



# PLAN SECTORIAL DE TURISMO

## HUILA, UN PARAÍSO POR DESCUBRIR

### 2021-2033



Gobernación del Huila



Secretaría de Cultura y  
Turismo del Huila



# CONTENIDO

## 2. PRESENTACIÓN

## 3 INTRODUCCIÓN

## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

4.1 Marco Legal	5
4.2 Aspectos Institucionales del Turismo en el Huila	6
4.3 Articulación a Las Herramientas de Planeación Turística	7
4.4 Políticas Públicas del Turismo	7
4.5 Normatividad Turística	7
4.6 Marco Institucional del Plan Departamental Sectorial de Turismo 2019 - 2032	8
4.7 Misión Institucional del Departamento del Huila para la implementación del Plan Departamental Sectorial de Turismo	8
4.8 Visión 2032	9
4.9 Objetivos del Plan Departamental Sectorial de Turismo	13
4.10 Objetivo General	18
4.11 Objetivos Específicos	18

## 5. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

5.1 Aspectos Geográficos	18
5.2 División Político Administrativa	18
5.3 Población	18
5.4 Económicos	18
5.5 Culturales	19

## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

6.1 Accesibilidad Vial	19
6.2 Transporte	19
6.2.1 Transporte Terrestre	21
6.2.2 Transporte Aéreo	22
6.2.3 Transporte Fluvial	22
6.3 Señalización Turística	23
6.4 Educación	26
6.5 Salud	27
6.6 Seguridad	30
6.7 Organismos de Socorro	33
6.8 Servicios Públicos	33



**CONTENIDO****7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA**

- 7.1 Autoridades del Turismo en los Municipios
- 7.2 Planes Municipales Sectoriales de Turismo
- 7.3 Actores del Turismo en el Departamento del Huila
- 7.3.1 Entidades Públicas
- 7.3.2 Gremios
- 7.3.3 Academia
- 7.4 Proyectos Estratégicos para el Desarrollo Turístico del Huila

**PAG.**

49  
49  
50  
51  
51  
55  
56  
58

**8. MARKETING TURÍSTICO**

- 8.1 La Oferta
- 8.1.1 Recursos Turísticos
- 8.1.2 Atractivos Turísticos
- 8.1.3 Productos Turísticos del Huila
- 8.1.4 Aviturismo en el Huila
- 8.1.4 Prestadores de Servicios Turísticos
- 8.1.5 Oferta Transversal de Alimentos y Artesanías
- 8.2 Marca Huila
- 8.3 La Demanda
- 8.3.1 Demanda Actual
- 8.3.2 Demanda potencial
- 8.3.3 Perfil de los mercados para los productos turísticos Huila
- 8.3.4 La comercialización en los mercados emisores
- 8.3.5 La operación del receptivo Huila
- 8.3.6 Operación a través de redes sociales
- 8.3.7 Presencia del destino Huila en las Guías de Turismo

64  
64  
77  
77  
79  
80  
85  
87  
114  
114  
114  
118  
126  
128  
128  
130  
131

**9. INFRAESTRUCTURA, CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD PARA EL TURISMO**

- 9.1 Infraestructura Terrestre, Aérea y Fluvial al Servicio Del Turismo
- 9.2 Conectividad Digital para el Turismo
- 9.2 Infraestructura y Equipamiento de Soporte para la Actividad Turística

133  
135  
138  
139

## CONTENIDO

### 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

- 10.1 Innovación
- 10.1.1 Programa 1: Innovación y Gestión del Destino Huila
- 10.2 Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente
- 10.2.1 Programa 1: Destino Huila: Ordenado y Sostenible Para El Turismo
- 10.3 Formación del Talento Humano
- 10.3.1 Profesionalización del Turismo Huilense
- 10.3.2 Cualificación de los Prestadores de Servicios Turísticos.
- 10.4 Gobernanza
- 10.5 Desarrollo Empresarial
- 10.6 Comercialización y Promoción
- 10.6.1 Programa Mercadeo y Promoción Del Destino Huila

### 11 ANÁLISIS DOFA

### 12. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO

## PAG.

140

140

140

143

144

148

148

154

156

162

167

167

170

176

## 2. PRESENTACIÓN

En la medida que la humanidad avanza en la aplicación de nuevas herramientas administrativas y tecnológicas que facilitan las comunicaciones y optimizan la productividad, la industria del ocio coloniza al hombre contemporáneo con mayor tiempo libre para el disfrute de las actividades propias del turismo alternativo. En este sentido, la Organización Mundial del Turismo en el documento Barómetro 2030 proyecta el movimiento de 1.600 millones de turistas por el mundo. Turistas que buscan confortabilidad, seguridad para la práctica de actividades de contacto con la naturaleza y el intercambio con la cultura local.

El Huila, consciente de esta oportunidad ha creado su imagen de marca "Huila un Paraíso por Descubrir" con el propósito de atraer la llegada anual de 2.2 millones de turistas que estén dispuestos a generar una pernoctación en el departamento del Huila durante tres días y unos gastos diarios que en promedio oscilen entre los \$150.000 y los \$250.000 por turista.

Para cumplir con esta ambiciosa meta, la Administración Departamental trabaja en la construcción de herramientas de planeación turística, como el Plan sectorial y el diseño del producto turístico, el fortalecimiento en los eslabones de la cadena de valor del turismo, a través, de la formación de la cultura turística, la certificación en calidad y sostenibilidad de los prestadores de servicios turísticos y en campañas de comercialización y promoción turística, entre otras. Estas herramientas y acciones permitirán invitar al mundo a disfrutar de maravillosos escenarios naturales como el Macizo Colombiano o el Desierto de La Tatacoa, catalogado como el mejor escenario para la práctica del astroturismo; también a los Parques Nacionales Naturales de Guacharos, Puracé y Nevado del Huila, las variadas zonas cafeteras, así como la oportunidad practicar termalismo y desarrollar deportes náuticos en los ríos Magdalena o Páez, y los embalses de Betania y El Quimbo, entre otras experiencias, en la extensa geografía del departamento.

Por otra parte, en el turismo cultural y de patrimonio, sobresale el turismo arqueológico en los Parques Arqueológicos de San Agustín, Alto de Los Ídolos y Alto de Las Piedras, declarados Patrimonio de la Humanidad por la Unesco y donde se refleja el pensamiento mito poético de la cultura agustiniana que plasmó en lítica la relación del hombre con el cosmos, la naturaleza y la cultura.

Sumado a esto, una de las más importantes actividades culturales que atrae la atención del público local, turistas nacionales e internacionales es sin lugar a dudas el jolgorio del Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco que anualmente presenta las manifestaciones culturales y folclóricas que definen la identidad de este territorio y en una relación especial con los santuarios religiosos.

**LUIS ENRIQUE DUSSÁN LÓPEZ**  
GOBERNADOR

**DANIEL LEONARDO SANZ PERDOMO**  
SECRETARIO DE CULTURA Y TURISMO DEL HUILA

**LUZ STELLA CÁRDENAS CALDERÓN**  
COORDINADORA DE TURISMO DEL HUILA

**EQUIPO TÉCNICO** que aportó su conocimiento al desarrollo turístico del Departamento del Huila a través de la construcción de este documento de Planeación Turística.

LUZ STELLA CÁRDENAS CALDERÓN  
JULIAN ANDRÉS BOLAÑOS URIBE  
NATALI ACOSTA FARFÁN  
WILLIAM GERLEY PINILLA RÍOS  
ALBEIRO CASTRO YÉPEZ

**DIAGRAMACIÓN**  
ANDRES PARRA MONTEALGRE  
MARIA JOSE GARRIDO TRUJILLO

2021

### 3. INTRODUCCIÓN

El departamento del Huila se encuentra en la construcción del Plan de Desarrollo "HUILA CREECE" 2020 - 2032, en el cual se adoptará este Plan Sectorial de Turismo "HUILA UN PARAISO POR DESCUBRIR" 2020 - 2032, con el fin de tener un instrumento de Planificación Turística, el cual será actualizado cada cuatro años con el fin de tener un horizonte prospectivo a 10 años. Este plan contiene tres documentos: Diagnóstico Turístico del Huila, Plan Departamental Sectorial de Turismo y Gestión del Plan.

Como herramienta metodológica se acordó utilizar el denominado "Plan Turístico Convencional", elaborado por el MINCIT y promulgado a través del documento "Asistencia Técnica en Planificación Turística"; como se trata de una actualización, el equipo técnico dispone para el cumplimiento de su tarea de dos documentos técnicos patrocinados por FONTUR: Plan Departamental Sectorial de Turismo elaborado por la Universidad de CAFAM en el año 2012 con horizonte al 2015 y el Diseño del Producto Turístico del Huila 2017 construido por la consultora INMARK, documentos que contienen información actualizada. Para efectos de la validación, se procederá de la siguiente manera: El equipo técnico actualizará el documento diagnóstico y luego mediante mesas de trabajo con entidades, instituciones y gremios de prestadores de servicios turísticos se revisará y se construirán las necesidades y requerimientos para cada uno de los cinco lineamientos estratégicos: infraestructura, innovación, ordenamiento territorial, formación del talento humano, gobernanza y desarrollo empresarial.

