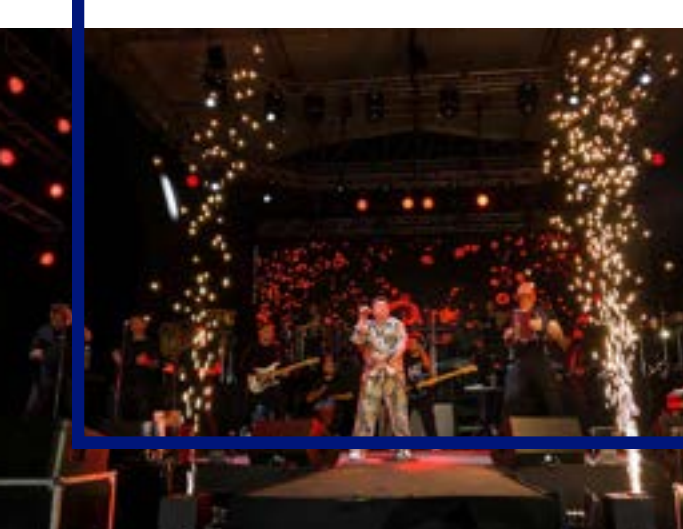


INFORME

REINADO NACIONAL DEL TURISMO

LIV



**ALCALDÍA MUNICIPAL DE GIRARDOT,
CUNDINAMARCA**

Salomón Said Arias
Alcalde Municipal

Juan Felipe Robles Vanegas
Director del Instituto Municipal de Turismo, Cultura y Fomento

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

Ángela Gabriela Bernal Medina
Rectora

Oscar Mauricio Cifuentes Martín
Vicerrector

Lorena Judith Echavez Baquero
Directora Académica - SAM

Diana María Ruiz Guarín
Directora Administrativa y Financiera - SAM

Paula Milena Jaramillo Ramírez
Directora
Facultad de Ciencias Sociales, Humanas y Empresariales

Brayan Andrés Bautista Leal
Coordinador Académico
Facultad de Ciencias Sociales, Humanas y Empresariales

EQUIPO TÉCNICO
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA, SECCIONAL DEL ALTO MAGDALENA

Saudy Giovanna Niño Bernal
Directora del proyecto

Carlos Alberto Malagón Sanchez
Coordinador del proyecto

Marisa Yoana Leguizamo Clavijo
Auxiliar de investigación

Sofía Castiblanco López
Analista de datos

Mayi Jiménez Bocanegra
Analista de datos

Santiago Marín Ardila
Encuestador

Yuliana Robledo Guzmán
Encuestador

Valentina Caicedo Diaz
Encuestador

Valentina Cucunuba Ramirez
Encuestador

Andrea Luna Lozano
Encuestador

Keydy Martinez Preciado
Encuestador

Angie Tatiana Penagos
Analista de datos

Mariana Oviedo Osía
Analista de datos

Danna Sanchez Bocanegra
Encuestador

Emilio Abbate Trujillo
Encuestador

Angie Vidales Bernal
Encuestador

Juan Medina Viracacha
Encuestador

Gabriela Estupiñan Jimenez
Encuestador

Universidad Piloto de Colombia, Seccional del Alto Magdalena
Carrera 19 No. 17 - 33
Conmutador Girardot: (1) 836 0600



TABLA DE CONTENIDO

			Página
1		Introducción	05
2		Objetivos	06
3		Metodología	07
4		Resumen ejecutivo	12
5		Liderazgo y planificación	15
6		Aspecto económico	18



7

**Aspecto
sociocultural**

23



8

**Aspecto
ambiental**

26



9

**Percepción de
satisfacción**

30



10

Conclusiones

36



11

Recomendaciones

38



12

**Fuentes y
bibliografía**

40



13

Trabajo de campo

42

INTRODUCCIÓN



El municipio de Girardot es un territorio históricamente reconocido como destino turístico tradicional del centro del país, donde, además de sobresalir por sus virtudes geográficas y climáticas, se mantiene viva la historia y la cultura de una ciudad construida a orillas del río Magdalena.

Desde 1969, Girardot se consolidó como sede del **Reinado Nacional del Turismo**, evento que busca resaltar las virtudes turísticas de diferentes destinos del país. En virtud de la **Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo, artículo 110, el municipio fue declarado sede oficial**, lo que ha permitido fortalecer su posicionamiento, dinamizar la economía local y consolidar una identidad asociada a los eventos y festividades.

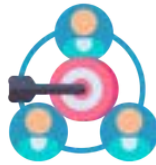
Año tras año, el Reinado Nacional del Turismo se reafirma como una de las celebraciones más representativas del país, al reunir delegaciones, entidades públicas y privadas, medios de comunicación y visitantes de diferentes regiones, generando un impacto positivo en sectores como alojamiento, gastronomía, comercio y transporte.

En su versión más reciente, **la quincuagésima cuarta (54^o) (en adelante LIV)**, desarrollada entre el **8 y el 12 de octubre de 2025**, el evento ofreció actividades culturales, presentaciones artísticas, muestras gastronómicas y la tradicional elección de la Soberana Nacional del Turismo, convirtiendo a Girardot en un epicentro de la promoción turística.

En este contexto, y contando con el aval académico e investigativo institucional, la Universidad Piloto de Colombia – Seccional del Alto Magdalena, a través del **programa de Administración Turística y Hotelera, asume un rol estratégico como aliado metodológico, académico y científico del municipio**. Más allá de la simple recolección de datos, la Universidad aporta un enfoque de análisis integral que combina **investigación aplicada, métodos de evaluación sectorial y estándares técnicos reconocidos**. En cumplimiento de la Norma Técnica Colombiana **NTC 6487:2021 – Sistema de Gestión de la Sostenibilidad para Eventos**, y en el marco del **Contrato 095-2025**, el equipo académico realizó la medición del Impacto del Reinado Nacional del Turismo con el propósito de evaluar indicadores de liderazgo, planificación, sostenibilidad, gestión operativa y satisfacción de las partes interesadas.

Este estudio se sustenta en una metodología académica rigurosa, en la experiencia de la Universidad, y se articula con el **Plan de Desarrollo Municipal de Girardot 2024–2028 “Girardot Socialmente Justa”**, en el eje de Turismo y Desarrollo Económico. Sus resultados fortalecen la toma de decisiones institucionales y aportan **información clave para orientar el desarrollo turístico local y regional**. La participación de la Universidad Piloto reafirma su compromiso con el desarrollo sostenible del municipio y consolida su papel como referente académico para el fortalecimiento del turismo en el Alto Magdalena.

OBJETIVOS



El presente proyecto se formula con el propósito de establecer una metodología técnica que permita evaluar el impacto integral del Reinado Nacional del Turismo 2025 en el municipio de Girardot, evidenciando la importancia de contar con información sistematizada sobre los efectos que este evento genera en los **ámbitos ambiental, sociocultural y económico**, bajo un enfoque de sostenibilidad y alineado con la normativa vigente. En este sentido, los objetivos que se presentan a continuación orientan el desarrollo del estudio.

Objetivo general

Contratar la prestación de servicios para la medición inferencial del impacto de las actividades del Reinado Nacional del Turismo 2025 aplicando los lineamientos de la Norma Técnica Colombiana NTC 6487:2021.

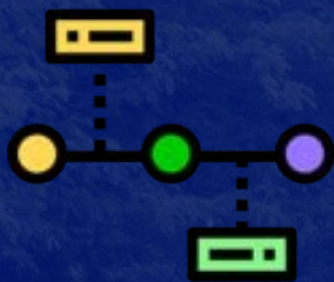
Objetivos específicos

- Generar indicadores preliminares de impacto ambiental, sociocultural y económico del Reinado Nacional del Turismo 2025, de acuerdo con la NTC 6487:2021.
- Desarrollar un informe técnico de impacto, que sirva como insumo para la toma de decisiones en la gestión del evento y el fortalecimiento del sector turístico local.
- Validar esta medición como fase piloto del Observatorio Turístico de Girardot, asegurando su articulación con el Plan de Desarrollo Municipal 2024–2028 “Girardot Socialmente Justa” y su proyección a futuro.

