

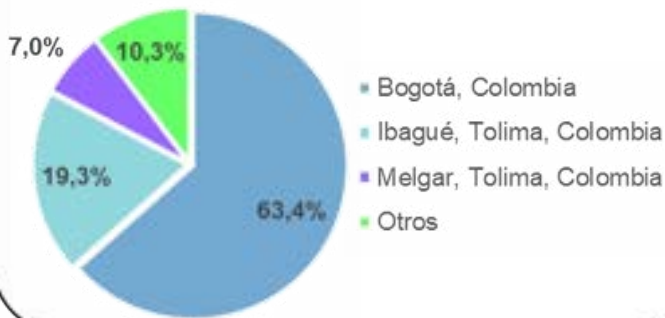
BOLETÍN INFORMATIVO

Reinado Nacional del Turismo LTU

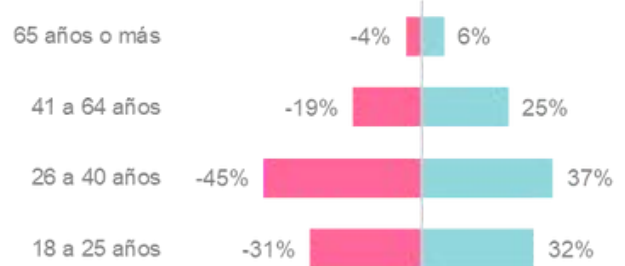
En cumplimiento de la **Norma Técnica Colombiana NTC 6487:2021** y en el marco del **Contrato 095-2025**, el equipo académico del **Programa de Administración Turística y Hotelera** de la Universidad Piloto de Colombia, Seccional del Alto Magdalena, realizó la medición del impacto del Reinado Nacional del Turismo. Para este boletín, se presenta de manera complementaria el perfil del visitante, a partir del proyecto de grado **"Análisis del perfil turístico de los visitantes del municipio de Girardot y sus interacciones con la oferta turística"**, elaborado por Marisa Yoana Leguizamo Clavijo (2025), como insumo para la interpretación de los resultados y el fortalecimiento de la oferta turística de Girardot.

PERFIL DEL TURISTA

Lugar de procedencia de los visitantes del municipio



Pirámide poblacional



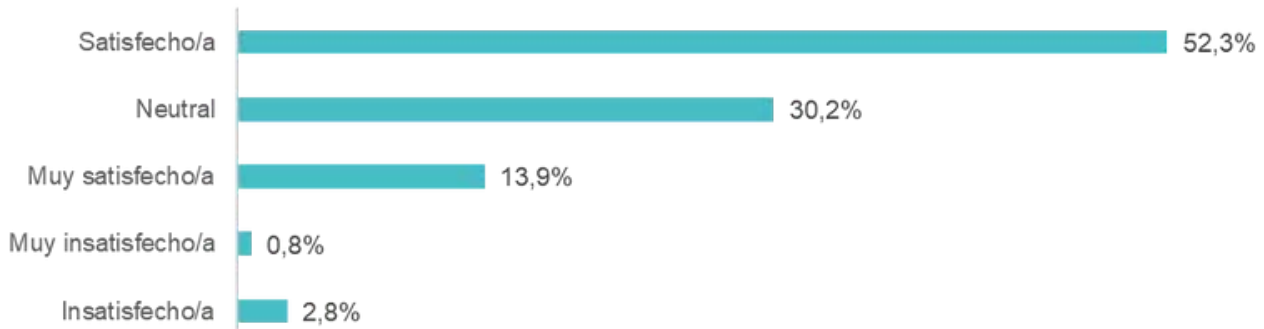
Medio de transporte utilizado para llegar al municipio



Frecuencia de visita al municipio (Al año)



Nivel de satisfacción con la oferta turística



Leguizamo, M. (2025). *Análisis de perfil turístico de los visitantes del municipio de Girardot y sus interacciones con la oferta turística*. Universidad Piloto de Colombia

