

**Reconocimiento de la vocación turística del municipio de Girardot y la región,
Cundinamarca, Colombia****Reconhecimento da vocação turística do município de Girardot e região,
Cundinamarca, Colômbia**

DOI:10.34117/bjdv6n2-304

Recebimento dos originais: 30/12/2019

Aceitação para publicação: 28/02/2020

Monica A. Zarta Campos

Economista, Magister en logística integral y comercio internacional, docente programa
Administración de empresas UNIMINUTO Girardot.
monica.zarta@uniminuto.edu

Gloria Isabel Preciado Trujillo

Economista, Universidad del Tolima, docente programa Administración de Empresas ITFIP
Gipt321@gmail.com

Angie P. Diaz Ávila

Estudiante de noveno semestre programa Administración de empresas UNIMINUTO Girardot.
Tecnóloga en Gestión Empresarial
adiavila@uniminuto.edu.com

Jesica H. Gutiérrez Cabezas

Estudiante de noveno semestre programa Administración de empresas UNIMINUTO Girardot.
Tecnóloga en Gestión Empresarial
jguierr157@uniminuto.edu.com

RESUMEN

Girardot es catalogada como la capital de la Región del Alto Magdalena una de las quince regiones que conforman el departamento de Cundinamarca que agrupan los 117 municipios, ubicado en el Centro del País-Colombia.

La ciudad de las Acacias como es conocida Girardot, por tener en varias de sus calles árboles de Acacio, además de ser el principal centro urbano en el departamento de la sub-región que conforma con Flandes y Ricaurte, municipios con los cuales se ha generado un proceso de conurbanización siendo punto de tendencia de una gran actividad turística y comercial.

Es así que Girardot junto con algunos municipios pertenecientes al departamento del Tolima se ha convertido en los más visitados por turistas del centro del país en especial por los habitantes de Bogotá, capital del país. Según cifras contenidas en el plan de Competitividad Girardot 2007-2019 la población flotante oscila a entre 65.000 y 300.000 personas, cifras que surgen de sondeos en peajes, ocupación hotelera y cálculos de comerciantes, generados en la demanda de bienes y servicios, información importante que se convierte como uno de los turismos y el comercio con actividades económicas más representantes en la ciudad y la región.

La investigación nos hace una aproximación al inventario turístico de Girardot, Flandes y Ricaurte, el tipo de turismo que viven los habitantes y visitantes y las falencias en este sector, discusión que se encuentra por medio de la información recolectada a través de encuestas realizadas a residentes y turistas y la observación en la investigación.

Palabras claves: Región, conurbanización, turismo, residentes, turistas, atractivo turístico, recurso turístico.

ABSTRACT

Girardot is listed as the capital of the Alto Magdalena Region, one of the fifteen regions that make up the department of Cundinamarca that group the 117 municipalities, located in the Center of the Country-Colombia.

The city of Acacias, as Girardot is known for having Acacio trees in several of its streets, is also the main urban center in the department of the sub-region that conforms to Flanders and Ricaurte, municipalities with which a process has been generated of urbanization being a trend point of a great tourist and commercial activity.

Thus, Girardot together with some municipalities belonging to the department of Tolima has become the most visited by tourists from the center of the country, especially by the inhabitants of Bogotá, the capital of the country. According to figures contained in the 2007-2019 Girardot Competitiveness Plan, the floating population ranges from 65,000 to 300,000 people, figures that arise from tolls, hotel occupancy and merchant calculations, generated in the demand for goods and services, important information that it becomes one of the cars and trade with economic activities more representatives in the city and the region.

The investigation gives us an approximation to the tourist inventory of Girardot, Flanders and Ricaurte, the type of tourism that the inhabitants and visitors live and the shortcomings in this sector, a discussion that is found through the information collected through surveys conducted to residents and tourists and observation in research.

Keywords: Region, conurbanization, tourism, residents, tourists, tourist attraction, tourist resource.

1 INTRODUCCIÓN

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo o inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”; además declara que este servicio ha presentado en las últimas décadas un crecimiento acelerado y cambios continuos hasta el punto de llegar a convertirse en uno de los sectores que crece con mayor rapidez en el mundo, es así que puede decirse que el turismo se ha transformado en un pilar del desarrollo socioeconómico del mundo lo que ha generado un aumento apremiado del número de destinos turísticos. La OMT (2017) publicó cifras importantes que revelan el papel del turismo en la economía mundial, en donde nos presentan que el turismo representa el 10% del PIB mundial, que es generador de empleo pues uno de cada diez empleos en el mundo tiene relación directa o indirecta con el turismo, además de representar el 7% de las exportaciones mundiales y el 30% de las exportaciones del sector servicios. Las cifras que muestra la OMT son una clara evidencia del crecimiento continuo del turismo en el mundo y Colombia no es la excepción.

De acuerdo a datos publicados en la página del ministerio de comercio, industria y turismo, el sector del turismo es el segundo generador de divisas en el país al alcanzar en 2017 US\$5.787 millones en la cuenta de viajes y transporte, 5,41% por encima del año 2016 y representa el 5%

exportaciones del país y según los datos históricos en el periodo 2010-2017 el turismo creó 448 mil nuevos empleos; en 2017 un total de 1,9 millones de personas trabajaban para el sector turismo, lo que significa un incremento del 23% a comparación con el año 2010.

En consecuencia, con lo anterior el turismo es una fuente importante económica para muchas regiones en Colombia y es el caso de Girardot municipio del departamento de Cundinamarca, reconocido como la capital de la región del Alto Magdalena, una de las provincias más representativas del departamento y el cual cuenta con una ubicación geográfica privilegiada al encontrarse en el centro del país y a tan solo 142 km y un tiempo estimado 2h 39 min de la ciudad de Bogotá capital del país de donde proceden la mayoría de turistas que visitan la ciudad de Girardot y municipios aledaños como Ricaurte y Flandes, municipios que se encuentran a una corta distancia y con los cuales se ha generado un proceso de conurbanización, el cual puede decirse que se debe al alto crecimiento de la construcción de conjuntos residenciales y condominios y otro tipo de construcciones de viviendas residenciales demandados por la población flotante que visita los fines de semana a estos municipios. Por consiguiente, esta investigación se centra en el estudio de: ¿qué tipo de turismo y oferta turística le está ofreciendo Girardot y la región a sus visitantes? y así poder determinar su vocación turística.