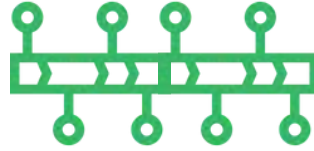
El cumplimiento de estos objetivos permitió obtener un diagnóstico técnico del evento, que **será la línea base para futuras mediciones** evidenciando los principales impactos ambientales, socioculturales y económicos asociados a su desarrollo. Los resultados generaron información relevante para la gestión local del turismo y aportaron insumos estratégicos para fortalecer la sostenibilidad en el Reinado Nacional del Turismo. De igual manera, el proceso consolidó la articulación entre las entidades públicas, los operadores turísticos y la comunidad, favoreciendo una gestión más participativa y orientada al mejoramiento continuo de las futuras ediciones del evento.



METODOLOGÍA



METODOLOGÍA



Con el propósito de evaluar el desarrollo del LIV Reinado Nacional del Turismo, se diseñó una metodología que permitiera obtener información precisa y representativa sobre las percepciones y experiencias de los distintos actores vinculados al evento, garantizando la validez de los resultados y su utilidad para la toma de decisiones.

En este sentido, la investigación se orientó a un enfoque descriptivo, apropiado para analizar fenómenos sociales y turísticos al permitir identificar patrones, percepciones y relaciones entre los distintos grupos involucrados, generando así una base sólida para el diagnóstico y la formulación de estrategias de mejora, como se muestra a continuación:

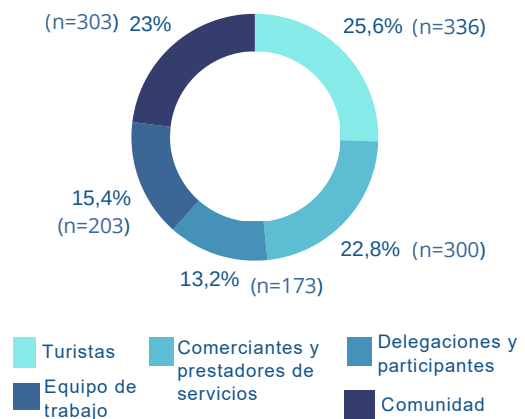


Como parte de la recolección de información, se realizó un **registro de aforo vehicular** los días jueves 9 y viernes 10 de octubre de 2025, en los principales puntos de acceso a la ciudad: la vía Ricaurte - Girardot, y la vía Tocaima - Girardot, en jornadas de 8:00 am - 12:00 pm, y de 2:00 pm a 6:00 pm, en estos dos días.

Este procedimiento tuvo como propósito el permitir establecer un patrón de horario real, sobre el que se calculó el porcentaje que cada franja representó dentro del flujo total observado, al reconocer que la medición realizada de forma manual abarcó solo un tercio de los días 09 y 10 de octubre; esta distribución se escaló posteriormente utilizando los totales diarios reportados por DEVISAB SAS del peaje de Pubenza, para estimar cuántos vehículos correspondían a cada intervalo horario del día, posibilitando obtener una estimación coherente con el comportamiento real del flujo y con las magnitudes registradas oficialmente.

Este componente metodológico aportó una lectura cuantitativa del impacto del evento sobre la afluencia al destino, sirviendo como indicador indirecto de la demanda turística.

La población objeto de estudio estuvo conformada por **turistas, comerciantes y prestadores de servicios, delegaciones y participantes, el equipo de trabajo del evento y la comunidad local**. En total, fueron aplicadas **1.315** encuestas distribuidas de la siguiente manera:



La definición del tamaño de la muestra se realizó conforme a los lineamientos metodológicos para estudios sociales y en coherencia con las disposiciones de la norma que destaca la importancia de considerar las percepciones de las partes interesadas en los procesos de gestión y evaluación de eventos.

Para los grupos de **turistas y comerciantes se aplicó la fórmula para muestreo aleatorio simple con población infinita**, estableciendo un margen de error del 5 % y un nivel de confianza del 90%.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Esta elección metodológica se fundamentó en la dificultad de determinar el número total de visitantes y comerciantes presentes, especialmente porque algunos provenían de fuera de la región, lo que hacía imposible estimar una población exacta.

En cambio, para las **delegaciones y el equipo de trabajo se implementó un muestreo por conveniencia**, dado que se trataba de grupos más pequeños, fácilmente identificables y con una participación limitada pero que presentaban dificultad para definir su tamaño exacto, lo que justificó su selección intencionada para garantizar la inclusión de las principales perspectivas internas del evento.

Así mismo, para la **comunidad local, se implementó la fórmula de muestreo aleatorio simple para población finita**.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Se estableció de esta manera una muestra inicial de 270 personas, a través de un nivel de confianza del 90% y un error del 5%. Así mismo, se implementó un **muestreo de estratificado**, para asegurar la representación tanto del sector urbano como del rural.

Según los datos del DANE (2018), la población de Girardot era 96,74 % urbana y 3,26 % rural. Con base en esta proporción, se asignaron inicialmente 261 encuestas al sector urbano; no obstante, para fortalecer la representatividad rural, se decidió aumentar este segmento a 39 encuestas, obteniendo así una muestra total de 300 personas para la comunidad local.

En una primera fase, la recolección de la información se efectuó mediante **encuestas estructuradas**, diseñadas conforme a las características y objetivos específicos de cada grupo de interés, con el propósito de conocer sus percepciones frente a las dimensiones económica, sociocultural y ambiental de la sostenibilidad.

Este instrumento permitió obtener datos comparables, sistemáticos y confiables, facilitando la medición de percepciones y niveles de satisfacción respecto al desarrollo del evento. En particular, las encuestas aplicadas a los turistas indagaron variables relacionadas con la motivación del viaje, el gasto promedio, la procedencia y la valoración de los servicios recibidos.

Por otro lado en la encuesta a los comerciantes y prestadores de servicios se les consultó sobre el impacto económico, el nivel de ventas y la percepción general de la organización, mientras que las

delegaciones y participantes aportaron información sobre la experiencia logística y la atención recibida.

Por su parte el equipo de trabajo brindó una perspectiva interna sobre los procesos de planeación, coordinación y ejecución del evento; y la comunidad local expresó su opinión del factor cultural, los impactos del evento en su entorno y el grado de participación e inclusión que percibió en la organización y desarrollo de esta celebración.

Posterior al proceso de encuestar, se ejecutó un **análisis de contenido** en las páginas de Facebook oficiales de la Alcaldía municipal de Girardot y del Instituto Municipal de Turismo, Cultura y Fomento, bajo los siguientes criterios:



Tal como se observa, se partió de la selección de comentarios que aludieran de manera explícita o implícita a algún aspecto del Reinado Nacional del Turismo, delimitando como parámetro temporal las publicaciones comprendidas entre el 8 y el 12 de octubre de 2025.

Posterior a un análisis superficial se definieron las categorías en las cuales se clasificó la información, usando las subcategorías de positivo o negativo para indicar la inclinación del comentario en relación a un aspecto específico; así mismo, se definió la unidad de análisis en función de la frecuencia de comentarios vinculados con cada categoría temática, permitiendo **cuantificar la recurrencia de percepciones sobre temas específicos**.

Para garantizar la coherencia del análisis, se aplicó una regla de codificación que consideró frases o palabras que expresaran una percepción o juicio frente a alguna de las categorías establecidas, por lo que fue importante considerar que un comentario puede hacer alusión a uno o más aspectos, por ende este debe ser tenido en cuenta en las diferentes categorías o subcategorías a las que pertenezca.

A través de esta técnica se orientó a la clasificación e interpretación de los comentarios, permitiendo construir una percepción general frente a cada categoría de análisis, aportando una perspectiva complementaria al trabajo de campo, y a la comprensión de las percepciones sociales frente al desarrollo del Reinado Nacional del Turismo.

Con el propósito de ampliar la comprensión de los resultados obtenidos mediante el análisis de contenido, se consideró necesario complementar la información con datos provenientes de fuentes institucionales y actores estratégicos involucrados en el desarrollo del evento.

Esta decisión metodológica se fundamentó en la necesidad de contrastar las percepciones ciudadanas con indicadores objetivos de gestión, sostenibilidad y desempeño, de modo que el estudio permitiera una lectura integral del impacto del Reinado Nacional del Turismo en el municipio de Girardot.

En este sentido, la recolección de información adicional se estructuró de acuerdo con los lineamientos establecidos por la norma, asegurando que el análisis no se limitara a percepciones subjetivas, sino que integrara criterios de evaluación técnica vinculados al desempeño sostenible del evento.