El documento que está en manos del amable lector, contiene la actualización del sector turismo en el departamento del Huila. Queremos que la comunidad turística del Huila y en particular el ciudadano, se empoderen de su contenido y contribuyan con sus críticas y aportes al enriquecimiento del Diagnóstico Turístico del Huila; igualmente esperamos el calificado aporte de las entidades, instituciones y prestadores de servicios turísticos, pues su conocimiento resulta vital para la construcción e implementación del Plan Departamental Sectorial de Turismo, documento que se construirá con un horizonte de doce años, equivalente a tres períodos de gobierno departamental, con evaluaciones anuales y actualizaciones cada cuatro años, ajustadas a dichos períodos.



## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

El Plan Departamental Sectorial de Turismo es una herramienta que resulta útil para la orientación del desarrollo del turismo como una actividad económica, el presente acápite aporta el soporte legal que le permite al departamento del Huila y en particular a la Administración Departamental trabajar en la actualización y adopción como política pública del Departamento, así como reconocer la normatividad del turismo que regula el sector en Colombia, y las políticas públicas que el Viceministerio de Turismo ha elaborado con el ánimo de orientar el desarrollo sostenible y competitivo de las diferentes tipologías de turismo que operan en Colombia.

### 4.1 Marco Legal

El Plan Departamental Sectorial de Turismo del Huila se construye a la luz del Artículo 17 de la Ley 300 de 1996 en armonía con el Artículo 9 numeral 1 de la Ley 152 de 1994, ley 2068 de 2020; para un horizonte al año 2032 con el fin de tener una carta de navegación turística para el Departamento del Huila.

Como herramienta metodológica se utilizará el denominado "Plan Turístico Convencional", metodología elaborada para destinos incipientes por el MINCIT, cuyo contenido se difundió a través del documento "Asistencia Técnica en Planificación Turística". El Plan Departamental Sectorial de Turismo del Huila está conformado por tres componentes: Diagnóstico, Plan Sectorial de Turismo y Gestión del Plan. La información que está en sus manos, amable lector, corresponde al Diagnóstico.

### 4.2 Aspectos institucionales del turismo en el Huila

En el departamento del Huila la competencia para regular, ordenar, vigilar y planear la actividad turística está en cabeza de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, entidad que actúa en armonía con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como, con los 37 municipios que conforman el departamento del Huila, las instituciones relacionadas con el turismo, los gremios del sector y los empresarios prestadores de servicios turísticos. En el capítulo 6 "Gobernanza del Turismo en el departamento del Huila" se traerá la información correspondiente a la gestión pública del turismo en los diferentes ámbitos territoriales y su relación con instituciones, entidades, comunidades, empresarios y gremios del sector.



## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

### 4.3 Articulación a las herramientas de planeación turística

El Plan Departamental Sectorial de Turismo del Huila se articula a las herramientas de planeación construidas en los diferentes ámbitos de la administración pública:

#### Mundial

Acoge los postulados del Código Mundial de Ética del Turismo promulgado por la Organización Mundial del Turismo, sus lineamientos apuntan al desarrollo del turismo en el marco de la sostenibilidad, la competitividad y la formación de patrimonio con equidad social.

#### Nacional

En este nivel se considera el Plan Nacional de Desarrollo que contiene los lineamientos del Plan Nacional Sectorial de Turismo, documento rector para el desarrollo del sector en el país.

#### Departamental

Al interior del Departamento se observa el cumplimiento de las Metas de producto y de resultado articulando con toda la organización administrativa regional, las entidades e instituciones; adicionalmente, se tiene como referente el documento de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila, el Plan Regional de Competitividad del Huila y la recientemente construida Agenda Integrada de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación del Departamento del Huila.

#### Municipal

La Secretaría Departamental de Cultura y Turismo articula con los Planes Municipales de Desarrollo de los 37 municipios con el propósito de armonizar el trabajo en equipo para lograr el cumplimiento de Metas que conduzcan al desarrollo sostenible y competitivo del sector, coadyuvando a la formación del Huila como destino turístico especializado en turismo de naturaleza y turismo cultural.

### 4.4 Políticas públicas del turismo

El Viceministerio de Turismo como ente rector de la actividad turística en el país ha construido políticas turísticas, así como los planes y programas derivados de éstas, con el propósito de orientar el desarrollo armónico del turismo como una actividad económica competitiva y sostenible. De las políticas diseñadas por el Gobierno Nacional, el departamento del Huila articula fundamentalmente con: Política de Ecoturismo; Política de Turismo de Naturaleza; Política de Turismo Cultural; Política de Calidad Turística; Plan Estratégico de Seguridad Turística; Política de Turismo Social, Política de Turismo y Artesanía, Plan Indicativo de Formación en Turismo; Política de Mercadeo y Promoción Turística de Colombia.





## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

### 4.5 Normatividad Turística

Colombia ha desarrollado una importante batería de normas para regularizar el turismo como una actividad económica con impacto en el desarrollo social y la conservación del medio ambiente, intención que es perceptible en la Constitución Nacional, la Ley General de Turismo y la adhesión al Código de Ética elaborado por la Organización Mundial del Turismo.

#### Constitución Nacional

La administración pública colombiana se ha caracterizado por un marcado centralismo, soportada en la Constitución Política de 1986. En materia de turismo, la competencia se delegó en la Corporación Nacional de Turismo, entidad que controló la actividad hasta finales de la década de los ochenta de la centuria pasada: se crearon delegaciones en los departamentos de Antioquia, Valle, Cauca, Boyacá, Santa Marta, Cartagena, San Andrés y Huila, en el municipio de San Agustín, las cuales fueron reconocidas como destinos turísticos para los mercados doméstico y receptivo.

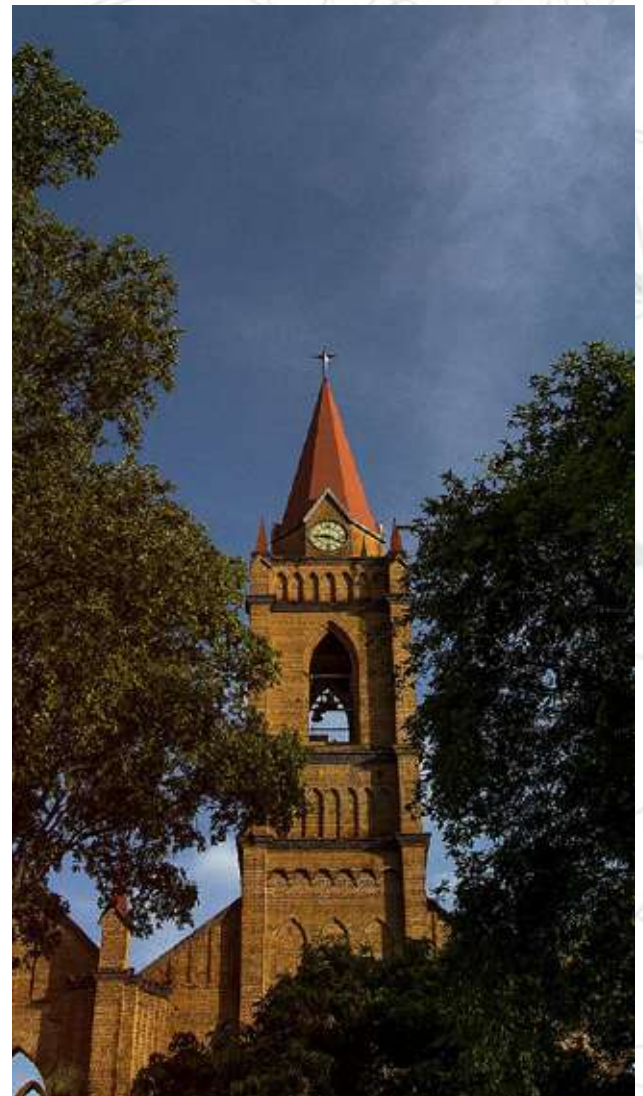
La constituyente de 1991, le brinda especial trascendencia a la temática de la descentralización. Aquí, en el artículo primero de la carta magna se define a Colombia como una república unitaria pero descentralizada, acentuando la autonomía de sus entidades territoriales.

El artículo 209 desarrolla el significado de esta definición especificando que "La función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones". Igualmente abordó el tema de las relaciones entre la Nación y las entidades territoriales de acuerdo con los principios de coordinación, concurrencia y subsidiariedad, posibilitando que se cumplan las tareas públicas que le son propias, de una manera más eficiente y con mayor presencia de las administraciones locales y regionales.

En suma, la Constitución Política de 1991, no solamente fortaleció el concepto de descentralización, sino que además dotó a las regiones de los instrumentos jurídicos necesarios para abordar la administración turística a través de los artículos 300-2, que le asigna a las Asambleas Departamentales la competencia de aprobar normas para el desarrollo regional del turismo y el artículo 313-7, que le asigna a los Concejos municipales la competencia de afectar el uso del suelo local.