2 OBJETIVO GENERAL

Caracterizar la vocación y oferta turística que Girardot y la región ofrece a propios y turistas.

3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1 Establecer el listado de los distintos sitios o actividades turísticas que se encuentran en el municipio de Girardot y la región como insumo determinante para identificar la oferta turística para propios y turistas.

2 Identificar los diferentes tipos de turismo conceptualizados desde diferentes teorías.

4 MARCO TEÓRICO

Es importante para esta investigación las siguientes teorías, a fin de que Girardot y la región conlleven acciones de mejoras en la estructuración de los servicios y productos para la innovación y el auge (crecimiento o desarrollo de este proceso), abarcando las diferentes problemáticas, con planes de acción, realizando capacitaciones a los microempresarios para el mejoramiento del servicio y la actitud frente al turismo, la cual posee una alta oferta en los diferentes sectores de la región. Uno de los factores con mayor falencia en estas regiones es la falta de concientización y el sentido de

pertenencia. Por ende, hay que llevar a cabo un plan de contingencia, permitiendo y mejorando el nivel de vida en comunidades.

De lo anterior, González y Mendieta (2009: 126): “Se puede establecer que un destino competitivo es aquel que satisface la demanda y mantiene un flujo de comunicación y colaboración entre los distintos actores que intervienen en el destino: empresarios locales, población, y gobierno. Esto se logra teniendo en cuenta los principios básicos de sustentabilidad, como beneficio a corto y largo plazo, bajo el control del Estado, coordinando actividades entre estos actores para lograr la calidad en los servicios turísticos de ese destino, tomando como plan de acción base una adecuada preservación de los atractivos, la concientización de la población en el trato al turista, y un adecuado plan de promoción del destino, incluyendo a la capacitación, la comunicación y la innovación como ejes rectores. Esto implica el trabajo conjunto de empresas, comunidad receptora y Estado. El elemento fundamental para la formulación y puesta en marcha de estrategias competitivas deberá ser en primer lugar el diálogo y, en segundo lugar, la promoción de instituciones que incentiven una cultura de la cooperación y el desarrollo institucional como base de la pirámide que da por resultado la mejora de los factores de competitividad”.

Un estudio de Smith y Krannich (1998), las actitudes negativas respecto al turismo en la zona de estudio surgen cuando se limitan ciertas dimensiones emparentadas con la vida de los residentes. El desarrollo turístico en la zona implica impactos negativos sobre los residentes en el sistema de valores, el comportamiento individual, las relaciones familiares, el estilo de vida, las ceremonias tradicionales y la organización de la comunidad, así como pérdida de espacios abiertos, aumento de precios, cambio de valores y prioridades, e interrupción de la estructura social.

“La naturaleza de la demanda” ha sido interpretada “por medio de atributos derivados de la naturaleza, deseos y expectativas del consumidor turístico, del potencial de la demanda y de los padrones de calidad o sofisticación de los segmentos abordados” (Mazaro y Varzin, 2008: 798). El turista, observa el bajo índice de innovación en los diferentes sectores de la región, como muestras culturales y artesanales, parque de diversiones, deportes extremos, entre otros, por tal motivo no encuentran una evocación que lleven presente de la región, ni actividades que esperaban, todo esto produce la insatisfacción e irregularidad en la demanda; esto quiere decir que uno de estos acontecimientos ha hecho de que Girardot sea una ciudad de paso y no realmente turística permanente.

Por otra parte el desarrollo de esta investigación, los núcleos o (Conurbación) que posee Girardot y la región (Flandes, Ricaurte), con el crecimiento urbano genera una transformación en las pequeñas regiones, ciudades o centros urbanos que resultan formándose en un solo rumbo, lo anterior responde que Según Estebanez (1981) y Aguilera (1981), citado por Agudelo²³, esto es lo que

llamaríamos propiamente una conurbación, es decir la aglomeración de varios núcleos de población, expandiéndose desde sus núcleos urbanos presionando la periferia rural de cada subregión colindante hacia modelos más urbanos.

Otras teorías que se debe tener en consideración para la presente investigación y que serán importantes para lograr un acercamiento a la vocación turística de Girardot y la región son las relacionadas con los tipos de turismo y su conceptualización.

Al respecto Palomeque, F. L. (2015) intenta hacer una aproximación de las modalidades y tipos de turismo mencionando en su artículo la conceptualización de turismo hecha por la OMT que considera que “el turismo agrupa al conjunto de actividades de producción y consumo, a las que dan lugar determinados desplazamientos seguidos de una noche, al menos pasada fuera del domicilio habitual, siendo el motivo del viaje el recreo, los negocios, la salud (termalismo, talasoterapia) o la participación en una reunión profesional, deportiva o religiosa”. Otra tipología a la que hace referencia Palomeque es fundamentada en las motivaciones y la actitud y grado de participación del turista, es así que se pueden distinguir entre el turismo activo y pasivo, siendo el turismo pasivo aquel que se asemeja al turismo de masas relacionado con el descanso en espacios de sol y playa y el turismo activo con aquellas modalidades en las que al contrario el turista participa activamente en las actividades, dichas actividades pueden ser culturales, rurales, ecológicas deportivas de aventura negocios y congresos entre otras.