De manera particular, para la dimensión ambiental, se gestionó información con entidades como **ACUAGYR y Ser Ambiental**, con el fin de identificar las estrategias de manejo de residuos y el uso del recurso hídrico. En cuanto al componente económico, se solicitó información a la **Terminal de Transportes de Girardot, la Cámara de comercio de Girardot, Alto Magdalena y Tequendama** y a los **establecimientos de alojamiento y hospedaje**, con el propósito de estimar la demanda turística y la ocupación hotelera registrada durante los días del certamen. Estos datos permitieron observar la dinámica económica generada por el evento y su incidencia en la actividad turística local.

Por su parte, la dimensión organizacional y de liderazgo se abordó a través de entrevistas semiestructuradas realizadas al operador logístico del evento Quack. Este proceso buscó comprender los criterios de planeación, coordinación interinstitucional

y gestión operativa implementados, con el fin de evaluar la capacidad de liderazgo y la coherencia entre la planificación y la ejecución. Esta información resultó esencial para valorar la eficiencia de la estructura organizativa y la toma de decisiones estratégicas dentro del proceso de realización del evento.

Finalmente, todos los insumos recolectados fueron clasificados y analizados según los ejes de sostenibilidad definidos por la **NTC 6487:2021**, estructurando los resultados en torno a cinco componentes: liderazgo y planificación, aspecto económico, aspecto sociocultural, aspecto ambiental, y percepción de satisfacción. Esta organización integra tanto los factores técnicos como las percepciones ciudadanas, concluyendo con un análisis general del evento, que busca sintetizar los principales hallazgos y proponer recomendaciones orientadas a fortalecer la sostenibilidad y la participación comunitaria en futuras ediciones del Reinado Nacional del Turismo.



RESUMEN EJECUTIVO



RESUMEN EJECUTIVO

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

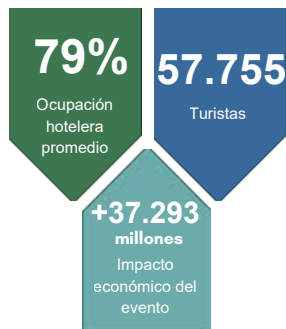
86%
LIDERAZGO

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

ASPECTO SOCIOCULTURAL

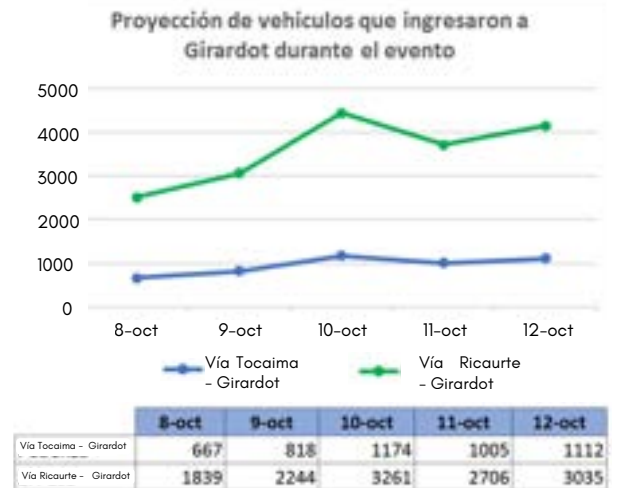
Se evidencia una alta valoración general en promoción cultural, inclusión, accesibilidad y trato justo. No obstante, las percepciones negativas se concentran principalmente en los comerciantes y prestadores de servicios, quienes muestran una apreciación distinta del evento frente al resto de participantes.



El impacto económico del evento evidencia una dinámica de gasto moderada. Según el gasto promedio por visitante, el medio de transporte predominante y la ocupación hotelera, se identifica una **estructura de consumo grupal** que benefició principalmente al comercio y los servicios, con menor incidencia en el subsector de las artesanías.

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.



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.

Desde el enfoque sociocultural, los niveles de aprobación sobre la promoción cultural indican que el evento actuó como un espacio de fortalecimiento del capital simbólico local, favoreciendo la **expresión de la multiculturalidad** y contribuyendo a una experiencia más enriquecedora y sostenible para los visitantes.

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.



En el componente ambiental de acuerdo con los registros de consumo de agua aportados por Acuagyr, el evento presentó un uso adicional moderado y controlado, aunque las **zonas turísticas y comerciales fueron percibidas como adecuadas en términos de limpieza**, los comerciantes reportaron afectaciones por contaminación visual y acústica. Paralelamente, la comunidad local, manifestó haber experimentado afectaciones por ruido, humo y otros factores, lo que sugiere que la planificación ambiental no logró mitigar completamente los impactos negativos en áreas residenciales.

Respecto a las percepciones de satisfacción, los distintos grupos involucrados, expresaron altos niveles de aprobación general. **Los turistas valoraron positivamente la calidad de los servicios y manifestaron** la intención de regresar, mientras que las delegaciones y el personal destacaron la organización y el acompañamiento institucional. Aunque la comunidad local presentó una percepción más moderada, también reconoció como aspecto positivo que Girardot siga siendo la sede de este evento con diversidad de actividades. Estos resultados reflejan una experiencia mayoritariamente favorable, con matices según el rol y la cercanía al evento.



LIDERAZGO Y PLANIFICACIÓN



LIDERAZGO Y PLANIFICACIÓN



LIDERAZGO

Porcentaje de cumplimiento



Total 86%



PLANIFICACIÓN

Porcentaje de cumplimiento



Total 89%

La **Norma Técnica Colombiana NTC 6487:2021** establece los requisitos para implementar un Sistema de Gestión de la Sostenibilidad en eventos, orientado a garantizar que las actividades de planificación, ejecución y cierre se desarrollen de manera responsable, segura y con enfoque de mejora continua.

Esta norma promueve la integración de aspectos ambientales, socioculturales y económicos, bajo principios de compromiso, inclusión, transparencia e integridad, y se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y las políticas del turismo sostenible del país.

Para la versión LIV del Reinado Nacional del Turismo, el Instituto Municipal de Turismo, Cultura y Fomento de Girardot contrató a la empresa QUACK de Colombia S.A.S. (Contrato No. 082-2025) como operador logístico y productor artístico del evento, por un valor de \$6.700 millones de pesos colombianos, correspondiendo al rededor de \$5.500 millones de pesos a la inversión realizada de forma exclusiva al Reinado Nacional del Turismo.

La compañía fue responsable de la ambientación escenográfica, coordinación de desfiles, conciertos, permisos, seguridad y cumplimiento técnico, actuando como tercero ejecutor de la operación integral del evento.

En este sentido, la evaluación de sostenibilidad no recae exclusivamente sobre la entidad contratante, sino también sobre el contratista, quien debía aplicar los principios y requisitos de la NTC 6487-2021 dentro de su gestión operativa.

El análisis se centró en dos componentes principales de la norma

Componente NTC 6487	Nivel de avance	% Cumplimiento	Principales evidencias
Liderazgo y compromiso	Adecuado	86%	Designación de responsables, funciones definidas, reportes y actas de seguimiento.
Planificación del sistema	Satisfactoria	89%	Matriz de riesgos, planes de acción, cronogramas y recursos asignados.

El **86 % en liderazgo muestra que QUACK de Colombia S.A.S. tuvo una gestión organizada**, con roles definidos, comunicación efectiva y capacidad de respuesta durante el desarrollo del evento. Se destacó el compromiso del equipo operativo y la articulación con la entidad

contratante para garantizar el cumplimiento técnico y logístico. Se identifican oportunidades de mejora para fortalecer la gestión preventiva y la evaluación de impactos sostenibles, con el fin de seguir consolidando un liderazgo integral en la operación de eventos de gran formato.

El **89 %** obtenido en el componente de planificación refleja una ejecución ordenada y anticipada, que permitió desarrollar el **evento con eficiencia y adecuado control operativo**. Se evidenció una correcta identificación de riesgos, una distribución pertinente de los recursos y el cumplimiento del cronograma previsto.

Asimismo, se observan oportunidades de fortalecimiento orientadas a robustecer los protocolos de seguridad y las estrategias de prevención, con el fin de asegurar que la planeación continúe garantizando tanto la efectividad operativa como la seguridad y el bienestar de todos los actores involucrados.