La Constitución, concibió dos artículos fundamentales para el desarrollo de la industria turística. El Artículo 24 que consagra como derecho fundamental de todo colombiano el libre desplazamiento por el territorio nacional y el 52, que consagra el derecho a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre.

Finalmente, la Constitución, que dio vida a los Distritos Turísticos de Cartagena de Indias y Santa Marta en su régimen territorial, es muy respetuosa de las autonomías y dota de instrumentos y recursos valiosos a estas regiones para que lideren su desarrollo turístico.



## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

### Ley 300 de 1996

La Ley 300 de 1996, norma inspirada en el colectivo del sector turístico nacional, que identificó como una sentida necesidad dotar al sector de una carta de navegación que asumiera las funciones de la Corporación Nacional de Turismo a la luz del espíritu descentralizador de la Carta del 91. Dicha ley, vincula entonces a la Corporación Nacional de Turismo, al Ministerio de Desarrollo Económico, hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, donde se diluye bajo la figura de la liquidación. La norma, recoge el espíritu descentralizador de la carta magna, define el turismo como una industria esencial y adicionalmente establece como principios fundamentales la concertación, la coordinación, la planeación, la protección al medio ambiente, el desarrollo social, la libertad de empresa, la protección al consumidor y el fomento. Como toda norma, la ley 300/96 trae consigo un régimen disciplinario y sancionatorio para quienes infrinjan sus mandatos, asignándole funciones al hoy Viceministerio de Turismo, los gremios del sector y en el caso específico de la inscripción en el Registro Nacional del Turismo a los alcaldes.

En materia de planificación, determinó la formulación de una Política Pública de Turismo y la estructuración de un Plan Sectorial Nacional, que se deben incorporar al Plan Nacional de Desarrollo. En la ejecución de la descentralización el artículo 17 le confiere a las regiones y municipios la facultad para estructurar los planes sectoriales de desarrollo turístico, e incorporarlos a los planes de desarrollo, así como a los Planes de Ordenamiento Territorial.

En cumplimiento del derecho de igualdad, la norma en su artículo 32 define el turismo de interés social, como un derecho de todos los colombianos que devenguen hasta cuatro salarios mínimos.

La promoción, vigilancia y control de las actividades propias del turismo, son desarrolladas por la norma con la creación del Fondo de Promoción Turística de Colombia, hoy operando bajo la denominación de FONTUR, como una cuenta que se nutre de la contribución parafiscal de los prestadores de servicios turísticos y de recursos del presupuesto nacional.

El Registro Nacional de Turismo, se instituye como un instrumento esencial para la vigilancia y control de los prestadores de servicios turísticos, cuya información económica y estadística, resulta importante para la estructuración de las estadísticas básicas del sector, así como para la construcción de la cuenta satélite de turismo.

Como unidad operativa para apoyar la vigilancia y control del sector, se creó la Policía de Turismo, como un organismo que administrativamente depende del Viceministerio de Turismo, pero que jerárquicamente depende de la Policía Nacional.



## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

### Ley 2068 de 2020

La Ley 2068 del 31 de diciembre de 2020, tiene como objetivos fundamentales fortalecer la sostenibilidad, formalización y competitividad del sector y promover la reactivación del turismo, para consolidar el país como un destino altamente reconocido, sostenible, responsable y de alta calidad.

Entre los aspectos que regula esta Ley, se encuentra la definición de conceptos tales como la capacidad de un atractivo turístico, entendido como el límite de uso turístico en un periodo de tiempo, para que este sea sostenible, y la capacidad de carga, entendida como el límite a la intensidad de uso turístico por un número de personas determinado por la autoridad correspondiente, para que este sea sostenible.

Adicionalmente, define a los prestadores de servicio turístico como todas personas con domicilio en Colombia o en el extranjero, que directa o indirectamente preste, intermedie, contrate, comercialice, venda o reserve servicios turísticos. Una plataforma electrónica o digital de servicios turísticos, de conformidad con lo señalado en la Ley, se debe entender como aquella que permite a los turistas buscar y encontrar un servicio turístico, contactarse con el prestador, reservar y/o pagar por dicho servicio. El operador de la plataforma electrónica será aquella persona que administra, opera o representa la plataforma de servicios turísticos.

La Ley contempla la posibilidad de que los gobiernos locales declaren algunas zonas como atractivos turísticos, lo cual implica que dichos bienes sean afectados a su explotación como atractivos turísticos, frente a otros fines contrarios. Si el bien objeto de declaratoria es público, deberá contar con un programa y presupuesto de reconstrucción, restauración y conservación. La autoridad competente, en todo caso, podrá delegar en privados la administración y explotación de los bienes públicos que puedan ser declarados atractivo turístico.

En cuanto a la calidad en la prestación de servicios turísticos, la Ley delega en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la determinación de los niveles de calidad, teniendo en cuenta tanto la capacidad de los prestadores como las características de los atractivos turísticos. La calidad en la prestación del servicio turístico se extiende también al turismo de salud, entendido como aquel cuyo fin es que las personas se sometan a un procedimiento médico, quirúrgico y odontológico.

La Ley establece los tipos de infracciones en que pueden incurrir los prestadores de servicios turísticos, como por ejemplo presentar información falsa o adulterada, utilizar publicidad engañosa, incumplir los servicios ofrecidos a los turistas, operar sin el registro previo, y permitir la promoción, oferta o prestación de servicios turísticos en lugares que esté prohibido o que no cuente con los permisos requeridos. Cuando los prestadores de servicios turísticos incurran en alguna de estas infracciones, el Gobierno podrá imponer sanciones administrativas. La forma de ejecución de estas sanciones deberá ser reglamentada por el Gobierno dentro de los 6 meses siguientes a la entrada en vigor de la Ley. Si un prestador de servicios turísticos es sancionado más de una vez en un periodo inferior a dos años, la inscripción en el Registro Nacional de Turismo quedará suspendida por un término de 3 meses, si es la primera vez que reincide, de 6 meses la segunda vez y de 1 año la tercera vez. Si ocurre más veces se cancelará el registro por un término de 5 años.

La Ley regula otros aspectos clave tales como la prohibición de la prestación del servicio de alojamiento turístico a menores de edad que no estén acompañados o autorizados por sus responsables legales, la exención transitoria del IVA para servicios de hotelería y turismo hasta el 31 de diciembre de 2021 y el apoyo económico a empresas de transporte aéreo con el fin de promover la prestación de este servicio en regiones de difícil acceso y conectividad.

Por último, la Ley regula un nuevo alcance a la contribución parafiscal del turismo, cuyo hecho generador es la prestación de servicios turísticos. Lo anterior quiere decir que esta contribución no podrá ser trasladada al usuario de los servicios turísticos. El Fondo Nacional de Turismo será la entidad encargada de recaudar esta contribución, que tiene a las plataformas electrónicas de servicios turísticos como nuevos protagonistas.

## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

### Ley 1101 de 2006

Por su parte la Ley 1101 de 2006, norma que modificó la Ley 300/96 reconoció sus limitaciones al determinar la base de prestadores de servicios turísticos y beneficiarios de la actividad turística, obligados tanto a la inscripción en el Registro Nacional de Turismo, como a su obligatoriedad con la contribución parafiscal con destino a la promoción turística.

### Ley 1558 de 2012

Posteriormente, en el año 2012 se promulgó la Ley 1558 que nuevamente modificó tanto la Ley 300 de 1996 como la Ley 1101 de 2006, esta norma, actualiza las definiciones, principios básicos y la institucionalidad del turismo en el ámbito nacional; también actualiza la base impositiva con destino al turismo, dando vida al FONTUR, finalmente delega en las Cámara de Comercio la administración del Registro Nacional de Turismo.

### Ley 397 de 1997

La Ley 397 de 1997, conocida como "Ley general de cultura", define ésta, actividad como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias. Adicionalmente, la cultura, en sus diversas manifestaciones, es fundamento de la nacionalidad y actividad propia de la sociedad colombiana en su conjunto, como proceso generado individual y colectivamente por los colombianos. estas manifestaciones constituyen parte integral de la identidad y la cultura colombianas. Dicha Ley genera un conjunto de normas que determinan la conservación del patrimonio cultural en sus diversas manifestaciones; crea mecanismos para el fomento a la investigación, la actividad artística y cultural; así como para el desarrollo de infraestructura que soporte la puesta en escena de las diversas manifestaciones culturales.

La norma regula la formación de público para el consumo de los productos culturales, de gestores culturales con capacidad para gerenciar los proyectos culturales, así como el acceso de la comunidad tanto a la observación como a la participación como actores de las expresiones culturales; protege los derechos de autor. De igual manera, prevé la formación artística y cultural de las comunidades y regímenes para la protección social de los artistas en salud y pensiones. Crea instrumentos de articulación entre las entidades públicas con el sector privado, los actores y las comunidades, como las casas de Cultura, los Fondos Mixtos de Cultura y los Consejos de Cultura tanto en las regiones como en las localidades, todos bajo la tutela del Ministerio de Cultura.



## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

### 4.6 Marco Institucional del Plan Departamental Sectorial de Turismo 2019-2032

En los albores del año 2016, la Honorable Asamblea Departamental del Huila, lideró un foro sobre el desarrollo del sector turismo en el departamento del Huila, evento que contó con la participación de los diferentes actores del sector productivo del turismo y de las instituciones educativas que cuentan con programas de formación profesional en turismo. Así mismo, se contó con la presencia del ex Ministro de Comercio, Industria y Turismo Oscar Rueda García, luego de una extensa jornada de brillantes e importantes exposiciones se concluyó que el departamento del Huila con el apalancamiento financiero de FONTUR y el apoyo técnico de la Unión Temporal Turismo HUITONAVA, integrada por: TOURISM CONSULTING S.A.S y la Fundación Universitaria CAFAM habían formulado en el año 2012 el "Plan de Desarrollo Turístico del Huila" con horizonte al año 2015. El Foro permitió evidenciar que el ya mencionado Plan Departamental Sectorial de Turismo no se adoptó, mediante Ordenanza Departamental ni se percibía su ejecución durante el periodo de vigencia, razón por la cual, se recomendó actualizarlo con horizonte a tres periodos de gobierno con evaluaciones al final de cada cuatrienio.

Desde el ámbito legal, la actualización del Plan Departamental Sectorial de Turismo se ha realizado a la luz del Artículo 17 de la Ley 300 de 1996, guardando armonía con los lineamientos de la Ley 152 de 1994. Proceso para el cual la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo ha realizado veinticinco (25) sesiones de trabajo en las que han participado: instituciones, gremios de prestadores de servicios turísticos, los Miembros de la Mesa Sectorial de Turismo y los Miembros del Comité Departamental de Seguridad Turística, Universidades información que se presenta en el siguiente Cuadro.



## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

### GOBERNACIÓN DEL HUILA - SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO

#### SESIONES DE TRABAJO PARA SOCIALIZAR LOS AVANCES EN LA ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

No.	FECHA	PARTICIPANTES	TEMA DESARROLLADO
1	8/03/2018	Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila: Luz Stella Cárdenas Calderón y Julián Andrés Bolaños. Secretaría de Vías e Infraestructura del Departamento del Huila: Álvaro Lis Rojas Oficina de Productividad y Competitividad del Departamento: William Pinilla. Fundación Hocol. Albeiro Castro Aliadas para el progreso: Rafaela Rodríguez Delegado Emgesa - proyecto quimbo: José Joaquín Zambrano Veedurías Nacionales: Luis Alfredo Gómez Perdomo	Socialización de avance en la actualización del plan sectorial de turismo departamental.
2	12/04/2018	Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila: Luz Stella Cárdenas Calderón y Julián Andrés Bolaños. Secretaría de Vías e Infraestructura del Departamento del Huila: Álvaro Lis Rojas Oficina de Productividad y Competitividad del Departamento: William Pinilla. Fundación Hocol. Albeiro Castro Aliadas para el progreso: Rafaela Rodríguez Delegado Emgesa - proyecto quimbo: José Joaquín Zambrano Veedurías Nacionales: Luis Alfredo Gómez Perdomo	Consolidar la información para la Actualización del Plan Sectorial de Turismo del Departamento
3	17/04/2019	Diego F. Caballero Profesional de apoyo de Planeación Departamental Albeiro Castro, representante Hocol Julián Bolaños, Secretaria Cultura Y Turismo Natali Acosta Farfán, Secretaria Cultura Y Turismo	Socialización actualización plan sectorial de turismo del departamento.
4	7/05/2019	IE Carlos Ramón Repizo coordinadora - Carmen Cecilia Ángel IE Liceo Santa librada docente - Marly Son Cadena William Pinilla Rios Luz Stella Cárdenas Calderón Julián Bolaños Uribe Albeiro Castro	Socialización actualización plan sectorial de turismo del departamento.
5	6/06/2019	Operadores de agencias de viajes: Diego Alexander Vargas. Alojamientos y hospedaje: Norma Inés Escobar. Eventos y Convenciones: Maricela Castro Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila: Diana Marcela Molina y Julián Bolaños U. Cámara de Comercio de Neiva: Zully Pérez. Policía Turismo Metropolitana: Jhon Mora y Jonathan Londoño Policía Turismo Huila: Jhon Carlos Rubiano Representante de las Universidades: José Alfonso Vargas - Corhuila. Representante de Gremios: Carole Macchi -Cotelco y Argemiro Ortiz - FEDEC Migración Colombia: Doris Yaneth Guauñas Pisso USCO: José Domingo Alarcón	Socialización de los primeros avances en el proceso de ajustes sectorial de turismo del departamento, matriz con los principales planes y programas y proyectos

## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

### GOBERNACIÓN DEL HUILA - SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO

#### SESIONES DE TRABAJO PARA SOCIALIZAR LOS AVANCES EN LA ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

No.	FECHA	PARTICIPANTES	TEMA DESARROLLADO
6	31/07/2018	Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila: Julián Bolaños Uribe, Katherine Ortiz. Cámara de Comercio de Neiva: Zully Pérez. Operadores de agencias de viajes: Diego Alexander Vargas. Alojamientos y hospedaje: Norma Inés Escobar. Representante de guías: Martha Tovar Cuellar. Representante de los artesanos: Andel Peña Oficina de Competitividad e Innovación del Departamento: William Pinilla CAM: Esther Johana González, Clara Escobar, Andrés Trujillo Policía Turismo Metropolitana: Jonathan Londoño Policía Turismo Huila: Jhon Carlos Rubiano Representante de las Universidades: José Alfonso Vargas - Corhuila. Representante de Gremios: Carole Macchi -COTELCO - Coordinador Municipal de Turismo de Gigante: Orlando de la Espriella- Delegado del MINCIT: Jhon Ramos	Presentación avance actualización plan sectorial de turismo el departamento de Huila y presentación de iniciativas y proyectos realiza: Gobernación
7	20/11/2018	Luz Stella Cárdenas Calderón, Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, William Pinilla, Albeiro Castro	Creación de los componentes de la matriz plan sectorial
8	27/11/2018	Luz Stella Cárdenas Calderón, Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, William Pinilla, Albeiro Castro	Mesa de trabajo revisión de los componentes para el plan sectorial
9	3/12/2018	Diego F. Caballero Profesional de apoyo de Planeación Departamental Marysell Barrera Profesional de apoyo de Planeación Departamental William Pinilla Oficina de productividad y competitividad Cesar Rizo Profesional de apoyo de Planeación Departamental	Mesa de trabajo plan sectorial - Componente ordenamiento
10	4/12/2018	Albeiro Castro, Natali Acosta Farfán, Julián Bolaños Uribe, Liz Stella Cárdenas Calderón.	Mesa de trabajo actualización plan sectorial
11	4/12/2018	Luz Stella Cárdenas Calderón, Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, William Pinilla, Albeiro Castro	Mesa de trabajo revisión de los componentes para el plan sectorial

## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

### GOBERNACIÓN DEL HUILA - SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO

#### SESIONES DE TRABAJO PARA SOCIALIZAR LOS AVANCES EN LA ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

No.	FECHA	PARTICIPANTES	TEMA DESARROLLADO
12	12/12/2018	Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento: Diana Marcela Molina, Luz Stella Cárdenas Calderón Julián Bolaños Uribe. Cámara de Comercio de Neiva: Zully Pérez. Cam: Clara Escobar. SENA: José de Jesús Motta Representante de Gremios: Carole Macchi - Cotelco, Argemiro Ortiz - Fedec Huila. Representante de las Universidades: José Alfonso Vargas - Corhuila. Oficina de Competitividad e Innovación del Departamento: William Pinilla. Policía Turismo Metropolitana: Jonathan Londoño, John Fredy Guevara. Policía de Turismo Departamental: Manuel Masias Valdez Representante de Alojamientos y hospedaje: Norma Inés Escobar. Representante de guías: Martha Tovar Cuellar. Representante Eventos y Convenciones: John Breiner Inturhuila. Representante transporte: Carol Milene Anturi.	Socialización de avance en la actualización del plan sectorial de turismo departamental.
13	18/12/2018	Luz Stella Cárdenas Calderón, Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, William Pinilla, Albeiro Castro	Revisión de los componentes para el plan sectorial
14	12/03/2019	Luz Stella Cárdenas Calderón, Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, William Pinilla, Albeiro Castro	Revisión de: * Misión institucional del departamento del Huila. * Visión 2032. * Objetivos del plan Departamental sectorial de turismo. * Objetivo general * Objetivos específicos. Componentes * Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente. * Gobernanza.
15	20/03/2019	Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, William Pinilla, Albeiro Castro	Revisión Componentes: * Formación del talento humano. * Innovación.
16	27/03/2019	Luz Stella Cárdenas Calderón, Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, Albeiro Castro	Revisión Componente: * Innovación.



## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

### GOBERNACIÓN DEL HUILA - SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO

#### SESIONES DE TRABAJO PARA SOCIALIZAR LOS AVANCES EN LA ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

No.	FECHA	PARTICIPANTES	TEMA DESARROLLADO
17	3/04/2019	Luz Stella Cárdenas Calderón, Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, Albeiro Castro	Revisión Componentes: * Comercialización y promoción. * Infraestructura, conectividad y accesibilidad para el turismo
18	12/04/2019	Luz Stella Cárdenas Calderón, Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, Albeiro Castro	Revisión Componente: Desarrollo empresarial
19	6/06/2019	Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, Albeiro Castro	Revisión de las metas y presupuestos del componente de talento humano
20	27/06/2019	Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, Albeiro Castro	Revisión de las metas y presupuestos del componente de comercialización y promoción e innovación
21	8/07/2019	William Pinilla, Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, Albeiro Castro	Revisión de las metas y presupuestos del componente de Gobernanza
22	18/07/2019	Luz Stella Cárdenas Calderón, Julián Bolaños Uribe, Natali Acosta Farfán, Albeiro Castro, William Pinilla	Revisión de las metas y presupuestos del componente de Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente.
23	30/07/2019	Luz Stella Cárdenas Calderón, Natali Acosta Farfán, Albeiro Castro, William Pinilla	Revisión de las metas y presupuestos del componente Infraestructura
24	14/08/2019	Diana Marcel Molina Argote, Luz Stella Cárdenas Calderón, Natali Acosta Farfán, Albeiro Castro	Lectura del diagnóstico para el documento final.
25	24/09/2019	Secretaría de Cultura y Turismo del Huila Diana Marcela Molina Argote, Luz Stella Cárdenas Calderón, Julián Bolaño, Nataly Acosta, Paula Vargas; Oficina de Competitividad y Productividad del Departamento William Gerley Pinilla, Cámara de Comercio de Neiva Zully Pérez; Corporación Autónoma del Alto Magdalena Cam Clara Escobar, Policía De Turismo de la Metropolitana Int. Jhon Alexander Guzmán; Representante Gremios Argemiro Ortiz	Presentación a la Mesa Sectorial de Turismo del Departamento del Huila el documento final del Plan Sectorial de Turismo "Huila un Paraíso por Descubrir"

## 4. SOPORTE DEL PLAN DEPARTAMENTAL SECTORIAL DE TURISMO

### 4.7 Misión Institucional del Departamento del Huila para la implementación del Plan Departamental Sectorial de Turismo

El departamento del Huila creará las condiciones administrativas, técnicas, presupuestales necesarias para la implementación del Plan Departamental Sectorial de Turismo proyectado para el periodo comprendido entre los años 2020 y 2032.

### 4.8 Visión 2032

En el año 2032, el departamento del Huila será reconocido como un destino turístico sostenible y competitivo con una oferta consolidada de productos de naturaleza y cultura con los que se habrá posicionado en mercados receptivo y doméstico.

### 4.9 Objetivos del Plan Departamental Sectorial de Turismo

El Plan Departamental Sectorial de Turismo del Huila traza su objetivo general y cinco objetivos específicos con los cuales soporta la construcción de sus propios lineamientos estratégicos, lineamientos que serán el soporte para la estructuración del presupuesto y el respectivo cronograma de inversión.

### 4.10 Objetivo General

Posicionar el departamento del Huila como destino turístico sostenible, reconocido por su oferta multicultural representada en productos y servicios competitivos y sostenibles.

### 4.11 Objetivos específicos

- Consolidar y dar valor a los elementos esenciales (naturales, culturales, históricos, eventos y festividades, y otras actividades de entretenimiento y ocio) y de equipamientos que atraen y motivan al turista o visitante a desplazarse al destino Huila.
- Mejorar las condiciones básicas de soporte que inciden en la optimización del entorno, la conectividad y accesibilidad, la infraestructura y demás facilitadores como los componentes ambientales y de ordenamiento territorial en los municipios con vocación turística del destino Huila.
- Fortalecer la estructura productiva, empresarial y gerencial de los prestadores de servicios turísticos en el Destino Huila.
- Implementar una dirección coherente, eficiente y estratégica de la política pública de turismo que incluye una gran estrategia de promoción y mercadeo y la articulación y coordinación del sector público y privado en el Destino Huila.
- Incrementar el nivel de satisfacción de los visitantes y mejorar la experiencia turística integral en el Destino Huila.



## 5. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

El acápite de generalidades presenta la información básica del Departamento del Huila, que es útil para conocer los aspectos relacionados con la ubicación geográfica, división político administrativa, población, economía, medioambiente y el acervo cultural.

### 5.1 Aspectos geográficos

El departamento del Huila fue creado mediante Ley 46 de 1905, tiene como capital la ciudad de Neiva; se encuentra situado en la parte sur de la región Andina de Colombia, localizado entre los  $01^{\circ} 33' 08''$  y  $03^{\circ} 47' 32''$  de latitud Norte y los  $74^{\circ} 28' 34''$  y  $76^{\circ} 36' 47''$  de longitud Oeste; hace parte de la cuenca alta del río Magdalena; tiene una extensión total de 19.890 km<sup>2</sup> correspondiente al 1,7% del territorio nacional. Limita al Norte con los departamentos del Tolima y Cundinamarca, al Este con Meta y Caquetá, al Sur con Caquetá y Cauca y al Oeste con Cauca y Tolima.

Su relieve pertenece al sistema andino, distinguiéndose a nivel macro cuatro unidades morfológicas: el Macizo Colombiano, la cordillera Central, la cordillera Oriental y el valle del río Magdalena. El Macizo Colombiano es el lugar donde se origina la cordillera Oriental y nacen los ríos Magdalena, Cauca, Caquetá y Patía. La cordillera Oriental comprende el flanco occidental de ésta; los accidentes más relevantes son la serranía de la Ceja, las Cuchillas de San Isidro, la Ensillada y Gigante; en la cordillera Oriental también se destacan dos relieves importantes: en el sur, el valle del río Suaza y en el norte, parte del páramo de Sumapaz. El valle del río Magdalena está enmarcado por las cordilleras Central y Oriental que se bifurcan en el Macizo Colombiano; comprende las tierras bajas, onduladas y planas que bordean el río con alturas inferiores a 800 metros sobre el nivel del mar. El río Magdalena es el eje del sistema hidrográfico del Huila, donde confluyen numerosos ríos y quebradas que nacen en las divisorias de las cordilleras.

Dentro de estas cuatro unidades morfológicas se destacan algunos ecosistemas estratégicos como: las áreas protegidas del Nevado del Huila, el volcán Puracé y la Cueva de los Guácharos; así como la serranía de Las Minas, el cerro de Miraflores, las cuencas de los ríos Magdalena, Ceibas, Cabrera, Neiva, Bache, Suaza y Guarapas; el Desierto de la Tatacoa, los embalses de Betania y El Quimbo, así como, la estrella fluvial de La Siberia.

Así mismo, el departamento cuenta con una amplia variedad de climas en razón a la diversidad de pisos térmicos y como resultante de la interacción de factores como temperatura, luminosidad solar, pluviosidad, humedad relativa y vientos. El 28,3% de la superficie departamental corresponde a piso cálido; 40% a clima medio; 23,2% a frío y 8,6% a muy frío.



## 5. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

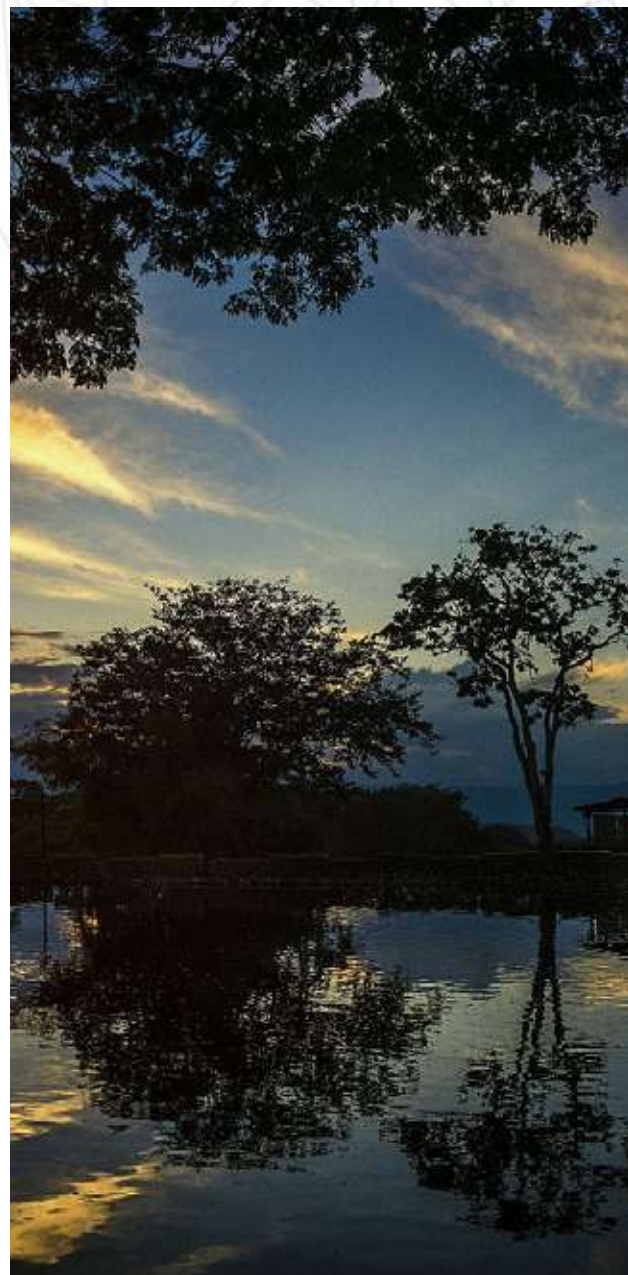
La precipitación total en el departamento varía según las regiones: en el valle del río Magdalena se registran entre 900 y 1.000 mm/año; en la parte alta y media del valle y hasta el piedemonte de las cordilleras, entre 1.100 y 1.500 mm/año y, en la zona de cordillera por encima de los 2.000 msnm (pero por debajo de 3.000 msnm) una precipitación media mayor a 1.500 mm/año. En las áreas de páramo (>3.000 msnm) los promedios de lluvia son menores, y en la zona sur del departamento se registran precipitaciones un poco mayores a 1.500 mm/año. Este nivel de precipitaciones ubica al Huila en un rango medio respecto de otras regiones de Colombia.

