/bitstreams/48d801ea-84d9-47ae-944b-2ef0825006bc/content</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2015	<b>Fecha:</b>  2015
<b>Cita textual</b>  <i>"El turismo en Girardot ha estado tradicionalmente basado en el ocio y la recreación, dejando de lado el potencial cultural e histórico que posee."</i>		
<b>Comentario conceptual</b>  Se analiza cómo la ciudad de Girardot ha sido vista como un destino de descanso, sin aprovechar al máximo su riqueza histórica.		



Escuela Superior de  
Administración y Negocios

**Comentario personal**

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Fecha: 30/04/2013

Página: 31 de 1

Código: RE-M-IN-32

Es importante que se revalorice el turismo cultural en Girardot para diversificar su oferta y atraer más visitantes.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 32 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 13**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>Girardot turística ¿sin patrimonio?</b>	<b>Lugar de consulta:</b>  Plus publicación
<b>Nombre del Proyecto:</b>  <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b>  Elmar Darío Pautt Gutiérrez	<b>Páginas de consulta:</b>  <a href="https://pluspublicacion.com/ap-antes-del-director/girardot-turistica-sin-patrimonio">https://pluspublicacion.com/ap-antes-del-director/girardot-turistica-sin-patrimonio</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2021	<b>Fecha:</b>  2021
<b><i>Cita textual</i></b>  <i>"El turismo en Girardot ha crecido, pero sin una estrategia clara de conservación de su patrimonio histórico."</i>		
<b><i>Comentario conceptual</i></b>  Se plantea la necesidad de equilibrar el crecimiento turístico con la protección del patrimonio cultural de la ciudad.		



Escuela Superior de  
Administración y Negocios

**Comentario personal**

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Fecha: 30/04/2013

Página: 33 de 1

Código: RE-M-IN-32

Girardot debe apostar por un desarrollo turístico sostenible que valore su identidad y su historia.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 34 de 1

**REFERENCIAL**  
**ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN**  
**PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 14**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>Proyecto rescata el patrimonio inmaterial de Girardot</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Universidad de Cundinamarca
<b>Nombre del Proyecto:</b> <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b> Adriana Rodríguez                  Rocío	<b>Páginas de consulta:</b> <a href="https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/noticias-ucundinamarca/86-noticias-seccional-girardot/4359-proyecto-rescata-el-patrimonio-inmaterial-de-girardot">https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/noticias-ucundinamarca/86-noticias-seccional-girardot/4359-proyecto-rescata-el-patrimonio-inmaterial-de-girardot</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2023	<b>Fecha:</b>  2023
<b><i>Cita textual</i></b>  <i>“Un grupo de investigadores ha documentado las tradiciones orales y culturales de Girardot para evitar su desaparición”</i>		
<b><i>Comentario conceptual</i></b>  Este proyecto universitario contribuye a la preservación del patrimonio cultural inmaterial de Girardot..		



Escuela Superior de  
Administración y Negocios

**Comentario personal**

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Fecha: 30/04/2013

Página: 35 de 1

Código: RE-M-IN-32

Preservar las tradiciones y costumbres locales es clave para fortalecer la identidad cultural de Girardot.

 <p>Escuela Superior de Administración Pública</p>	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 36 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 15**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>Estrategias de fortalecimiento y mejora del desarrollo socioeconómico a través del turismo en Girardot</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Universidad Piloto de Colombia
<b>Nombre del Proyecto:</b> Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024	<b>Autor:</b> María Camila Garzón Barrios	<b>Páginas de consulta:</b> <a href="https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9396/ESTRATEGIAS%20DE%20FORTALECIMIENTO%20Y%20MEJORA%20DEL%20DESARROLLO%20SOCIOECONOMICO%20A%20TRAV%203%89S%20DEL%20TURISMO%20EN%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20GIRARDOT%20C%20CUNDINAMARCA.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y">https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9396/ESTRATEGIAS%20DE%20FORTALECIMIENTO%20Y%20MEJORA%20DEL%20DESARROLLO%20SOCIOECONOMICO%20A%20TRAV%203%89S%20DEL%20TURISMO%20EN%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20GIRARDOT%20C%20CUNDINAMARCA.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y</a>
<b>Semestre.</b>  X Semestre	<b>Fecha de edición:</b>  2020	<b>Fecha:</b>  2020
<b>Cita textual</b>		



Escuela Superior de  
Administración Pública

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

01	El turismo es un motor de desarrollo para Girardot, pero requiere una estrategia de planificación integral "	Fecha de desarrollo 30/04/2023	País Colombia	Autores Góngora, R. M. - N. C.
----	--	--------------------------------	---------------	--------------------------------

### ***Comentario conceptual***

Se presentan propuestas para mejorar el turismo como herramienta de desarrollo económico en la ciudad.

### ***Comentario personal***

Sin una planificación adecuada, el turismo puede generar impactos negativos en el patrimonio y la comunidad local.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 38 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 16**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b> <b>Girardot Futurista: Recupera su patrimonio y turismo sostenible</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Girardot es virtual
<b>Nombre del Proyecto:</b> Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024	<b>Autor:</b> Rosa García	<b>Páginas de consulta:</b> <a href="https://girardotesvirtual.co/editorial/girardot-futurista">https://girardotesvirtual.co/editorial/girardot-futurista</a>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2025	<b>Fecha:</b>  2025
<b><i>Cita textual</i></b>  <i>“El futuro del turismo en Girardot debe basarse en un modelo sostenible que respete su identidad cultural y su entorno natural.”</i>		
<b><i>Comentario conceptual</i></b>  Se plantea un enfoque sostenible para el turismo en Girardot, integrando el desarrollo con la conservación del patrimonio.		