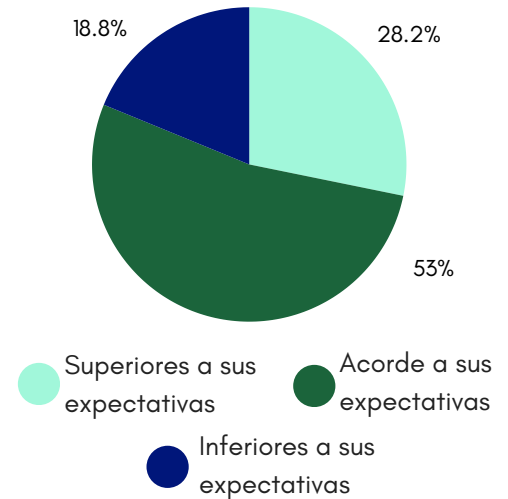
ASPECTO ECONÓMICO



ASPECTO ECONÓMICO



Nivel de ventas de comerciantes y prestadores de servicios vs. expectativas

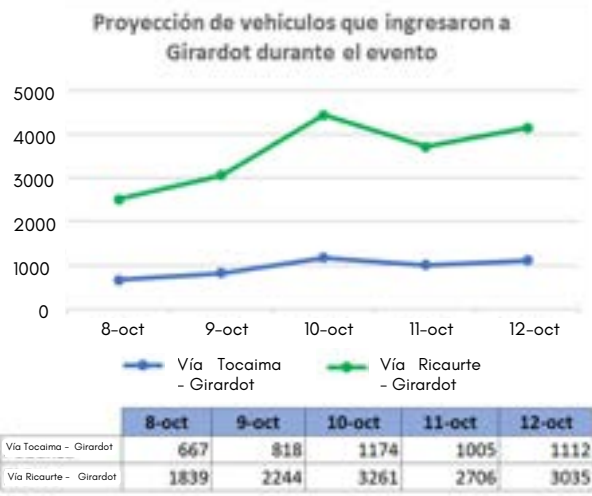


El Reinado Nacional del Turismo en su versión LIV tuvo un impacto positivo en la economía local, reflejado en el comportamiento favorable de los principales indicadores económicos durante los días del evento.

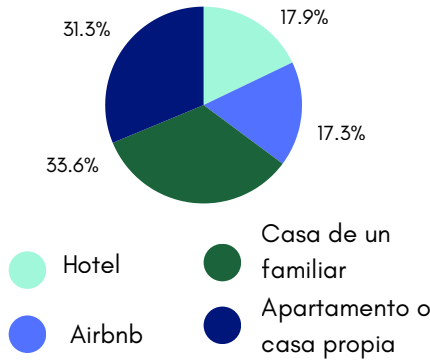
reflejando un flujo sostenido de visitantes que coincide con la concentración de las principales actividades del evento; la tendencia observada confirma un comportamiento diario con incrementos al llegar el fin de semana.

En la siguiente figura es posible observar 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.

Se obtuvo de esta manera un estimado de 17.861 vehículos que ingresaron a Girardot durante el periodo del 8 al 12 de octubre,



En cuanto al sector de alojamiento, se identificó que **el 70,2 % de los turistas pernoctó dentro del municipio**; sin embargo, predominó la modalidad de hospedaje no comercial (64,9 %).



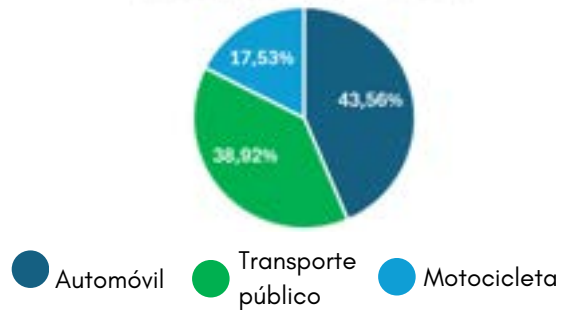
Tales resultados, guardan coherencia con el gasto promedio pues este fue de **\$408.439** por persona, característico de un turismo de corta distancia y consumo moderado. Aunque la preferencia por hospedajes no comerciales redujo el impacto directo sobre el sector del alojamiento aun así se logró una alta ocupación hotelera y se favoreció el dinamismo de otros segmentos de la economía local, como la alimentación, el transporte y el entretenimiento.

Por otro lado, **La Terminal de transportes de Girardot** reportó que **llegaron 22.476 pasajeros** durante las fechas de evento, generando entonces un **aumento del 25,45%** respecto al año anterior, de acuerdo con la siguiente figura.



De acuerdo a lo anterior y tomando como insumo el estudio realizado por Leguizamo (2025) del programa de Administración Turística y Hotelera de la Universidad Piloto de Colombia Seccional del Alto Magdalena, sobre el *perfil turístico de los visitantes de Girardot y su interacción con la oferta turística local*, se empleó la información allí sistematizada para estimar el número de asistentes al evento mediante un método de proporcionalidad.

Medio de transporte usado por los turistas para llegar a Girardot



De acuerdo con la estimación realizada, el evento atrajo un total de 57.755 turistas. Al relacionar este volumen de visitantes con el gasto turístico promedio por persona de \$480.439, se calculó un impacto económico turístico de \$27.747.328.745. A este resultado se suma el impacto económico generado por la población local, estimado en \$9.545.999.796, lo que permite establecer un **impacto económico de \$37.293.328.541**. Estas cifras consolidan al evento como un dinamizador relevante de la economía del territorio, con un impacto casi siete veces la inversión pública realizada, la cual superó los \$5.500.000.000.

Adicional a ello, se hizo necesario realizar una encuesta a partir de un listado de 53 establecimientos de alojamiento y hospedaje suministrado por el Instituto Municipal de Turismo, Cultura y Fomento,

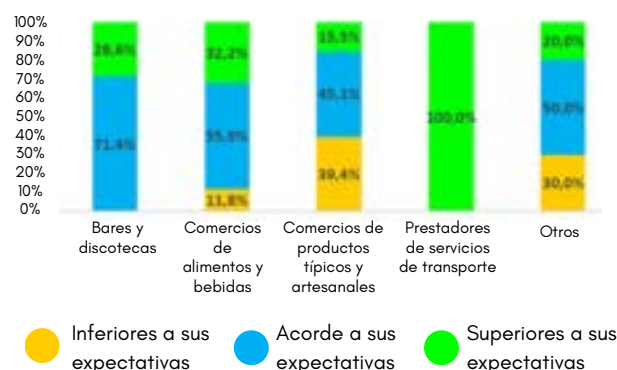
obteniéndose una tasa efectiva de respuesta del 74 %, mientras que el 26 % restante correspondió a establecimientos que no respondieron o con los cuales no fue posible establecer contacto.

A partir de este ejercicio, se determinó una **ocupación hotelera promedio de 79%**, la cual pese a los altos índices de alojamiento informal refleja una demanda estable dentro del sector formal, junto con la oportunidad para implementar estrategias que dinamicen este sector en el territorio; así mismo se observa una mezcla de flujos turísticos complementarios que benefician distintos niveles de la economía.

En relación a lo anterior, se evidencia resultados positivos entre los comerciantes y prestadores de servicios, en donde el 81,6% de ellos eran locales; por otro lado, el 53% de estas personas reportaron ventas acorde a sus expectativas, el 28,2% ventas superiores y únicamente un 18,8% indicó que sus ventas fueron inferiores a lo esperado; no obstante de acuerdo con información suministrada por el IMTCF, el 55% de los artesanos participantes de la feria de artesanías en el marco del evento, reportó que sus ventas fueron menores a lo esperado, demostrando que pese a que el sector comercio y servicios recibió gran parte del gasto turístico, el subsector de las artesanías no reflejó resultados similares, aunque se trató de un evento con componente socio-cultural.

Al respecto conviene decir que, los distintos comerciantes y prestadores de servicios encuestados comunicaron resultados diferentes en sus ventas, de acuerdo al tipo de prestador, como se muestra a continuación:

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



De acuerdo con estos datos, el mayor reporte de **ventas inferiores a las expectativas fue realizado por los comercios de productos típicos y artesanales**, es decir que, los artesanos que se encontraban en la feria dentro de la casa de la cultura no fueron los únicos en informar de ventas que no llegaron a ser lo que esperaban (55%), por consiguiente la afectación reportada por este grupo no es causal de la ubicación de los puestos, y posiblemente se debe a una inadecuada promoción de los productos típicos, tradicionales y artesanales de Girardot y la región durante el desarrollo del evento.