El Huila ha sido un departamento pionero en la implementación de modelos innovadores para la conservación de la biodiversidad declarando el primer parque nacional natural en 1960; se trata del Parque Nacional Natural Cueva de Los Guácharos. Actualmente cuenta con seis parques naturales regionales, 27 municipales y 261 reservas de la sociedad civil, las que sumadas equivalen aproximadamente al 21% del territorio, logrando conservar el 54% de los 31 ecosistemas identificados. Adicionalmente, el Departamento hace parte de la reserva de la biósfera del Cinturón Andino -una de las cinco que existen en Colombia-. Así mismo, integra, con otros departamentos, la reserva forestal de la Amazonia -una de la más extensa del país-; también conforma la reserva forestal central.

Otro de los ecosistemas de gran importancia, por sus características paisajísticas y de biodiversidad, lo constituye el bosque muy seco tropical, conocido como "eco-región de la Tatacoa", la segunda zona árida más extensa de Colombia que ocupa, en la actualidad, unas 33.000 hectáreas. Paradójicamente, esta región coincide con el reservorio de aguas subterráneas más grande del departamento.

El Huila, como el resto del país, ha tolerado eventos climáticos extremos, incluyendo fenómenos de El Niño y La Niña cada vez más frecuentes, que han empezado a generar preocupaciones en torno al desarrollo departamental, la competitividad y el clima. Las temperaturas en las zonas más cálidas han llegado a superar cifras históricas. Cabe resaltar que en el departamento existen muy pocas estaciones meteorológicas con capacidad para medir la humedad relativa, la precipitación, la temperatura del ambiente, la velocidad del viento y la radiación solar.

En suma, los huilenses tienen en su territorio un espléndido aliado para el desarrollo turístico en sus diferentes tipologías, especialmente las relacionadas con las actividades de contacto con la naturaleza, entre ellas: el ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural incluyendo el agroturismo.



## 5. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

### 5.2 División político administrativa

El departamento está conformado por 37 municipios agrupados en cuatro subregiones, cada una de las cuales cuenta con un municipio al que se le considera como de mayor jerarquía, ciudad donde se concentran sedes de entidades públicas, privadas, financieras y servicios de salud.

Seguidamente se presentan las subregiones en el orden jerárquico de importancia establecido para los procesos de planeación:

**Subregión Norte:** Neiva capital del departamento del Huila es la ciudad de mayor jerarquía, le acompañan, Aipe, Algeciras, Baraya, Campoalegre, Colombia, Hobo, Iquira, Palermo, Santa María, Tello, Teruel, Rivera, Villavieja y Yaguará.

**Subregión Sur:** Pitalito es la ciudad de mayor jerarquía en la subregión, está acompañada por: San Agustín, Isnos, Saladoblanco, Oporapa, Elías, Timaná, Acevedo y Palestina.

**Subregión Centro:** Garzón es la ciudad de mayor jerarquía en la región central, está acompañada por: Gigante, Altamira, Tarqui, El Agrado, El Pital, Suaza y Guadalupe.

**Subregión Occidente:** el municipio de La Plata es la ciudad de mayor jerarquía en la región del occidente huilense, está acompañada por los municipios de: Tesalia, Paicol, Nátaga y La Argentina.



## 5. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

### 5.3 Población

Según estimaciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE para el año 2015, el Huila contó con una población total de 1.154.777 habitantes, de los cuales el 59,8% (691.025) están localizados en las cabeceras urbanas y el restante 40,2% (463.752) en la zona rural; Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata son los centros urbanos más poblados del departamento. En cuanto a Neiva, la proyección de población a 2015 fue de 342.117 habitantes, equivalentes al 30,05% del total departamental. Las proyecciones del DANE, suponen que, en el año 2020, el departamento habrá alcanzado un total de 1.225.343 habitantes.

La tasa media anual de crecimiento exponencial para el período 2010-2015 fue del 1,28%. La diferencia poblacional entre hombres 50,14% (579.450) y mujeres 49,66% (575.327) no es tan alta como en otras zonas del país, pues apenas hay una diferencia de 4.123 entre géneros.

No obstante, las diferencias salariales y de formación entre géneros analizadas en 2012, revela que las mujeres trabajan, en promedio, dos horas más que los hombres, tienen niveles de estudios más altos, pero su remuneración por hora es menor.

Indica el DANE que, del total de habitantes, el 78,2% (903 mil personas) se encontraba en edad de trabajar en el período 2015; ascendió a 580 mil personas (con un aumento de 36 mil personas respecto del 2014), por lo que la Tasa Global de Participación en 2015 fue de 64,2%, aumentando 3,1 puntos porcentuales frente a la anterior anualidad.

De otra parte, la situación del empleo en el Huila no es tan preocupante como en otros departamentos; su tasa de desempleo alcanza un 7,6%, 1,3 puntos porcentuales debajo de la media nacional (8,9%) y en mejor situación de sus vecinos Cauca (10,1%) y Tolima (10,4%). Y es que a pesar de, que la crisis petrolera tuvo un impacto en el sector laboral huilense, la construcción, el agro y las comunicaciones, dinamizaron la economía y generaron fuentes de empleo.

Con respecto a los rasgos culturales y étnicos de la población, se resalta que del total de habitantes proyectados para 2015, 10.335 corresponden a población indígena. En el departamento hacen presencia 25 resguardos y 11 cabildos que albergan cinco etnias: Nasa, Guambianos o Misak, Yanakonas, Tamas-Dujos-Páez y Pijaos. Estas comunidades están ubicadas en los municipios de Santa María, San Agustín, Timaná, La Argentina, Pitalito, Isnos y Villavieja, entre otros.



## 5. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

### 5.4 Económicos

Desde hace aproximadamente 20 años el Huila ha venido dirigiendo sus esfuerzos en materia económica al desarrollo y fortalecimiento de las apuestas productivas priorizadas en su momento por la Agenda Interna del Huila para la Productividad y la Competitividad y confirmadas en 2010 por el Plan Regional de Competitividad del Huila en donde se establecieron las siguientes apuestas:

1. Agroindustria de base tecnológica
2. Turismo
3. Piscicultura
4. Minería (fosfatos, arcillas y mármoles)
5. Energética

En el año 2018 se construyó la Agenda Integrada de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila con el apoyo del Gobierno Nacional y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; esta agenda integró el sistema de competitividad y el sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación en un solo sistema, en esta oportunidad se confirmaron básicamente las mismas apuestas a las cuales se introdujeron un par de cambios entre ellos un capítulo de economía naranja, quedando en esencia las siguientes apuestas:

1. Agroindustria de base tecnológica (café, cacao, pasifloras, panela, cereales, leguminosas y oleaginosas y en transición cárnicos y lácteos)
2. Turismo
3. Piscicultura
4. Minería (fosfatos, arcillas, mármoles y oro)
5. Energía (Hidrogenación a través de PCH's, energía solar y biomasa)
6. Economía creativa (artesanías, TIC, danza, música y otras expresiones artísticas).

Según el Informe de Coyuntura Económica 2018 elaborado por la Cámara de Comercio de Neiva, el Producto Interno Bruto Nacional -PIB- en el año 2017 fue de \$834.974 miles de millones de pesos a precios constantes, en donde el Huila aportó 1,74% al mismo, correspondiente a \$14.528 miles de millones de pesos ocupando el puesto 14 entre los 32 departamentos.

A octubre de 2018, las exportaciones alcanzaron un total de \$US 389,5 millones de dólares a precios FOB, con una variación de 0,43% con respecto al año anterior; El Huila exportó en este periodo en mayor medida café sin tostar sin descafeinar (86,43%), seguido de filetes de tilapia, fresco o refrigerados que participó con el 7,73%. Por su parte las importaciones en el mismo periodo de análisis fueron de US\$14,4 millones precios CIF, con una variación del 97,2%, respecto al año anterior según datos del informe de coyuntura citado.