Por último, es indispensable resaltar la distinción entre atractivo y recurso para lograr identificar el inventario turístico de Girardot y la región. Por lo que para esta investigación se tuvo en cuenta la conceptualización y clasificación de los mismos que realiza el ministerio de comercio, industria y turismo de Colombia. En donde se plasman los siguientes conceptos:

- Recurso: factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo.
- Atractivo: Factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos. Estos a su vez se clasifican en:
 - Patrimonio cultural (materiales o inmateriales) - Sitios naturales

De la clasificación anterior se puede decir que la diferencia entre un recurso y un atractivo es que el primero que de acuerdo al ministerio de comercio, industria y turismo los llamados recursos turísticos son la base del desarrollo turístico y, en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino. No obstante, la simple existencia de recursos naturales o culturales no implica que sea posible practicar cierto tipo de actividades y atraer turistas de manera inmediata. En cuanto a los atractivos turísticos es el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir

sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

5 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto de investigación tiene como fin realizar una caracterización de la vocación turística del municipio y su conurbación, encaminado a resolver el tipo de turismo ejercido en la ciudad de Girardot. Por naturaleza es una investigación de carácter cualitativa, que será plasmada en un estudio descriptivo, explicativo y evaluativo basándonos en la interpretación y análisis de la información recolectada a través de las visitas de campo, entrevistas y encuestas realizadas a turistas como residentes de la localidad, con el objetivo de enfatizar la problemática del sector del turismo que según la revisión del estado del arte, existen pocos documentos que realizan una valoración exhaustiva del panorama actual del turismo en Girardot y la Región, para esta investigación se realizaron salidas de campo que tenían como fin, el conocer todos los atractivos y sitios turísticos de Girardot, Ricaurte y Flandes tales como restaurantes, recursos hídricos, tiendas, actividades turísticas, entre otros. Posteriormente terminar con un estudio de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) de tipo explicativo, con el fin de no solo describir el problema si no de narrar las causas de este, haciendo uso de la entrevista a dueños de los atractivos y sitios turísticos con el objetivo de conocer la evolución de la demanda y oferta que tienen estos y su impacto según las temporadas del año. También se acudió a la técnica de la encuesta basada en el modelo dictado por la organización mundial de turismo, con el fin de conocer el nivel de satisfacción de los residentes y turistas sobre el turismo, comprendiendo entre 7 preguntas básicas para los residentes y 12 específicas para los turistas, evaluando las observaciones que tienen en cuanto a seguridad, calidad, precio de los servicios y productos ofertados y las tendencias según las ciudades de origen de los turistas. Por consiguiente, el papel del investigador es de participante-observador, siendo el método del estudio de campo y la técnica utilizada la entrevista y encuesta semiestructurada.

Es de resaltar que la presente Investigación se realizó por medio del siguiente diseño: cada etapa corresponde a una parte de la estructura metodológica de la Investigación (1. revisión de la literatura; 2. Análisis de datos y 3. Reporte de resultados), por lo tanto, para cada parte se planeó una serie de actividades que permitan llegar al cumplimiento del proyecto.

ETAPA 1: Investigación documental Realizar una revisión literaria exhaustiva de datos concernientes al proyecto. Actividades: 1. Diseño y planeación de las técnicas para la recolección de la información. (manual de investigación de sampieri). 2. Recolección de la información que permita

la construcción del estado del arte sobre la vocación turística de Girardot y la Región. 3. Tabulación de información y construcción del artículo.

ETAPA 2: Investigación de campo. Formulación de instrumentos de medición que permitan la recolección de información para la identificación de la vocación turística del municipio de Girardot y la región

Actividades: - Aplicación de herramientas que permitan obtener información. - Análisis de los datos obtenidos. -Contrastación de la información obtenida con las teorías.

6 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación inició con la recolección que permitiera la construcción de un inventario turístico del municipio de Girardot y los municipios con los que se ha generado un proceso de conurbanización – Flandes y Ricaurte -; el inventario se elaboró con la ficha que recomienda el ministerio de comercio industria y turismo de Colombia en donde se destaca el tipo de atractivos turísticos que existen para de esta manera clasificarlos y construir un inventario turístico.

En primer lugar, se encontró que en Girardot ya se había realizado un inventario turístico proporcionado por la Coordinación de turismo de la Alcaldía del municipio que se utilizó como base para complementar la presente investigación, de acuerdo a este inventario Girardot cuenta con los siguientes atractivos y recursos turísticos:

Según el ministerio de cultura (2005), Se define atractivo turístico como el conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales, aquellos que se encuentran en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades. Dichos bienes y manifestaciones se constituyen en valores que conforman sentidos y lazos de permanencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano. Así mismo, se clasifican en patrimonio material, inmaterial, festividades y eventos y grupos especiales de interés.

En ese sentido en Girardot se cuentan con patrimonio cultural material inmueble clasificado de la siguiente manera en las tabla 1 y 2.

Tabla 1. Patrimonio cultural material Inmueble – Grupo Arquitectonico- Girardot

Patrimonio cultural material inmueble Grupo arquitectónico	
Arquitectura Habitacional	Condominio el Peñon, hotel Unión, Hotel Tocarema, hotel Bachué, entre otros edificados y condominios habitacionales.
Arquitectura Religiosa	Catedral inmaculado Corazón de Maria, Iglesia san Miguel Arcángel, Seminario Mayor La Inmaculada Concepción, Parroquia Cristo resucitado, Parroquia san pablo Apóstol, Capilla la Ermita Nuestra Señora del Camino, Parroquia Nuestra Señora de la Anunciación, Parroquia Nuestra Señora del perpetuo Socorro, Parroquia Espíritu Santo.
Arquitectura institucional	Camellón del comercio, Biblioteca Banco de la República, Puente ferreo, Punete Ospina Perez, , Casa de Jefes de Estación, Coliseo de ferias José Alonso Escandón, Estación del Ferrocarril- Casa de la Cultura, Banco Davivienda, Colegio Americano, Colegio la presentación, Mega colegio Francisco Manzanera Henríquez, Coliseo Cubierto Martha Catalina Daniels, Estadio Luis Alberto Duque Peña, Patinodromo Carlos Lleras Restrepo, entre otros

Fuente: propia

Tabla 2. Patrimonio cultural material Inmueble – Grupo Urbano o Rural-Girardot

Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano o Rural	
Sector Urbano o rural de interés	El Arbolito
Elementos del espacio público	Plaza de Mercado San Miguel, Parque Simón Bolívar,

Fuente: propia

Así mismo cuenta con atractivos clasificados en el tipo patrimonio cultural mueble como se muestran en la tabla 3.