Escuela Superior de  
Administración y Negocios

**Comentario personal**

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Fecha: 30/04/2013

Página: 39 de 1

Código: RE-M-IN-32

Se plantea un enfoque sostenible para el turismo en Girardot, integrando el desarrollo con la conservación del patrimonio.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 40 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 17**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b> <b>Valores patrimoniales y gastronomía en la plaza de mercado Leopoldo Rother de Girardot</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Universidad de Boyaca
<b>Nombre del Proyecto:</b> <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b> Nidian Giovanna Alvarado Reyes	<b>Páginas de consulta:</b> revistasdigitales.uniboyaca.edu.co
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2023	<b>Fecha:</b>  2023
<b><i>Cita textual</i></b>  <i>"La plaza de mercado Leopoldo Rother es un punto de encuentro cultural donde se reflejan las tradiciones gastronómicas de Girardot."</i>		
<b><i>Comentario conceptual</i></b>  Se resalta la importancia de la plaza como un espacio de preservación del patrimonio cultural y gastronómico de la ciudad.		



Escuela Superior de  
Administración y Negocios

**Comentario personal**

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Fecha: 30/04/2013

Página: 41 de 1

Código: RE-M-IN-32

La gastronomía local es un aspecto fundamental del turismo cultural que debe ser promovido en Girardot.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 42 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 18**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>Impacto del ecoturismo en Girardot</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Universidad Cooperativa de Colombia
<b>Nombre del Proyecto:</b> Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024	<b>Autor:</b> Heidi Johanna Ramos Cárdenas  Julián Felipe Oca Vega Kevin  Leandro Jiménez Mendivelso	<b>Páginas de consulta:</b> <a href="https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/562bc443-c2b0-4dd1-a600-83de9927813a/content">https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/562bc443-c2b0-4dd1-a600-83de9927813a/content</a>
<b>Semestre.</b>  X Semestre	<b>Fecha de edición:</b>  2022	<b>Fecha:</b>  2022
<b>Cita textual</b>  <i>"El ecoturismo en Girardot representa una alternativa sostenible que podría complementar su oferta tradicional de turismo."</i>		
<b>Comentario conceptual</b>  Se plantea el ecoturismo como una opción viable para diversificar la economía turística de Girardot.		



Escuela Superior de  
Agronomía

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

**Comentario personal**

Fecha: 30/04/2013

Página: 43 de 1

Código: RE-M-IN-32

Me parece que Girardot tiene un gran potencial para desarrollar actividades ecoturísticas en sus alrededores.

	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 44 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 19**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b> <b>Girardot y su identidad cultural</b>	<b>Lugar de consulta:</b> Universidad de Cundinamarca
<b>Nombre del Proyecto:</b> <b>Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024</b>	<b>Autor:</b> Ángela María Ricaurte Otavo  Lina María Sánchez Ospina	<b>Páginas de consulta:</b>
<b>Semestre.</b>  <b>X Semestre</b>	<b>Fecha de edición:</b>  2022	<b>Fecha:</b>  2022
<b><i>Cita textual</i></b>  <i>"El patrimonio cultural de Girardot ha sido poco documentado y es necesario fortalecer su identidad para fomentar el turismo cultural."</i>		
<b><i>Comentario conceptual</i></b>  Se estudia la falta de documentación histórica y patrimonial en Girardot, lo que afecta su desarrollo como destino cultural.		



Escuela Superior de  
Administración y Negocios

**Comentario personal**

## FICHA BIBLIOGRÁFICA

Fecha: 30/04/2013

Página: 45 de 1

Código: RE-M-IN-32

Es clave que se promueva la investigación y divulgación del patrimonio de Girardot para fortalecer su identidad.

<p>Escuela Superior de Administración Pública</p>	<b>FICHA BIBLIOGRÁFICA</b>		
	Versión 01	Fecha: 30/04/2013	Página: 46 de 1

**REFERENCIAL  
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA FICHA BIBLIOGRÁFICA 20**

<b>Nombre del Estudiante:</b> Daniel Sebastián Marín Tovar	<b>Título del texto o artículo:</b>  <b>Girardot: Retos y oportunidades en turismo cultural</b>	<b>Lugar de consulta:</b>  UNAD
<b>Nombre del Proyecto:</b>  Turismo cultural urbano de la ciudad de Girardot durante el año 2024	<b>Autor:</b>  Ruth Johana Reyes Diaz	<b>Páginas de consulta:</b>  <a href="https://repository.unad.edu.co/jspui/bitstream/10596/48980/3/r_jreyesd.pdf">https://repository.unad.edu.co/jspui/bitstream/10596/48980/3/r_jreyesd.pdf</a>
<b>Semestre.</b>  X Semestre	<b>Fecha de edición:</b>  2022	<b>Fecha:</b>  2022
<b>Cita textual</b>  <i>"Girardot debe enfrentar el reto de consolidarse como destino turístico integral, combinando historia, cultura y recreación."</i>		
<b>Comentario conceptual</b>  Se identifican los desafíos y oportunidades que enfrenta Girardot para mejorar su oferta turística.		



## FICHA BIBLIOGRÁFICA

**Comentario personal**

Versión 01

Fecha: 30/04/2013

Página: 47 de 1

Código: RE-M-IN-32

Creo que Girardot tiene el potencial de convertirse en un referente cultural si se invierte en la promoción de su historia.