## 5. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

Los principales destinos de las exportaciones del Departamento del Huila en el 2018 se dirigieron principalmente a los siguientes mercados: Estados Unidos el principal destino con el 41,41%, seguido de Japón con el 7,48%, España con el 7,01%, Canadá con el 6,61% y Alemania con el 5,62%.

Teniendo en cuenta los análisis y recomendaciones de la evaluación territorial hecha por Índice Departamental de Competitividad - IDC- del año 2018 elaborado por el Consejo Privado de Competitividad y la Universidad del Rosario, el cual hace una medición a 26 departamentos y a Bogotá en 3 factores, 10 Pilares

**Factor 1** Condiciones básicas: Instituciones, infraestructura, Tamaño del mercado, educación básica y media, salud y Sostenibilidad ambiental.

**Factor 2** Eficiencia: Educación superior y capacitación

**Factor 3** Sofisticación e Innovación: Sofisticación, diversificación, innovación y dinámica empresarial.

De acuerdo a la medición del IDC 2018 el Huila se ubicó en el puesto 18 del ranking general bajando 2 posiciones en comparación con el IDC 2017, con una calificación de 4,5 sobre 10, en donde Bogotá ocupó el primer puesto y Chocó el último con 8,24 y 2,67 de calificación respectivamente.

La pérdida de 2 posiciones en el ranking general en el IDC 2018 está asociado a la baja puntuación en pilares y factores que restaron competitividad al departamento entre las que se destacan:

- Elevados Costos de la energía eléctrica
- Elevados Costos del transporte terrestre
- Elevada deserción escolar en educación básica, media y educación superior
- Baja inversión pública en protección integral a la primera infancia
- Disposición inadecuada de residuos sólidos
- Cobertura en educación en educación media y superior
- Informalidad laboral
- Ineficiencias asociadas al mercado laboral
- Baja investigación y número de revistas indexadas
- Falencias en la dinámica empresarial asociadas a la baja participación de medianas y grandes empresas
- Cobertura de banda ancha de internet
- Capacidad local de recaudo
- Vías primarias en mal estado
- Bajo número de camas hospitalarias
- Carencias en el dominio de una segunda lengua





## 5. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

Por otra parte, y revisando el informe de coyuntura económica Regional 2018 realizado por la Cámara de Comercio de Neiva, el Huila registró para el 2017 un crecimiento del PIB del 0,04%, respecto al año inmediatamente anterior; las actividades de mayor crecimiento fueron el suministro de electricidad, gas, vapor y aire con el 13,4%, así como la actividad de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con el 6,8%.

En el 2017 el Huila tuvo una tasa de desempleo del 8,7%, ubicándose por debajo de la media total nacional, pero aumentando un 0,3% respecto al año anterior.

El sector de la construcción a octubre de 2018 el Huila registró un crecimiento del 3,4% en relación a áreas aprobadas para construcción. En relación al sector salud durante el 2017 el departamento cerró con una cobertura del régimen simplificado del 98,96%, vacunación triple viral de 93,42% y en capacidad instalada de servicios de salud contó con 37 prestadores y disponibilidad de 1.676 camas.

Existen dinámicas políticas que afectan el desarrollo de la actividad económica, ligadas a la ley de garantías electorales, la elaboración y ejecución del nuevo plan nacional de desarrollo, la aprobación de la nueva ley de financiamiento, la expectativa por la puesta en marcha de los acuerdos de paz firmados, la crisis migratoria Venezolana que incide en el mercado laboral, la crisis vial derivada de los traumatismos generados por el fallido proceso de concesión de la vía de 4G Neiva-Pitalito-Mocoa-Santana que han centrado en gran medida los esfuerzos de la dirigencia Huilense y gremios, que se evidencian en los serios problemas del paso Pericongo, que viene afectando la movilidad, la seguridad de los usuarios de esta vía, los sobrecostos del transporte y el aumento en los tiempos de viaje que restan competitividad a la región.

Los esfuerzos en materia económica deberán ir dirigidos a cerrar las principales brechas identificadas en la Agenda Integrada de las apuestas priorizadas, con el fin de acercar cada vez más a la visión compartida de desarrollo competitivo "El Huila en el 2032 tendrá talento humano altamente calificado, con un elevado nivel de ingresos, integrado a los mercados nacional e internacional, apoyado en el fortalecimiento regional, empresarial e institucional, la Infraestructura, la innovación, ciencia y tecnología, formado en una cultura de productividad con respeto por el medio ambiente, que permita el desarrollo sostenible, diversificado y con alto valor agregado de las potencialidades del Departamento".



## 5. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

### 5.5 Culturales

La población opita, uno de los gentilicios del huilense, tiene rasgos identitarios que se evidencian en:

**Gastronomía:** El opita heredó de la Hacienda Ganadera la elaboración de amasijos, siendo el más representativo el bizcocho de achira; asado huilense, envueltos con diferentes insumos, entre ellos, el maíz, plátano maduro; y de la época contemporánea a institucionalizado como alimentos típicos las preparaciones con cordero, mojarra, trucha, Sábalo, el arroz tapado; mientras que a las bebidas acompañan la mistela y la sevillana, el jugo de chulupa, cacao y café, entre otras.

**Folclor:** los más destacados son la rajaleña, la composición e interpretación de bambucos, y el baile del sanjuanero que se ha convertido en el ámbito nacional en el icono del folclor huilense.

**Tradición oral:** narraciones elaboradas en torno a leyendas y personajes míticos como la Cacica Gaitana, Matambo, Mirtayu, el Mohán, la Madre Monte y el Sombrerón.

**Artesanías:** cerámica siendo la más representativa La Chiva elaborada por la Maestra Cecilia Vargas; tejidos en fique, calceta de plátano y otras fibras naturales; también se destacan las tallas en piedra replicando las elaboradas por la familia Ullumbe, así como, las tallas en madera, y la elaboración de utilitarios de diverso origen; artesanías que se comercializan a través de pequeñas organizaciones comunitarias y asociaciones de maestros artesanos e independientes y en el departamento del Huila cuenta con alrededor de 3.000 artesanos.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

El propósito fundamental de este acápite es evidenciar los desarrollos transversales en diferentes ámbitos que se han construido desde el sector público, que sirven al turismo y a otros sectores socioeconómicos de la región, facilitan el desarrollo del turismo, incidiendo en la cualificación del departamento del Huila como un destino turístico competitivo y sostenible.

El turismo como actividad económica ha sido identificada históricamente como una Apuesta Productiva del departamento, reconocida por las fuerzas vivas, el sector productivo, la sociedad civil y los gremios: El destino Huila es considerado hoy en día una de los más importantes del país con una muy positiva proyección a nivel internacional, dadas sus potencialidades y fortalezas, las cuales se basan de acuerdo a juiciosos estudios técnicos en dos ejes de producto principalmente:

**1. Turismo de Cultura y Patrimonio:** En donde sobresalen el turismo arqueológico -Parque arqueológico de San Agustín e Isnos-, declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco y las manifestaciones culturales y folclóricas que definen la identidad del territorio como lo es el Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco.

**2. Turismo de Naturaleza:** En donde se destacan el Astroturismo en el desierto de la Tatacoa; el ecoturismo por el macizo colombiano, sus cafetales y su corredor biológico PNN Cueva de los Guacharos, el PNN Puracé y la Reserva Natural Meremberg; y turismo de aventura donde sobresalen el rafting en los ríos Magdalena y Páez, la espeleología en la caja de agua de Paicol, Canyoning en los municipios de Paicol y Yaguará entre otros.

Todo lo anterior complementado por su gastronomía, variedad de climas, la música, la artesanía, la cultura del café y las denominaciones de origen -Cholupa del Huila, el Café del Huila, Los Bizcochos de Achira, el Sombrero Suaza y la chiva de Pitalito-.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### Producto Turístico: Turismo de Cultura y Patrimonio

Potencial	Producto	Subproductos	Recursos focales	Recursos complementarios/apoyo	Observaciones
MUY ALTO	Turismo cultural	Turismo Arqueológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>Parque arqueológico de San Agustín, La Chaquira, El Tablón, La Pelota y El Purutal.</li> <li>Parque Alto de los Ídolos.</li> <li>Parque Alto de las Piedras.</li> <li>Museo Arqueológico de Obando.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Piedra pintada y callejón en Aipe.</li> <li>Museo Paleontológico Villavieja.</li> <li>Petroglifos – Río Cabrera.</li> </ul>	Conveniente vinculación con Tierradentro (estrategias de Corredores Turísticos y Territorio Páez).
MEDIO	Turismo cultural	Turismo Urbano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ciudad Villamil</li> <li>Museos de Neiva: Arqueológico Regional, Jorge Villamil, Sanjuanero Huilense y Arte Contemporáneo del Huila.</li> <li>Arquitectura colonial de Paicol</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monumento a la Gaitana</li> <li>Templo Santa Rosa de Lima en Paicol</li> <li>Elaboraciones en totumo, Villavieja.</li> <li>Talla de piedras semipreciosas en Aipe.</li> <li>Cerámica de barro (chivas en Pitalito).</li> <li>Tejidos en fibras: fique en La Jagua, iraca en Suaza y plátano en San Agustín.</li> <li>Artesanía en madera y bronce en Garzón</li> </ul>	
MEDIO	Turismo cultural	Turismo Gastronómico	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bizcocho de achira</li> <li>Asado huilense</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Haciendas cafeteras</li> <li>Proceso de la cholupa</li> <li>Proceso del cacao</li> <li>Chivo asado</li> <li>Lechona huilense</li> <li>Danza del sanjuanero huilense.</li> </ul>	
ALTO	Turismo cultural	Eventos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco</li> <li>Festival de Brujas de la Jagua</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arquitectura colonial en La Jagua</li> <li>Rajaleñas</li> <li>Instrumentos musicales autóctonos</li> </ul>	