Así mismo, los diversos comerciantes de productos como espuma, flores, juguetes, entre otros; reportan también una alta proporción de ventas inferiores a sus expectativas, muy seguramente debido a que se trató de un evento de índole cultural y festivo, razón por la cual el segmento de productos relacionados a factores como la fiesta, diversión y otros similares, es solicitado con mayor frecuencia que aquellos que no destacan en este entorno.

Por otro lado, los comercios de alimentos y bebidas destacan en sus apreciaciones con reportes de ventas acordes o superiores a sus expectativas; en primer lugar, porque el gasto turístico se concentró mayormente en este sector, prueba de ello es que los bares y discotecas reportan exclusivamente ventas acordes o superiores a lo esperado.

No obstante, es importante considerar también que en el marco del Reinado Nacional del Turismo LIV, se desarrolló la primera versión del Remontado Fest, un evento que destacó la gastronomía tradicional a través de sus 18 puestos, dejando en promedio un ingreso de \$1.698.000 por participante, de acuerdo con datos suministrados por el IMTCF.

Este factor, complementa el porqué los comerciantes de alimentos y bebidas reportaron en menor medida el haber tenido ventas inferiores a sus expectativas, ya que en el marco de la agenda del Reinado Nacional del Turismo se proporcionó un espacio para la promoción cultural y gastronómica.

Por último, los prestadores de servicios de transporte reportaron en su totalidad ventas superiores a sus expectativas, esto en virtud del requerimiento de estos servicios para el desplazamiento de turistas a los lugares en donde se llevarían a cabo las diferentes actividades del Reinado.

Esta información, se complementa con las percepciones de los comerciantes y comunidad local registradas a continuación:



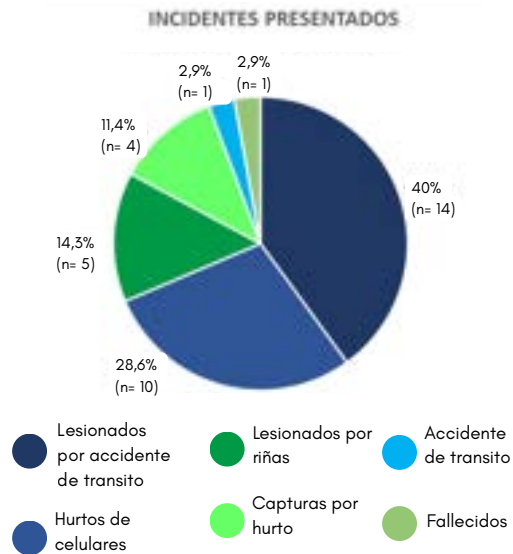
Esto evidencia una percepción positiva del aspecto económico, puesto que el 95 % de los habitantes percibió beneficios para el comercio, y el 78,2 % de los comerciantes y prestadores de servicios destacó una mayor visibilidad de sus negocios ante los visitantes. Este balance evidencia que el evento genera un flujo económico relevante, fortaleciendo la actividad comercial y el posicionamiento turístico del municipio.



ASPECTO SOCIOCULTURAL



ASPECTO SOCIOCULTURAL



El análisis del factor sociocultural en el Reinado Nacional del Turismo resulta esencial para comprender cómo este evento incide en la cohesión comunitaria, la percepción de los distintos actores y la proyección de la identidad local. En celebraciones de carácter nacional, donde confluyen turistas, delegaciones, comerciantes, staff y comunidad residente, los componentes socioculturales definen el grado de apropiación, participación y sentido de pertenencia frente al territorio.

Por ello, examinar variables como la promoción cultural, la inclusión y accesibilidad, la equidad y el trato justo, así como la seguridad, permite valorar no solo la imagen del evento, sino también su impacto social y el equilibrio entre lo cultural, lo económico y lo comunitario.

En relación con la **promoción cultural**, la **percepción tuvo un promedio de valoración positiva de 91,5%**, lo que evidencia un reconocimiento significativo

hacia la difusión de las manifestaciones culturales durante el evento; las percepciones de este factor en tanto a la opinión de turistas, delegaciones y participantes, comerciantes y prestadores de servicios, y comunidad local, se encuentran distribuidas de la siguiente manera:



El grupo que presentó la valoración más baja fue el de comerciantes y prestadores de servicios, con 79,3 %, lo que sugiere diferencias en la percepción del alcance de la promoción cultural entre quienes participan directamente en las actividades y quienes desarrollan labores de apoyo económico durante el evento.

En cuanto a la **inclusión y accesibilidad**, la valoración promedio fue de **82,8 %**, con resultados positivos, con poca variación entre los grupos analizados, como se observa en la siguiente figura:



A través de un análisis más detallado se observa que dentro de las percepciones de comunidad local, los habitantes de la zona rural fueron quienes expresaron en mayor medida que no se incluyó de forma adecuada a la comunidad en la organización o actividades del evento, lo cual señala una diferencia en la experiencia de los habitantes de la zona urbana y aquellos pertenecientes al área rural.

En relación al aspecto de **equidad y trato justo**, el promedio general se ubicó en **83,5%**, en donde las delegaciones y participantes fueron quienes mejor puntuaron este aspecto, como se observa a continuación.



En contraste, el grupo de **comerciantes y prestadores de servicios evidenció la valoración más baja, con 62,5 %**, lo que sugiere que percibieron menores condiciones de equidad o reconocimiento durante el evento. De manera adicional, los comerciantes locales indicaron que no consideraron que existieran oportunidades equitativas de participación, lo cual refuerza esta tendencia diferenciada dentro de la categoría.

En paralelo, acorde con la información suministrada por la **Policía Nacional**, se dice que el registro de **incidentes asociados al desarrollo del evento presenta un total de 35 casos**, distribuidos principalmente en lesionados por accidente de tránsito (40%), hurtos de celulares (28,6%), lesionados por riñas (14,3%), capturas por hurto (11,4%), y en menor medida, accidente de tránsito (2,9%) y fallecidos (2,9%). Estos datos complementan la lectura del componente sociocultural, al reflejar situaciones de convivencia y seguridad que pueden incidir en la percepción general de bienestar y organización del evento.

En síntesis, el factor sociocultural permite valorar el impacto del evento más allá de los indicadores económicos o de participación, integrando la dimensión humana, relacional y simbólica del Reinado Nacional del Turismo. Este aspecto abarca la forma en que los diferentes actores perciben la equidad, la inclusión, el acceso y la representación cultural, los cuales son determinantes para garantizar que el evento promueva la cohesión social, el respeto por la diversidad y la identidad local

ASPECTO AMBIENTAL



ASPECTO AMBIENTAL



El Reinado Nacional del Turismo en su versión LIV como un evento de gran magnitud genera un impacto en el factor ambiental, por lo cual resulta fundamental esta medición para facilitar la toma de decisiones informadas que logren mitigar efectos negativos sobre la comunidad local y el entorno.

Como punto de partida se encuentra la percepción en tanto **manejo de residuos, que obtuvo una valoración positiva promedio del 78.3%**, con la siguiente distribución.



Las diferencias entre las percepciones sugieren que, aunque la operación de limpieza resulta efectiva en los espacios centrales del evento, se evidencian menores niveles de cobertura en algunas zonas comerciales y residenciales, posiblemente por acumulación de residuos fuera de los horarios pico o por la ausencia de repasos en franjas nocturnas.

En relación a esto, de acuerdo con información suministrada por **Ser Ambiental, se recolectaron 81,44 toneladas de residuos durante las fechas del evento**, con 53 operarios trabajando activamente en esta labor con 3 turnos ampliados y movilidades extraordinarias a puntos del evento.

En conjunto, estos elementos evidencian que, si bien la capacidad operativa permitió mantener condiciones adecuadas en los sectores principales, persisten oportunidades de mejora para fortalecer la cobertura en otras áreas.

Como aspecto complementario, **ACUAGYR reportó un caudal promedio de 587,3 L/s** durante el evento, equivalente a un incremento del 0,6 % frente a los registros habituales. Esta variación, propia del aumento de población flotante y de la intensificación de actividades asociadas al evento, evidencia un consumo adicional moderado y sujeto a control operativo.