Tabla 3. Patrimonio cultural material Mueble-Girardot

Patrimonio Cultural Material Mueble	
Obras en espacio público	Monumento al León, Busto al fundador Ramón Bueno, Estatua el Boga, Monumento Danza Bajo El Sol, Monumento Atanasio Girardot, Monumento a Jorge Eliecer Gaitán, Monumento Simón Bolívar, Monumento al Fundador José Triana, Monumento a la Flor del Acacio, Monumento a la Locomotora, Monumento al cineasta.

Fuente: propia

Igualmente, como se mencionó anteriormente dentro del patrimonio cultural de una comunidad también se cuentan patrimonios culturales inmateriales cuya definición según el ministerio Ministerio de comercio, industria y turismo (2010), Comprende las tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales y actos festivos, el conocimiento y prácticas sobre la

naturaleza y el universo; y expresiones artísticas, entre otras, que continuamente se están recreando en la sociedad y reproduciendo generacionalmente. Estas manifestaciones pueden agruparse bajo la denominación de folklore (entendido como la sabiduría del pueblo) y deben ajustarse a ciertas características, como lo son: la colectividad, tradición, anonimato, espontaneidad y popularidad. Siendo así, de acuerdo al reconocimiento del inventario turístico de Girardot se puede decir que como tal no se reconoce este tipo de patrimonio en el municipio ya que dentro de algunos ejemplos de este tipo de patrimonio estaría la gastronomía y saberes culinarios y en el municipio de Girardot no existe un plato o alimento que identifique la cultura del mismo, así mismo puede decirse que en sí no existen costumbres folclóricas que denoten una identidad de la comunidad Girardoteña.

En cambio si se encuentran en el municipio atractivos inmateriales como las festividades y eventos con contenido tradicional en los cuales la comunidad es actora o espectadora entre estos se pudieron hallar los datos plasmados en la tabla 4.

Tabla 4. Festividades y eventos-Girardot

Festividades, eventos- Ferias y exposiciones	
Festividades	Reinado Nacional Del Turismo, Reinado Señorita Girardot, Cumpleaños de Girardot.
Eventos	Carrera atletica internacional "Ciudad de Girardot", Clasica Ciclistica ciudad de Girardot.
Ferías	Feria Artesanal

Fuente: propia

Sin embargo, este tipo de festividades no demuestran una identidad cultural de la región que le entregue un mayor atractivo y que por ende genere mayor número de visitantes al convertirse además de una situación festiva en un evento cultural.

Finalmente, dentro de la clasificación que nos presenta el ministerio de comercio industria y turismo están los sitios naturales, para el caso del municipio de Girardot se encontró:

Tabla 5. Sitios Naturales-Girardot

Sitios Naturales
Embarcadero rio Magdalena

Fuente: propia

En la tabla 6 además se resaltan atractivos que pueden no estar dentro de la clasificación del ministerio pero que en el municipio se encuentran se han convertido en sitios emblemáticos del municipio.

Tabla 6. Otros atractivos-Girardot

Otros atractivos	
La barca del capitán Rozo, Keops Discoteca Bar, El caseron, Helados Éxito, Pizza Roma entre otros.	

Fuente: propia

De manera análoga también se realizó reconocimiento de los inventarios turísticos de los municipios de Flandes Ricaurte por ser parte junto con Girardot de un proceso de conurbanización, de lo cual se presentaron los siguientes hallazgos:

Tabla 7. Patrimonio cultural material Inmueble – Grupo Arquitectonico- Flandes

Patrimonio cultural material inmueble	
Arquitectura Habitacional	Condominio Alejandria, Condominio Pakistan, Condomnio los Mangos entre otros.
Arquitectura Religiosa	Parroquia Divino Niño Jesús de Flandes, Parroquia Nuestra Señora De Fatima "Catolica", Iglesia Wesleyana Catedral Rey de reyes, Iglesia de Dios Ministerial de Jesucristo Internacional, Iglesia Manantial De Luz,
Arquitectura institucional	Aeropuerto Santiago Vila Flandes, Puente férreo, Estación de policía, Colegio Departamental Flandes, Institucion Educativa Manuela Omaña, Institución Educativa La Paz, Biblioteca Pública Municipal de Flandes, Club Liceo Los Ángeles, Centro comercial Alejandria, Banco de Bogota, Fabrica De Achiras, Minas y gravas del magdalena, Triturados Del Tolima Ltda.

Fuente: propia

Tabla 8. Patrimonio cultural material Inmueble – Grupo Urbano o Rural-Flandes

Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano o Rural	
Sector Urbano o rural de interés	Vereda el encanto a aeropuerto
Elementos del espacio público	Parque Banderas, Parque la Victoria, Parque del Aviòn, Parque El Pescador, Parque Santander, Parque Orquideas 1, Parque La Virgen, Parque La Lechuza.