Top 6 - Factores que motivan la visita



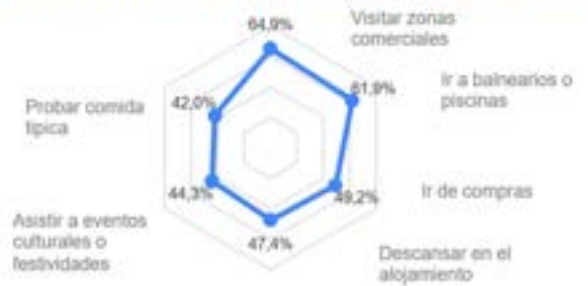
Lugar de hospedaje y compañía



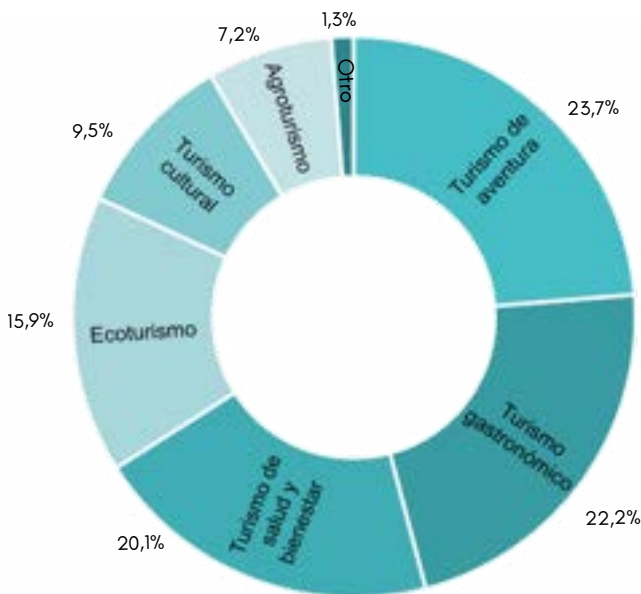
Top 6 - Atractivos visitados



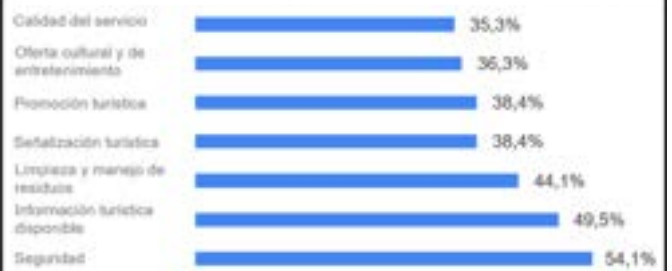
Top 6 - Actividades que realizan los visitantes



Preferencias a futuro en la oferta turística del municipio



Top 7 - Factores a mejorar



Leguizamo, M. (2025). Análisis de perfil turístico de los visitantes del municipio de Girardot y sus interacciones con la oferta turística. Universidad Piloto de Colombia

El turista que visita Girardot busca principalmente descanso, recreación y entretenimiento, aprovechando el clima cálido, la oferta de piscinas y la gastronomía, lo que posiciona al municipio como un destino de escapadas cortas y recurrentes. No obstante, el estudio evidencia que el visitante demanda una **mayor diversificación de la oferta, así como mejoras en la calidad del servicio y en la organización del destino**. Entre los principales problemas percibidos se destacan las limitaciones en los espacios públicos, tanto en su mantenimiento como en su aprovechamiento turístico, la escasa integración de la oferta cultural y una débil innovación en las experiencias disponibles, aspectos que inciden directamente en la percepción y satisfacción del visitante

Adicional, en cumplimiento con la norma, para la medición del liderazgo y la planificación en el evento y los aspectos económico, sociocultural y ambiental, en conjunto con las diferentes percepciones de satisfacción, este estudio aplicó un total de **1.315 encuestas** a turistas, comerciantes y prestadores de servicios, staff, comunidad local, y delegaciones y participantes, reconociéndolos como partes interesadas. Así mismo se ejecutó un **registro de aforo vehicular** en los principales corredores de acceso al municipio, y un **análisis de contenido** en las páginas oficiales de Facebook de la Alcaldía de Girardot y el IMTCF, para medir las percepciones digitales registradas en la sección de comentarios de las publicaciones hechas del 08 al 10 de octubre. Esta información fue complementada por datos proporcionados desde aliados estratégicos como ACUAGYR, Ser Ambiental, la Terminal de Transportes de Girardot, entre otros.

1.315
ENCUESTAS

Turistas, comerciantes, prestadores de servicios, equipo de trabajo del evento, comunidad local, participantes y delegaciones.

+5.500
MILLONES DE PESOS

De inversión pública en el evento

86%
LIDERAZGO

Gestión organizada, con roles definidos, comunicación efectiva y capacidad de respuesta durante el desarrollo del evento.

89%
PLANIFICACIÓN

Ejecución estructurada y anticipada, que permitió desarrollar el evento con eficiencia y control.

ASPECTO ECONÓMICO

Nivel de gasto medio, característico de un turismo de corta distancia y consumo moderado, coherente con el uso mayoritario del alojamiento no comercial. La suma del impacto turístico y local del evento representó un estimado de siete veces la inversión realizada

79%

Ocupación hotelera promedio

57.755

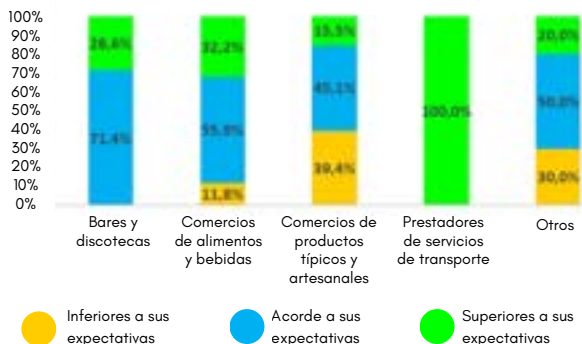
Turistas

+37.293

millones

Impacto económico del evento

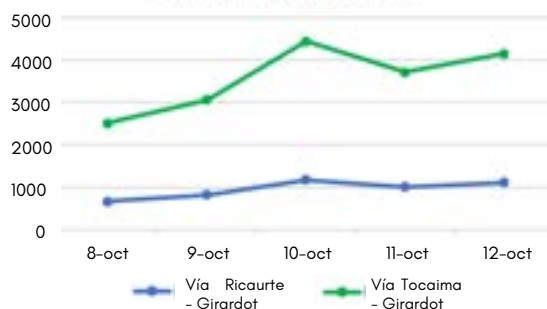
Nivel de ventas vs. expectativas por tipo de comerciante y prestador de servicios