Así mismo, se informó de dos novedades puntuales: una fuga el 10 de octubre, resuelta a la medianoche del 11 de octubre, que afectó a 1.507 usuarios; y una falla de válvula el 12 de octubre, resuelta esa misma noche, que impactó a 5.180 usuarios; estos dos sucesos fueron atendidos en plazos breves, lo que evidencia una adecuada capacidad de respuesta operativa.

A raíz de esto, la percepción sobre el uso del agua y la energía tuvo una inclinación mayormente positiva, con un promedio del 88,1 %, desagregándose de la siguiente manera entre los actores que la puntuaron:



Estas valoraciones se sustentan en la continuidad y estabilidad de los servicios de agua y energía en los escenarios principales del evento.

Se destacó la adecuada iluminación y provisión energética durante las actividades nocturnas, así como la atención oportuna a las novedades registradas en el sistema de acueducto, lo que contribuyó a mantener condiciones operativas favorables para el desarrollo de las presentaciones y actividades programadas.

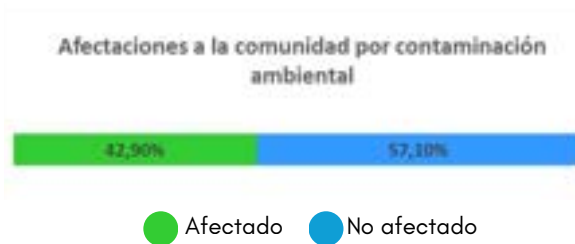
En lo que respecta a la **contaminación visual y acústica, el promedio de afectaciones por este factor fue de 26,9%** considerando los actores registrados.



En este aspecto, la diferencia ente las percepciones de los actores resulta bastante amplia, considerando que las afectaciones en comerciantes y prestadores son cuatro veces las informadas por los turistas encuestados.

Lo anterior, posiblemente se debe a que los comerciantes y prestadores permanecen en espacios donde la actividad sonora y visual se prolonga e interfiere con sus actividades económicas; los turistas, en cambio, suelen ubicarse en escenarios donde la gestión sonora es más controlada o forma parte de la experiencia; esto considerando que el 52,6% de los establecimientos de A&B reportaron afectaciones por este factor.

En relación a la percepción de la comunidad local en cuanto a afectaciones por contaminación ambiental (ruido, humo, olores u otras molestias), indica en sus datos lo siguiente:



Se refleja entonces una opinión dividida, con una ligera diferencia entre quienes no percibieron afectaciones y quienes si las experimentaron, probablemente vinculado a la cercanía a escenarios del evento, zonas concurridas y horarios de actividades, pues quienes más manifiestan estas afectaciones son los residentes de la zona urbana (44,7%).

Lo anterior demuestra que, aunque la **gestión ambiental alcanzó niveles adecuados de eficiencia operativa**, su impacto no fue homogéneo en el territorio.

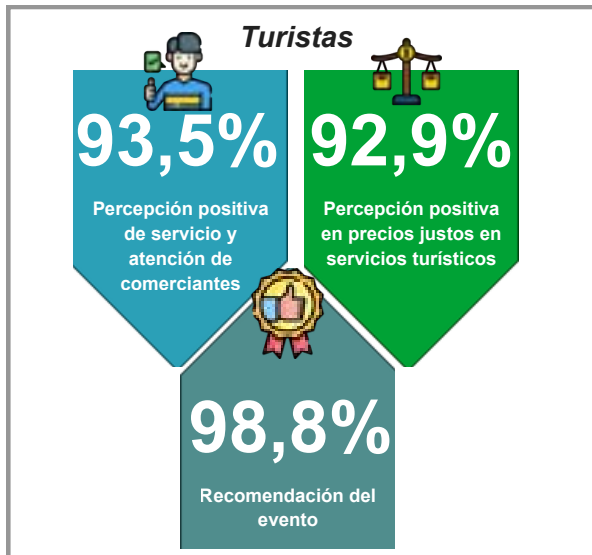
Las valoraciones más bajas en manejo de residuos y las percepciones comunitarias de afectación por contaminación ambiental evidencian brechas de cobertura asociadas a acumulación puntual de residuos y a la presencia de ruido, humo y otros factores en áreas específicas del municipio.



PERCEPCIÓN DE SATISFACCIÓN



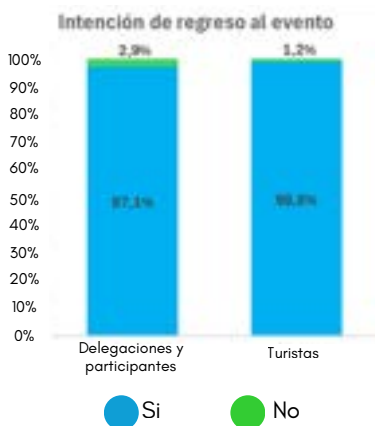
PERCEPCIÓN DE SATISFACCIÓN



El Reinado Nacional del Turismo es un evento que convoca a turistas y delegaciones que acompañan a las participantes, y que, por su magnitud, demanda un amplio equipo de trabajo para atender las diversas áreas operativas. Asimismo, involucra de manera directa a la comunidad local, cuya participación es fundamental para recibir a los visitantes y compartir su cultura y territorio.

De esta manera, las percepciones de satisfacción de los actores involucrados constituyen un indicador clave del desempeño integral del evento, al complementar los resultados de los componentes económico, sociocultural y ambiental y ofrecer una visión más completa de su alcance y efectividad.

Con una **percepción positiva promedio del 97,9 % sobre la intención de retorno al evento** expresada tanto por turistas como por delegaciones y participantes se evidencia un alto nivel de aceptación, conforme a la siguiente distribución.

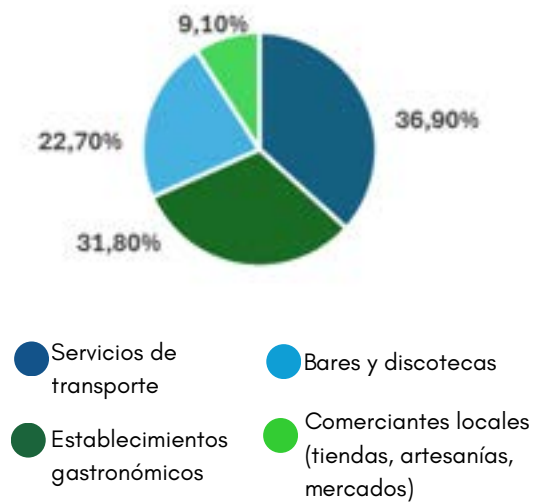


Se evidencia que los dos grupos tiene una fuerte inclinación a volver al evento, en especial los turistas, que superaran por apenas unos puntos porcentuales a las delegaciones y participantes.

Adicional, los turistas destacaron el servicio y **atención de los comerciantes y prestadores turísticos, con 93,5% de percepciones positivas** hacia los servicios y atención recibida, y un **92,9% de satisfacción con el precio de los servicios turísticos** . Esta evaluación se complementa con una alta recomendación del evento que realizó este grupo, lo que confirma la buena impresión generada durante su visita al territorio en el marco de las festividades del evento.

No obstante, aunque la mayoría de los visitantes reportó experiencias favorables, algunos turistas identificaron ciertos casos de mal servicio o atención. Según el gráfico correspondiente, los principales reportes se concentraron en:

Origen del mal servicio



Estos resultados permiten identificar oportunidades de mejora específicas, principalmente en la calidad de la atención, tiempos de respuesta y capacitación del personal en contacto con el visitante.

Los trabajadores del evento registraron una valoración mayoritariamente positiva, aunque con aspectos que requieren atención. Los datos indican que, si bien **la organización brindó formación, información y recursos suficientes para el desarrollo de sus funciones, se identificaron oportunidades de mejora** en temas operativos y laborales. Entre ellas se destacan el manejo de turnos, los tiempos destinados a alimentación y pausas activas, así como la comunicación previa sobre la aplicación de encuestas, dado que varios trabajadores manifestaron no haber sido informados oportunamente sobre su participación en el ejercicio.

En tanto a las **delegaciones y participantes hay altos niveles de satisfacción**, dando a entender que su experiencia fue amena respecto a la organización, la hospitalidad y la gestión de seguridad, lo cual favorece la reputación institucional del Reinado.