Fuente: propia

Tabla 9. Patrimonio cultural material Mueble-Flandes

Patrimonio Cultural Material Mueble	
Obras en espacio público	Monumento al Pescador

Fuente: propia

Tabla 10. Sitios Naturales-Flandes

Sitios Naturales	
Los Chorros	

Fuente: propia

Tabla 11. Patrimonio cultural material Inmueble – Grupo Arquitectonico- Ricaurte

Patrimonio cultural material inmueble	
Arquitectura Habitacional	Condominio portal de Peñalisa, Condominio José Maria Cordoba, Condominio Alto Magdalena, Condominio Club Peñalisa, Condominio Cabo verde, Condominio Santa Ana, Condominio Santa Mónica, entre otros
Arquitectura Religiosa	Iglesia antigua o campanario, Parroquia Inmaculada Concepción, Iglesia cristiana Manantial vida eterna, Santuario parroquial nuestra señora de Guadalupe.
Arquitectura institucional	Centro comercial Peñalissa Mall, Centro comercial central Plaza, Ladrillera Icasali, Camino Real frente - Alcaldía municipal de Ricaurte, Registraduria municipal, Secretaria de movilidad, Estación de Policía de Ricaurte, Colegio departamental Antonio Ricaurte, Coliseo Municipal de Ricaurte.

Fuente: propia

Tabla 12. Patrimonio cultural material Inmueble – Grupo Urbano o Rural-Ricaurte

Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano o Rural	
Sector Urbano o rural de interés	Isla del sol - Río Magdalena
Elementos del espacio público	Parque Biosaludable, camino real, Parque dos.

Fuente: propia

Tabla 13. Patrimonio cultural material Mueble-Ricaurte

Patrimonio Cultural Material Mueble	
Obras en espacio público	Estatua del Quijote de la mancha, Fuente Alameda

Fuente: propia

Tabla 14. Sitios Naturales-Ricaurte

Sitios Naturales
Embarcadero Río Magdalena

Fuente: propia

Es de resaltar que en el municipio de Ricaurte al igual que en Girardot existen algunos atractivos que tampoco podrían ser clasificados precisamente en la metodología del ministerio pero que hacen parte de los atractivos que hoy en día se están explotados por propios y visitantes de la región, los cuales se encuentran relacionados en la tabla 15.

Tabla 15. Otros atractivos-Ricaurte

Otros atractivos
Parque de los avestruces, restaurante la maloka, restaurante Búfalos y restaurante Pizza al Paso, entre otros.

Fuente: propia

Con el fin de profundizar la vocación turística del municipio e identificar específicamente el tipo de turismo presentado en la ciudad de Girardot y la Región, se llevó a cabo además del reconocimiento del inventario turístico de Girardot y la región, la aplicación de 315 encuestas a residentes y turistas que la visitan, de las cuales 200 encuestas fueron realizadas a los residentes de la localidad de Girardot y las restantes 115 encuestas a aquellos turistas que visitan a la Región (Flandes, Ricaurte, Girardot) especialmente en fines de semana, fiestas municipales y en días festivos. Estas fueron desarrolladas desde el primer día del mes de agosto hasta la primera quincena del mes de noviembre del año 2018.

7 ENCUESTAS RESIDENTES

De las 200 encuestas aplicadas en la ciudad de Girardot, el 57,5 % (114) fueron mujeres entre los 17 y 60 años con una edad promedio de 28 años de edad y el 42,5 % (86) restante son hombres que oscilan entre los 17 y 72 años con un promedio de edad de 30.

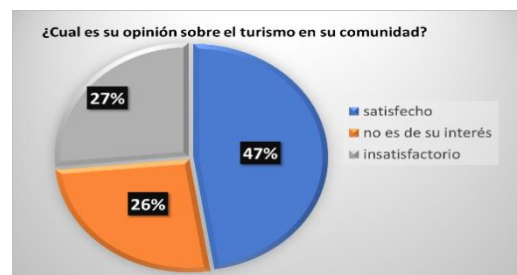
En general, el promedio de edad de los residentes encuestados fue de 29 años, logrando deducir que: por un lado, el 74,5 % (149) del total de las personas encuestadas piensan que el turismo es beneficioso para la ciudad, de las cuales el 52,3 % (78) de ese porcentaje creen que el turismo además de ser útil les beneficia de forma directa a ellos, ya sea por la demanda de productos en sus negocios o por los empleos generados a partir del mismo.

Por otro lado, el 7,5 % (15) de la muestra opina que el turismo no es beneficioso para la ciudad y el 93,33 % de este porcentaje cree que no les beneficia en absoluto la llegada de turistas a la ciudad. No obstante, el 18 % (36) de la población se mantiene neutral, suponiendo que desconocen del tema o no les interesa, sin embargo, el 19,44 % de las personas que se mantienen neutrales ante el turismo en la ciudad opinan que este les beneficia de forma directa, el 50 % se mantiene neutral y al 30,55 % restante no les favorece de ninguna forma.

Así mismo, se logra deducir que del 74,5 % de las personas que piensan que el turismo es beneficioso para la ciudad, el 16,1 % piensa que este aumenta la tasa de delincuencia, disminuye las normas morales, perturba el desarrollo de las actividades locales y daña el medio ambiente, no obstante, el 4 % no están de acuerdo con esta percepción y el 5,3 % se mantiene neutral.

Por otra parte, se estima que en general de los 200 encuestados el 47,5 % (95 personas) se encuentran satisfechas con el turismo que se genera en Girardot, mientras que el 26,5 % (53 personas) están insatisfechos, opinando que el turismo en su Ciudad no existe desde hace un par de años, que calidad y utilidad del mismo han desmejorado con el tiempo y que en la actualidad solo existen desordenes disfrazados de fiestas, mientras que el restante 26 % (52) no les interesa, argumentando que este no les beneficia ni afecta.