AFORO VEHICULAR

Se realizó una proyección del flujo de vehículos en los días del evento, construida a partir del registro de aforo vehicular realizado y la información proporcionada por DEVISAB SAS de los totales diarios registrados en el peaje de Pubenza, usando una distribución entre ambos corredores según los pesos reales medidos en campo.

Proyección de vehículos que ingresaron a Girardot durante el evento



	8-oct	9-oct	10-oct	11-oct	12-oct
Pubenza	667	818	1174	1005	1112
El Paso	1839	2244	3261	2706	3035

Se obtuvo de esta manera un estimado de 17.861 vehículos que ingresaron a Girardot durante el periodo del 8 al 12 de octubre, reflejando un flujo sostenido de visitantes que coincide con la concentración de las principales actividades del evento; la tendencia observada confirma un comportamiento diario con incrementos al llegar el fin de semana.

ASPECTO SOCIOCULTURAL

Se evidencia una alta valoración general en promoción cultural, inclusión, accesibilidad y trato justo. No obstante, las percepciones negativas se concentran principalmente en los comerciantes y prestadores de servicios, quienes muestran una apreciación distinta del evento frente al resto de participantes.

91,5%

Percepción promedio de la promoción cultural

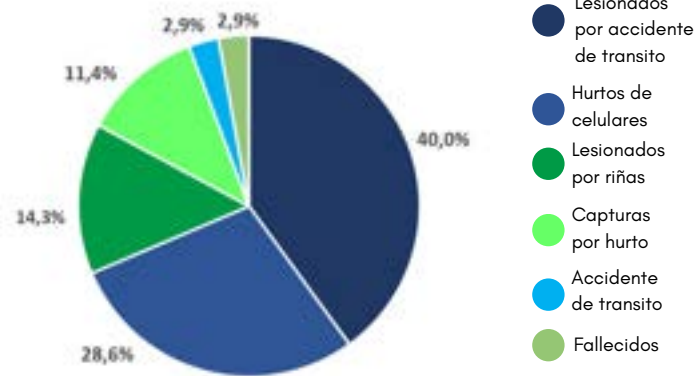
82,8%

Percepción promedio de inclusión y accesibilidad

83,5%

Percepción promedio de equidad y trato justo

INCIDENTES PRESENTADOS



ASPECTO AMBIENTAL

La gestión ambiental fue adecuada en términos operativos; sin embargo, su efectividad no fue uniforme en todo el territorio. Se identificaron sectores con menor nivel de limpieza y percepciones de afectación visual, acústica y ambiental por parte de la comunidad y los comerciantes. Estos resultados evidencian la necesidad de fortalecer las acciones de control y mitigación.

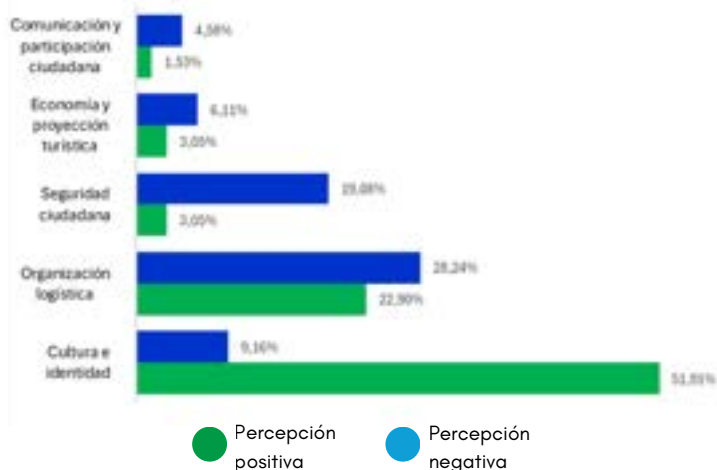


PERCEPCIÓN DE SATISFACCIÓN

Existe una satisfacción general elevada, especialmente en la intención de regresar, la recomendación del evento y la continuidad de Girardot como sede. Las observaciones menos favorables se asocian con el servicio gastronómico, la movilidad y la comunicación durante la jornada, aspectos que requieren ajustes operativos y de coordinación para optimizar la experiencia de los participantes.



Percepciones registradas en el análisis de contenido



Elaborado por Equipo Técnico Universidad Piloto-Sam

Saudy Giovanna Niño Bernal (Directora del proyecto) - Saudygnb@gmail.com
 Carlos Alberto Malagón Sanchez (Coordinador del proyecto) - cmalagon@gmail.com
 Marisa Yoana Leguizamo Clavijo (Aux. de investigación) - marisaleguizamo27@gmail.com