Por su parte la **comunidad reconoce los beneficios culturales, sociales y económicos que el Reinado Nacional del Turismo genera en el territorio**, sin embargo, también se evidencian afectaciones relacionadas con la movilidad y la tranquilidad, lo que indica que, aunque existe un alto nivel de aceptación y orgullo por el evento, las molestias derivadas de la congestión, el ruido y el flujo masivo de visitantes representan aspectos que deben gestionarse con mayor planificación, para una convivencia armónica de la actividades del evento y el bienestar cotidiano de los ciudadanos residentes del municipio.

Ahora bien, no son del todo suficientes aquellas percepciones registradas en las

encuestas, puesto que es necesario revisar en línea las opiniones de aquellas personas que posiblemente no fueron encuestadas pero compartieron su opinión a través de las redes sociales.

Así, a través de un análisis de contenido en el que se revisaron los comentarios dentro de las publicaciones de la Alcaldía Municipal de Girardot y el IMTCF, hechas del 08 al 12 de octubre, se logró registrar la siguiente información, producto del análisis de 131 comentarios.



Se observa en la anterior figura, 5 categorías en las que se clasificaron las diferentes percepciones registradas, cada una de estas contiene a su vez dos subcategorías que discriminan los datos en relación a si su inclinación es positiva o negativa, datos que para una representación porcentual se encuentran sobre el total de los comentarios analizados, sin obtenerse un 100% en la sumatoria, pues de acuerdo con la metodología planteada, algunos comentarios fueron registrados en dos o más categorías, al considerar que una persona puede referirse a más de un tema en un mismo enunciado.

En general, los datos reflejan una tendencia positiva hacia el componente cultural e identitario del evento, con mayores percepciones positivas frente a las negativas, destacando la valoración de las comparsas, el folclor, los conciertos y el ambiente festivo como símbolos del orgullo local, como muestra la siguiente tabla:

Cultura e identidad		
Percepciones positivas	68	51,91%
Percepciones negativas	12	9,16%
Percepción general		
La mayoría de los comentarios vinculados a cultura son explícitamente positivos: las comparsas, el carácter folclórico y los conciertos fueron percibidos como fortalezas del evento. Esto sugiere que, desde la perspectiva de contenido y espectáculo, el Reinado cumplió su objetivo de revalorizar identidad e incentivar la afluencia.		

Este hallazgo coincide con la percepción positiva manifestada por los turistas y la comunidad en las encuestas, quienes resaltaron la autenticidad cultural y el sentido de pertenencia como factores diferenciadores del Reinado Nacional del Turismo.

Sin embargo, los comentarios también evidencian críticas significativas hacia la organización y la logística, de acuerdo con la siguiente información:

Organización y logística		
Percepciones positivas	30	22,90%
Percepciones negativas	37	28,24%
Percepción general		
Aunque la programación fue bien valorada, la ejecución logística mostró fisuras percibidas con fuerza (visibilidad en desfiles, sonido, tarimas, casetas que obstaculizaron el paso). Ese desajuste es la principal fuente de quejas concretas y recurrentes.		

Estos resultados complementan las observaciones de la comunidad local, que reportó afectaciones a la movilidad y la tranquilidad, reafirmando que los retos principales del evento no están en el contenido cultural, sino en la gestión operativa y logística que soporta su desarrollo.

Por otro lado, las percepciones sobre seguridad ciudadana también reflejan una tendencia desfavorable, como se muestra a continuación:

Seguridad ciudadana		
Percepciones positivas	4	3,05%
Percepciones negativas	25	19,08%
Percepción general		
Las denuncias de robos masivos y la sensación de impunidad o ineficacia policial aparecen con frecuencia y manifiestan un efecto negativo potencial sobre la experiencia del visitante y la reputación del destino. Incluso comentarios positivos respecto a los artistas se matizan por el temor a la inseguridad.		

Los comentarios frente a este aspecto se asocian a denuncias de robos y sensación de falta de control policial, lo que podría tener repercusiones en la experiencia del visitante y en la reputación del destino.

En la categoría de economía y proyección turística, los comentarios presentan una dualidad: mientras algunos usuarios reconocen el impacto positivo del evento en el comercio local, otros cuestionan el uso de los recursos públicos y la priorización de gastos, especialmente frente a necesidades urbanas más urgentes.

Economía y proyección turística		
Percepciones positivas	4	3,05%
Percepciones negativas	8	6,11%
Percepción general		
Aunque algunos usuarios reconocen el efecto positivo para el comercio local, hay también cuestionamientos acerca del uso de recursos (pedidos de priorizar soluciones urbanas) y la relación costo/beneficio social.		

Esta categoría a pesar de ser una de las menos mencionadas, contiene percepciones significativas, pues reflejan un debate recurrente en torno al balance entre la inversión en eventos y el beneficio social directo para la comunidad.

No obstante, el hecho de que el público relacione el evento con la proyección turística de Girardot demuestra su posicionamiento como referente nacional, lo que constituye una oportunidad para mejorar su sostenibilidad económica y social a través de una gestión más transparente y participativa.

Finalmente, en la dimensión de comunicación y participación ciudadana, se evidencian los siguientes resultados.

Comunicación y participación ciudadana		
Percepciones positivas	2	1,53%
Percepciones negativas	6	4,58%
Percepción general		
Existen menciones concretas y accionables: solicitudes de interpretación en LSC, petición de zonas de inclusión para personas con discapacidad, y críticas a la falta de difusión puntual de horarios y espacios.		

Aquí, las menciones se centran en la falta de información clara y oportuna sobre horarios y lugares de actividades, cierres viales y programación, así como en solicitudes de inclusión, como la interpretación en lengua de señas o la participación de sectores específicos de la población.

De esta manera, las percepciones de satisfacción del Reinado reafirman la valoración del factor identitario y cultural, sin embargo, esta valoración positiva se ve matizada por problemáticas estructurales que afectan la experiencia comunitaria, como la deficiente logística, la percepción de inseguridad, las limitaciones de comunicación y la falta de inclusión efectiva de diversos grupos sociales.

El contraste entre las percepciones en las encuestas y las de los medios digitales, se evidencia una brecha, pues mientras las primeras reflejan un consenso favorable hacia el componente cultural, las segundas expresan de manera más crítica las tensiones en torno al uso de los recursos públicos, la movilidad urbana y la gestión de la información.

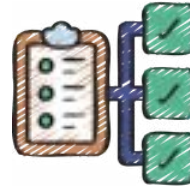
Este aspecto muestra la necesidad de fortalecer los mecanismos de participación de los diferentes actores, retroalimentación y inclusión de la comunidad, de modo que el evento evolucione hacia un modelo de gestión cultural más participativo, transparente y sostenible.



CONCLUSIONES



CONCLUSIONES



FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Posicionamiento histórico del evento como ícono turístico y cultural del municipio, reconocido por visitantes y medios de comunicación a nivel nacional. - Experiencia consolidada del equipo de trabajo en la planeación y ejecución de eventos masivos, con capacidad de respuesta ante condiciones climáticas o logísticas adversas. - Impacto económico positivo evidenciado en la dinamización del comercio, los servicios turísticos y la ocupación hotelera durante el desarrollo del evento. - Participación de múltiples sectores productivos y culturales, que refuerzan la identidad local y la multiculturalidad del reinado. - Percepción favorable de la inclusión y promoción multicultural lo que fortalece la imagen del evento como espacio de convivencia y proyección regional. - Disposición del equipo humano para mantener y mejorar las prácticas sostenibles implementadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de protocolos estandarizados para el acceso, movilidad y comunicación interna entre áreas operativas y logísticas. - Escasa articulación con la comunidad local en las etapas de planificación y ejecución, lo que limita el sentido de apropiación del evento. - Baja participación de artistas y colectivos culturales locales en la programación oficial, reduciendo la visibilidad del talento regional. - Dificultades de movilidad y congestión vehicular en los sectores cercanos a los escenarios principales durante las jornadas de mayor afluencia. - Débil control sobre la informalidad comercial y ausencia de regulación en tarifas de servicios turísticos complementarios. - Deficiencias puntuales en la gestión de la seguridad y en la atención de emergencias durante actividades masivas. - Dependencia operativa de la experiencia empírica más que de procedimientos documentados.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento del turismo interno y de cercanía, que favorece la afluencia de visitantes provenientes de Bogotá y municipios del Alto Magdalena. - Interés mediático y de entidades públicas en posicionar el Reinado como vitrina de promoción turística sostenible a nivel nacional. - Existencia de campañas locales de cultura ciudadana y educación ambiental que pueden articularse al evento para fortalecer su componente sostenible. - Potencial de cooperación entre comunidad, autoridades locales, comerciantes y prestadores de servicios para generar una gobernanza compartida del evento. - Oportunidad de consolidar el Reinado con enfoque de sostenibilidad y participación social. - Posibilidad de diversificar actividades en nuevos escenarios urbanos y rurales para reducir la concentración de público y ampliar la oferta cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> - Persistencia de percepciones negativas de algunos visitantes por altos costos, congestión o deficiencias logísticas. - Riesgo reputacional por la ocurrencia de accidentes y contingencias operativas con impacto mediático - Condiciones climáticas (lluvias, calor o cortes de energía) que pueden afectar la programación. - Limitaciones presupuestales o logísticas para implementar planes de mejora continua y sostenibilidad a largo plazo. - Riesgo de saturación del espacio urbano si no se fortalecen los mecanismos de control y movilidad. - Competencia con otros eventos regionales que podrían disminuir la asistencia o el interés de patrocinadores.