Figura 1. Opinión frente al turismo residentes



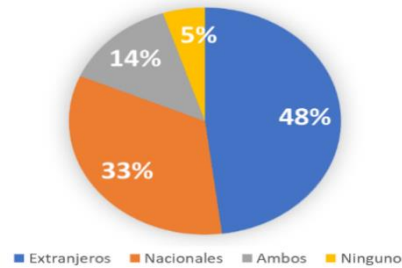
Fuente: Analisis de resultados (propia)

El 48% (96 personas) del total de residentes encuestados opinan que es mejor la visita de turistas extranjeros que de los nacionales, ya generan más ingresos y por ende más inversión local, traen más dinero (divisas, entre esas dólares), no piden rebaja, pagan mejor y compran más ya que todo le parece curioso, tienen más cultura, educación, principios, son más limpios y organizados, cuidan mejor lo ajeno, dan buenas propinas, valoran más el trabajo y entre esos la artesanía, dan a conocer el turismo nacional al exterior, nos permiten conocer su cultura realizando un intercambio cultural, aportando al desarrollo de la ciudad, promoviendo las festividades, siendo el motivo económico el principal de su elección, ya que la mayoría de personas que opinó que era mejor la visita de los extranjeros lo hizo porque estos “traían consigo más poder adquisitivo” Por otro lado el 33,5 % (67 personas) opinaron que prefieren la visita de los turistas nacionales ya que estos son fáciles de atraer, apoyan el turismo y la industria nacional, ayudan a cuidar más la ciudad, teniendo sentido de pertenencia, hay más confianza ya que se facilita el lenguaje y las costumbres, saben cómo desplazarse y retornan con más frecuencia siendo esta última la más opinada, sin embargo piensan que la llegada del turista extranjero no es buena ya que tienen otras culturas que a veces no son bien asumidas, no visitan cotidianamente la región, no preservan los recursos, son muy pocos los que vienen y por ende no hay incentivos o sitios atractivos para estos. El 13,5 % (27 personas) consideran que los dos son necesarios, ya que la economía de la ciudad se fortalece con la visita de los dos tipos de turistas (extranjeros y nacionales) generando más recursos económicos y culturales, contribuyendo

al comercio, proporcionando más reconocimiento para la ciudad. No obstante, el 5 % (10 personas) de los residentes piensan que no es conveniente que los turistas de ningún tipo nos visiten ya que estos generan más inseguridad, aumentando la demanda de prostitución y drogas.

Figura 2. Preferencias de turistas

¿Considera usted que es mejor la visita de turistas?

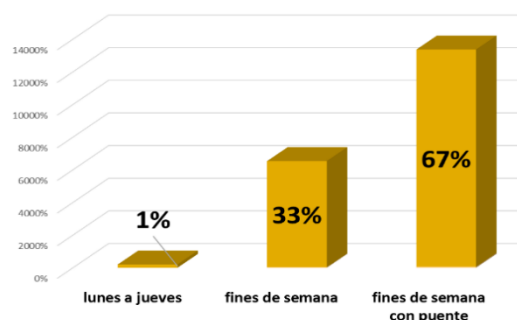


Fuente: Analisis de resultados (propia)

De acuerdo a los datos arrojados en el estudio, los residentes consideran que los días en que más presencia de turistas hay en la ciudad son los fines de semana con puente festivo con un total de 66,5% (133), sin embargo, el 32,5% (65) de la población opinan que hay una presencia notoria de estos, los fines de semana normales (viernes a domingo) y un pequeño porcentaje opina que se evidencia presencia de turistas de lunes a jueves con 1 % (2).

Figura 3. Días de la semana con mayor afluencia.

¿Que días de la semana considera usted que Girardot y la Región es mas visitado por los turistas?



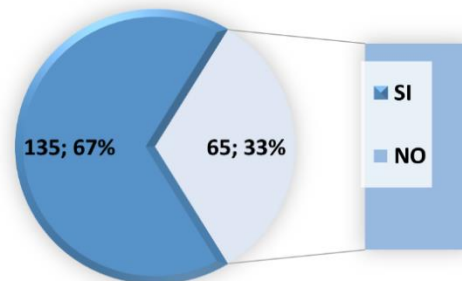
Fuente: Analisis de resultados (propia)

Esta pregunta se realizó de forma abierta, en la cual se preguntaba acerca del conocimiento del encuestado sobre los sitios turísticos de la ciudad, con el objetivo de conocer cuales lugares de Girardot cataloga este como turísticos. Se observa que el 67,5 % de los Girardoteños encuestados reconocen e identifican fácilmente los sitios turísticos de la ciudad, identificando consigo la mayoría de los atractivos emblemáticos de Girardot y otros que aunque no han sido catalogados como

atractivos turísticos su presencia y reconocimiento en la ciudad ha sido notoria a tal punto de convertirse en símbolos del municipio, sin embargo de las 135 personas que conforman ese 67,5 % hubo 7 personas que declararon a Comfenalco y piscilago como sitios turísticos de Girardot, cuando estos son pertenecientes a los municipios de Nilo y melgar. Se pudo observar que uno de las atractivos más reconocidos en Girardot y de mayor nombramiento por las personas encuestadas fue el embarcadero turístico con la barca del capitán rozo con 70 votos, el ferrocarril o locomotora con 22, el parque simón bolívar con 21, Unicentro con 19, el mirador con 19 (el del alto y altos del peñón), el parque de olas con 16, la plaza y el arbolito con 15 y el puente férreo con 12 no obstante, se hallaron respuestas de lugares o atracciones comerciales inusuales y que no se categorizan como atractivo o recurso turístico como: Piscinas, Museo aquí toy, Gusanito, la carrilera Sin embargo, el 32,5 % (65 personas) del total de la población encuestada respondió que desconocía de los sitios turísticos de la ciudad y posteriormente se cuestionaban si en realidad estos existen, afirmando que la ciudad de Girardot no dispone de ninguno y si llegase a tener, se encuentran en mal estado y no son muestras representativas de la Ciudad.

Figura 4. Sitios turísticos de Girardot

¿Conoce los sitios turísticos con los que cuenta Girardot y la Región?