De acuerdo Norma Técnica Colombiana NTC 6487:2021 - Sistema de gestión de sostenibilidad para eventos, la organización debe considerar los factores internos y externos pertinentes al contexto en el que se encuentra; por este motivo figura como conclusión una matriz DOFA, producto de una recopilación de percepciones y puntos claves.

Este análisis estratégico ofrece una base sólida para la toma de decisiones orientadas a mejorar la planificación, gestión y sostenibilidad del evento, promoviendo una articulación más efectiva entre los actores involucrados y una experiencia más inclusiva y segura para todos los participantes.

RECOMENDACIONES



RECOMENDACIONES



FO	DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidar el Reinado articulando su trayectoria e identidad multicultural con estrategias de promoción nacional y regional. 2. Diseñar una agenda cultural ampliada e inclusiva que vincule artistas locales y delegaciones nacionales, fortaleciendo la proyección cultural y la apropiación comunitaria. 3. Integrar campañas de educación ambiental y cultura ciudadana dentro de la programación del evento, aprovechando el posicionamiento y la visibilidad mediática para fomentar buenas prácticas. 4. Formalizar alianzas público-privadas entre la Alcaldía, el sector productivo y la comunidad para garantizar una planificación anticipada y una gestión corresponsable del evento. 5. Implementar un sistema de gestión de sostenibilidad del evento (SGS), documentando las prácticas efectivas ya desarrolladas por el equipo de trabajo como parte de una política institucional de mejora continua. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estandarizar los protocolos operativos de acceso, movilidad, seguridad y comunicación, mediante la formulación de manuales y capacitaciones anuales para todos los actores involucrados. 2. Crear espacios permanentes de participación comunitaria, como mesas de planificación y evaluación, para fortalecer la inclusión social y la percepción de pertenencia ciudadana. 3. Desarrollar un plan de movilidad y logística sostenible, con rutas alternas, horarios escalonados y coordinación con organismos de tránsito para reducir la congestión vehicular y el impacto urbano. 4. Fomentar la formalización del comercio temporal durante el evento, mediante registros, puntos autorizados y regulaciones de precios que garanticen transparencia y equidad económica. 5. Fortalecer la articulación interinstitucional en seguridad y emergencias, mediante simulacros previos y presencia coordinada de organismos de socorro, tránsito y salud.
FA	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar la experiencia operativa del equipo organizador para establecer protocolos de respuesta inmediata frente a accidentes, contingencias o eventos climáticos. 2. Activar un plan de comunicación de crisis y reputación institucional, que permita informar con oportunidad, transparencia y coordinación ante cualquier situación crítica. 3. Diversificar escenarios y actividades en distintos puntos urbanos y rurales, reduciendo la saturación de espacios y el riesgo de congestión. 4. Promover alianzas con medios de comunicación locales y regionales, orientadas a la difusión responsable de información y al fortalecimiento de la confianza pública. 5. Consolidar un comité técnico permanente del evento, que haga seguimiento al cumplimiento de los estándares de sostenibilidad, seguridad y calidad en cada edición. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formular un plan integral de seguridad y sostenibilidad del evento, que incorpore la gestión de riesgos, la atención de emergencias y la comunicación con la comunidad. 2. Desarrollar un protocolo interinstitucional para la gestión de accidentes e incidentes, estableciendo responsabilidades, canales de información y mecanismos de apoyo a las víctimas y sus familias. 3. Incluir estrategias de comunicación preventiva que informen a los residentes sobre cierres viales, cronogramas y medidas de mitigación, disminuyendo el impacto urbano y social. 4. Optimizar los recursos presupuestales mediante planificación anticipada, priorizando acciones de seguridad, movilidad y sostenibilidad ambiental. 5. Monitorear los niveles de ocupación urbana y ambiental durante el evento para anticipar posibles puntos de congestión o deterioro del espacio público.

Al identificar el desarrollo del eje económico, sociocultural, ambiental, y de las percepciones de satisfacción del evento, se desarrolla a partir de un análisis de los factores internos y externos una serie de estrategias a manera de recomendaciones, en virtud de lo que estipula la Norma Técnica Colombiana NTC 6487:2021 - Sistema de gestión de sostenibilidad para eventos, respecto al análisis de las partes interesadas.

Así, las recomendaciones planteadas a través de las estrategias formuladas, están acorde a los problemas operativos,

logísticos, de comunicación, reglamentación y normativa presentados durante el evento y exaltados por las diferentes partes interesadas. Adicionalmente se habla del aprovechamiento de virtudes y oportunidades del evento como lo es su reconocimiento, equipo de trabajo con experiencia y las partes interesadas y beneficiadas de su ejecución; esto con el objetivo de establecer áreas mejora para la ejecución de próximas ediciones del Reinado Nacional del Turismo acorde a los principios de la sostenibilidad.

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA



FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

ICONTEC. (2021). *Cartilla explicativa sobre Norma Técnica Colombiana Del Sector Turismo NTC 6487:2021-Sistema de gestión de sostenibilidad para eventos*.
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-colombianas-y-guias/guia-explicativa-ntc-6487-sg-sostenibilidad-para-e/guia-explicativa-ntc-6487-sgsostenibilidad-para-eventos.pdf.aspx>

ICONTEC. (2021). NTC 6487: 2021 - *Sistema de gestión de sostenibilidad para eventos*.
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-colombianas-y-guias/ntc-6487-2021-sistema-de-gestion-de-la-sostenibili/ntc-6487-2021-sistema-de-gestion-de-la-sostenibilidad-para-eventos-requisitos-y-orientacion-de-uso.pdf.aspx>

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.

TRABAJO DE CAMPO



TRABAJO DE CAMPO



La medición del Reinado Nacional del Turismo de acuerdo con la Norma Técnica Colombiana NTC 6487:2021-Sistema de gestión de sostenibilidad para eventos, se llevó a cabo a través de un equipo de 12 encuestadores y 4 analistas de datos estudiantes del Programa de Administración Turística y Hotelera de la universidad Piloto de Colombia Seccional del Alto Magdalena, quienes participaron activamente en los procesos de recolección y procesamiento de información, como muestran las siguientes imágenes.

REGISTRO DE AFORO VEHICULAR



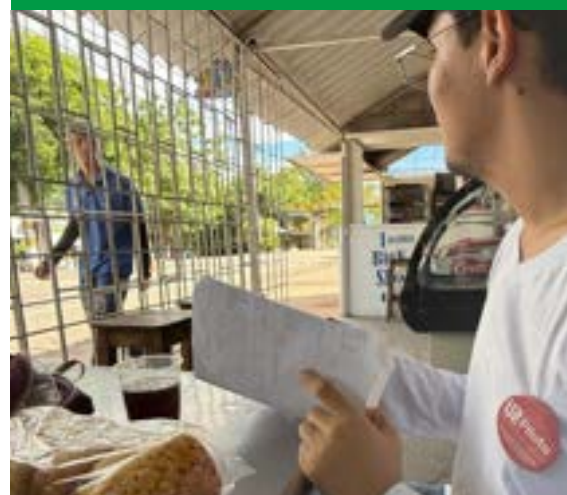
REGISTRO DE AFORO VEHICULAR



REGISTRO DE AFORO VEHICULAR



REGISTRO DE AFORO VEHICULAR



ENCUESTAS



ENCUESTAS



ENCUESTAS



ENCUESTAS



ENCUESTAS



ENCUESTAS