Fuente: Analisis de resultados (propia)

Los habitantes de la ciudad y en general de la Región consideran que el principal motivo por los cuales los turistas no vienen a pasar sus vacaciones en el municipio es el alto grado de inseguridad que se ha presentado en los últimos años en Girardot y la conurbación (Ricaurte y Flandes), seguido de la falta de innovación en los diferentes sectores de la región y finalizando por los motivos financieros, además de manifestar que gran parte de los turistas no vienen por: desorganización por parte de los residentes, calor excesivo, prohibición de rumbas, disminución de la prostitución, altos costos de hospedaje, infraestructura y malla vial, no existen centros atractivos para estar en familia y disfrutar con los más pequeños, trancones en la entrada de Girardot, vandalismo y desorden por parte de la alcaldía, mala atención y servicio al turista, Solo viajan en temporadas o días de descanso por

trabajo o estudio, delincuencia, falta de promoción y guías que conozcan de la ciudad, falta de cultura por qué no existen actividades lúdicas y recreativas para realizar.

8 ENCUESTAS TURISTAS

Con el fin de determinar las características específicas del turista y del tipo de turismo ejercido en la ciudad, se llevó acabo la realización de 115 encuestas en Girardot y la región (Ricaurte y Flandes) en la cual se encontró una mayor participación del género femenino con un 66,96% (77 mujeres), con una categoría de edades entre los 17 y 55 años, con una edad promedio de 25 años, por otro lado el 33,04 % (38 hombres) restante fue del género masculino con un rango de edades de 18 a 64 años con una edad promedio de 26 años.

Es importante analizar los distintos tipos de variables que determinan la cantidad de tiempo que el turista pasa en la Ciudad de Girardot, nombre y cantidad de municipios aledaños que esta visita, el tipo de turismo que este ejerce, duración de estadía, hospedaje, sitios de preferencia, lugares que no visita y sus razones, entre otras. Por un lado, se halló que la mayor cantidad de tiempo que pasa el turista en la Ciudad es de 1 día con un 67 % y la mayor parte de estos provienen de la ciudad de Melgar, seguido de Nilo, Viota y Espinal y una pequeña minoría de municipios que no superan las dos horas de distancia en tiempo. Por otro lado, la mayor parte de turistas provenientes de la ciudad de Bogotá tienen la permanencia más alta con un promedio de 7 días en la región, no obstante, el 13 % de las demás ciudades como La mesa, Ibagué, Melgar, Espinal, entre otros vienen por dos días, y de tres a ciento veinte días de la ciudad de Bogotá con un margen del 20%.

Por otra parte el número de personas que viajan y que estuvieron por última vez, muestra que los fines de semana las personas llegan solas pero con un alto porcentaje de continuidad en Girardot y la región con el 34,21% siendo este el más alto, así mismo con un 3,51% que vienen todos los días (Lunes a Domingo), vienen solas y acompañadas, también 3,51% asisten solas a las festividades de la región para el mes de octubre, en el mes de fiestas decembrinas los turistas llegan con (2) personas acompañadas con el 3,51%, igualmente el mes de mayo los turistas entran a la región solas con el 3,51%, conjuntamente para el mes de septiembre (3) personas visitan la región con el 2,63%, en cambio para el mes de junio que son las vacaciones para mitad de año en su grupo de viaje llegan hasta (3) personas con el 1,75%, continuando al mes de noviembre con un 1,75% concurrido por (6) personas, para el mes de enero llega el 1,75% con (2) personas, en el mes de abril el promedio de personas que llegan es de (2) con un 0,88%, y ya para el 2016 con el 0,88% viene una sola persona. Los motivos de su estadía fue otro con el 55% ya que la mayoría son estudiantes y manifestaron que su visita a la región eran por sus estudios universitarios como, pregrados, postgrados, entre otros, esta encuesta fue realizada a los estudiantes de Uniminuto, y el Sena, también destacaron que visitaban la

región por salir con sus amigos con un 35%, por otro lado declararon un 25% por medio de la encuesta que llegaban a visitar a los familiares, otra de las cosas que venían hacer era tener una escapa romántica con sus parejas, saliendo así de su mundo cotidiano con el 24%, también se observó que 19% visitan la región por viaje turístico con sus familiares, por otra parte el 18% de las personas ostentaron que su visita es de interés cultural, el 14% estuvo en Girardot por motivos de negocios, otra de las visitas con gran interés son por los festivales del municipio en la cual se encuentra con un 13%, también visitan la región por interés religioso con un 10%.

Por otra parte, dieron a conocer que el 29% que se hospedaban en casa propia, y con el 18% en un hotel, también 17% en casa finca asimismo con el 16% en casa arrendada esto quiere decir que la población turística, prefiere hospedarse en lugares, como condominios, conjuntos que sean arrendados y más económicos, para casa familiar con el 13% y otros de esas personas vienen por estadía.

La mayoría de los turistas que fueron encuestados el 86% afirman que volverían a Girardot y la región, y se quedarían por 1 a 2 días con un porcentaje de 54% y el 15% retornaría de 3 a 6 días, del mismo modo estas personas respondieron que durarían de 1 a 3 semanas con el 6,9% y por un mes el 8,6% se quedaría la próxima vez, otros turistas respondieron que otro, de esta (2) de ellos quisieran quedarse 4 años y (1) de ellos a vivir.

De igual forma las encuestas enseña que la mayoría de lugares que no volverían a visitar sería por ser peligroso o de estar ubicado en un sector inseguro ya que este tiene el mayor porcentaje que es de 51% , algunos de los sitios mencionados fueron: el embarcadero, la carrilera, el puente férreo, al centro, Flandes, barrio Gólgota, barrio portachuelo, entre otros; también fue evidenciado que la mayoría de turistas no volverían algunos lugares por un mal servicio prestado, por ser costoso y de mala calidad, con el 30,1% e indicaron que algunos de los lugares donde encontraban este tipo de inconvenientes son restaurantes como la chuletería, Unicentro, restaurante arroz paisa y parque de las olas. También afirmaron algunos de los encuestados que en algunos lugares no atienden adecuadamente a los clientes, y que en algunos hoteles se encontraban las habitaciones en mal estado y que la mayoría de los sitios turísticos se encontraban deteriorados.

Con los datos recolectados a través de las encuestas y los inventarios turísticos se pueden hacer un acercamiento a la vocación turística de Girardot y la región tomando en cuenta la metodología del ministerio de comercio, industria y turismo de Colombia Girardot y la región cuenta con un número determinado de recursos pero que se hace necesario el trabajo de la comunidad y los entes gubernamentales para lograr convertirlos en verdaderos atractivos turísticos que impulsen este sector que en los último años se ha convertido en una de las principales fuentes de sustento de los lugareños tal es así que más de la mitad de los residentes encuestados afirman que el turismo es

beneficioso para Girardot y la región y que los beneficia directamente, sin embargo también manifiestan que el turismo ha traído consigo el aumento de la delincuencia, es allí en donde cabe preguntarse si los entes encargados de la seguridad tienen establecidos esquemas de seguridad para los días o temporadas en las que más visitantes se presentan.

También los resultados específicamente de los turistas muestran el tipo de turismo que se presenta en la región, pues a pesar de que no existen atractivos turísticos muy llamativos en el caso del turismo de sol y playa si se puede decir que el turismo residencial es un tipo de turismo que se presenta en estos municipios ya que los turistas toman la decisión de viajar porque encuentran posibilidades de estudio o un espacio para alejarse del caos de sus ciudades de origen en lugares como condominios y conjuntos residenciales, por tanto además de un turismo residencial el turismo de esta región se acerca a la conceptualización del turismo pasivo en donde los turistas disfrutan del clima cálido que caracteriza a esta región y las piscinas o ríos que se encuentran.

9 CONCLUSIONES

Finalmente se logra deducir que el tipo de turismo y oferta turística que ofrece la ciudad de Girardot y la región a sus visitantes es un turismo de ocio, en el cual, en su mayoría los turistas vienen a descansar y salir de la rutina que ocasiona su ciudad de origen, es por esto por lo que los sitios más recurrentes son las casas con piscina, discotecas o bares y locales comerciales tales como centros comerciales, tiendas de comida, cinemas, etc. Como también su época preferida para viajar son fines de semana feriados y temporadas de vacaciones.

De acuerdo a la conceptualización de turismo de la OMT en Girardot y la región se puede determinar con esta investigación que el tipo de turismo que se le ofrece a los turistas es un turismo pasivo, es decir aquel se asemeja al turismo de masas relacionado con el descanso en espacios de sol y playa, para el caso de Girardot y la región el descanso en conjuntos residenciales a diferencia del turismo activo en donde el turista participa activamente en las actividades, dichas actividades pueden ser culturales, rurales, ecológicas deportivas de aventura negocios y congresos entre otras.

Por otro lado, se logra identificar la oferta turística que ofrece la localidad, logrando determinar que aunque a la ciudad le falten atractivos o recursos turísticos para ser denominada oficialmente un punto turístico, esta tiene un gran potencial frente al sector turismo gracias a las manifestaciones culturales y festividades que se realizan en ella, además que al ser capital de la región del Alto Magdalena se torna como principal centro de desarrollo, lo que ocasiona que la mayoría de sus visitantes sean del sector educativo. Esto se debe a que Girardot cuenta con 4 reconocidas universidades además de un centro para la educación técnica y tecnológica que es el SENA.

Para concluir, la oferta turística que se ofrece a los sus sectores más cercanos, es un mercado de educación y vivienda con fines recreacionales, donde además de descanso el turista puede disfrutar de un ambiente festivo, debido a las manifestaciones culturales que se celebran en la Ciudad.

10 RECOMENDACIONES

En primera instancia, se recomienda a la alcaldía de Girardot, Flandes y Ricaurte, específicamente a las secretarías de Turismo de las ciudades, la promulgación de los inventarios turísticos con el fin de que la población conozca los atractivos y recursos turísticos con los que cuenta además de emprender campañas de concientización y sentido de pertenencia para los habitantes y residentes nativos de la ciudad, como también campañas de promoción del turismo expresadas en folletos que contengan un mapa de la ciudad y en definitiva toda la información necesaria para los turistas.

Por otro lado, una de las falencias encontradas en la investigación es la mala atención al cliente que se brinda en la mayoría de los negocios comerciales de la localidad, por ende, se recomienda a la alcaldía de la ciudad, la oferta gratuita de cursos y preparaciones especiales a microempresarios (tiendas de barrio, negocios de comida, ropa, calzado y demás) para temporadas altas e importantes del año como la semana de octubre, la temporada decembrina y vacaciones de verano. A su vez se propone, idear métodos de vías alternas para el transporte en las rutas (Ricaurte- Girardot- Flandes), intensificando la presencia de agentes de tránsito con el fin de regular la movilidad por estas vías. Para finalizar, la última recomendación que se realiza es entorno a uno de los problemas más grandes y percibidos por parte de los turistas “la inseguridad” y el orden en eventos de la ciudad, por lo que se sugiere tener mayor presencia policial en las principales calles de la localidad y la creación de cultura frente al manejo de basuras. No obstante, también se hace un llamado para que la autoridad promueva el orden en los principales eventos de la ciudad con el fin de brindar un espacio de tranquilidad y respeto a la población que no es participe de estas festividades.

REFERENCIAS

- Alvarez, j. Ramirez o & Rodriguez R (s.f). Desarrollo del turismo en la ciudad de Girardot. (tesis de grado). Universidad libre. Bogotá.
- Estebanez, F. (1981). Paciano. Teoría de la educación. México: Trillas.
- González, R. C.; Mendieta, M. D. (2009) “Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos”. Cuadernos de Turismo 23: 111-128

Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). Metodología de la investigación. México. D.F: Mc Graw-Hill/ Interamericana editores S.A.

Palomeque, F. L. (2015). Modalidades turísticas y tipológicas de espacios turísticos. Papers de Turisme, (11), 49-64

Smith, M. & Krannich, R. (1998) "Tourism dependence and resident attitudes". Annals of Tourism Research 25(4): 783-802