Fuente: Producto Turístico del Huila 2017

### Producto Turístico: Turismo de Naturaleza

Potencial	Producto	Subproductos	Recursos focales	Recursos complementarios	Observaciones
MUY ALTO	Turismo de naturaleza	Astroturismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>DRMI La Tatacoa</li> <li>Observatorio La Tatacoa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desierto de La Tatacoa</li> </ul>	
ALTO	Turismo de naturaleza	Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aviturismo</li> <li>Estrecho del Magdalena</li> <li>Salto de Bordonos</li> <li>Bosque seco tropical Aipe</li> <li>Desierto de La Tatacoa</li> <li>Embalse de Betania</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PNN Cueva de los Guácharos</li> <li>Reserva Natural Meremberg</li> <li>Salto de Bordonos</li> <li>Quebrada La Motilona</li> <li>Termalismo en Rivera</li> </ul>	Prioritario mejorar accesibilidad y conectividad y reforzar guianza especializada (aviturismo)
ALTO	Turismo de naturaleza	Aventura y turismo náutico	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rio Magdalena</li> <li>Rio Páez</li> <li>Caja de Agua</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sendero Chichayaco</li> <li>Embalse el Quimbo</li> </ul>	Actualmente oferta no reglada en el Quimbo.



Desarrollo del Producto Turístico del Huila Página 161



Fuente: Producto Turístico del Huila 2017



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

La Gobernación del Huila, a través de la Secretaría de Cultura y Turismo viene realizando una gestión de relevante importancia por el desarrollo del sector con la puesta en marcha del Sistema de Información Turística y Cultural del Huila "SITYC HUILA" como herramienta tecnológica que brinda información estadística sobre el comportamiento de la actividad turística en el departamento para la planificación y priorización de iniciativas y la creación de la marca territorial "Huila, un paraíso por descubrir". Esta busca promocionar el territorio con todas sus potencialidades, valorando el patrimonio cultural propio, la identidad, las tradiciones, prácticas comunitarias destacadas, valores, identidades, denominaciones de origen, entre otros. Todo esto con el fin de lograr una visión compartida de desarrollo, logrando beneficios de tipo social y económico implementando modelos de transformación productiva y de modelos asociativos de producción, y la consolidación de cadenas y alianzas productivas en el territorio.

Por otra parte, resulta importante mencionar la dinámica de la Mesa Sectorial de Turismo y Economía Creativa, la cual hace parte de la Comisión Regional de Competitividad e Innovación - CRECI-; esta se encuentra conformada por 16 integrantes, representados en prestadores de servicios turísticos - Agencias de viajes, establecimiento de alojamiento y hospedaje, guías turísticos, artesanos, transportadores y eventos y convenciones, así como entidades como el SENA, Gobernación del Huila - la Secretaría de Cultura y Turismo Departamental y oficina de competitividad y productividad - Cámara de Comercio de Neiva (que hace las veces de Secretaría Técnica de la mesa), la Policía de Turismo, la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena, representantes de las universidades, gremios turísticos, líder del comité promotor de la ruta competitiva de turismo; todos ellos abordan temas relacionados con iniciativas y proyectos en materia de turismo y economía creativa a nivel local, para hacer priorización de iniciativas, seguimiento, análisis y asesoría.

Así mismo, en los últimos años, la Gobernación junto a las alcaldías locales, ha realizado esfuerzos para diseñar productos turísticos de municipios como La Argentina, La Plata, Paicol, Tesalia, Rivera, San Agustín, Yaguará, Garzón y Gigante. Estas iniciativas se suman a otras adelantadas por la Cámara de Comercio de Neiva, relacionadas con el producto turístico y el logo marca para Neiva Ciudad Región, con el auspicio de 6 alcaldía y las articuladas a su estrategia Ruta Competitiva de Clúster Turismo, en búsqueda de la calidad y excelencia para el sector. Por su parte el municipio de Neiva adoptó como marca turística "Neiva Capital del Río Magdalena", buscando integrar los cascos urbanos de Neiva, Juncal, Fortalecillas y Villavieja al paisaje del río Magdalena a través de la navegación recreativa de carácter de aventura.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### 6.1 Accesibilidad vial

El Plan de Desarrollo del Huila 2016 - 2019 establece que la red vial del departamento está compuesta por 8.245,33 km distribuidos en tres tipos de redes viales:

**Primer orden:** (red vial nacional a cargo de la Nación, concesionada en su mayoría): 857,63 km. de los cuales 560,41 (65,34%) se encuentran pavimentados y 297,22 km. (34,66%) en afirmado. Al consultar las diferentes fuentes, se evidenció la falta de mantenimiento en los kilómetros pavimentados, produciendo un descenso en la calidad de sus condiciones (del 85% al 65%).

**Segundo orden:** (red vial secundaria a cargo de la Gobernación del Huila): 1.335,7 km, de los cuales 447,4 km están pavimentados y 888,3 km en afirmado. De los primeros, el 69% se considera en buen estado; los km. en afirmado exigen mantenimiento periódico permanente.

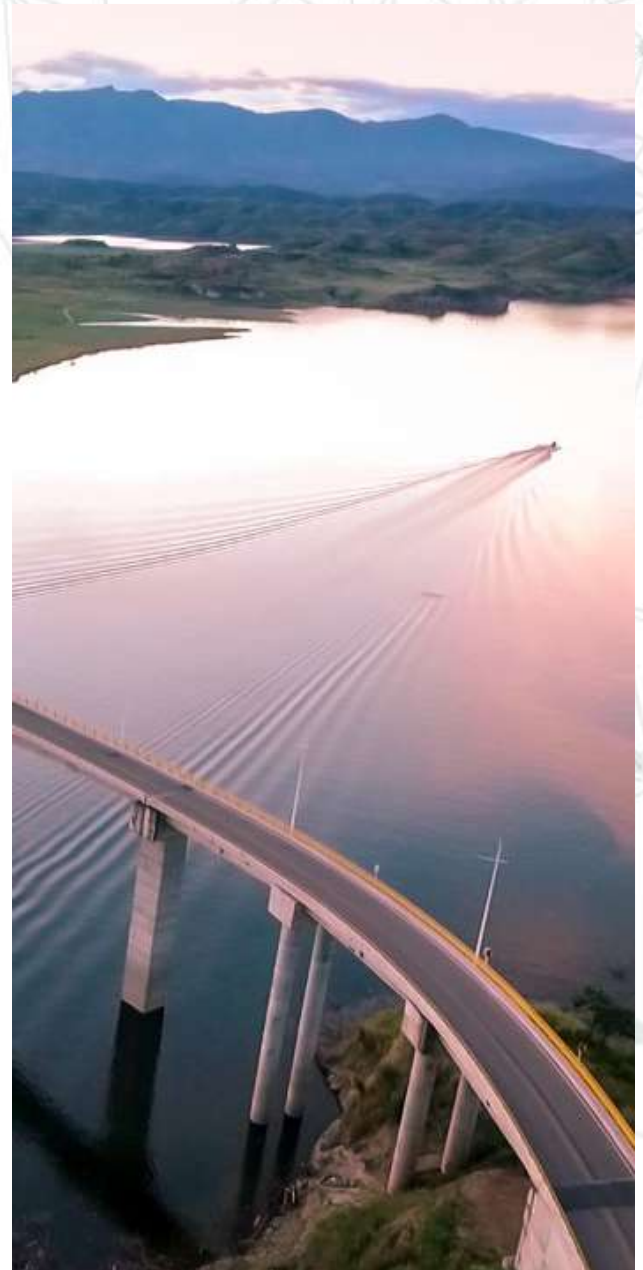
**Tercer orden:** (red vial terciaria, a cargo de los diferentes municipios; el departamento apoya en su mantenimiento): 6.052 km, de los cuales se han logrado mantener 1.404,86 km.

En los últimos años, el departamento ha ido mejorando su accesibilidad vial frente al atraso significativo que tenía a principios del año 2.000, lo que dificultaba la conexión terrestre con los mercados nacionales e internacionales.

Desde el 2018, la Gobernación del Huila junto al Invías vienen invirtiendo \$20.000 Millones en la pavimentación de la vía La Plata - Belén que comunica al Huila con el Cauca y a su vez con el Pacífico.

A continuación, se identifican los puntos intervenidos por la entidad nacional en la red vial nacional:

- Baraya- Colombia- La Uribe- San Juan de Arama, conocida como Transversal de la Macarena.
- Popayán - Coconuco - Paletará - Isnos o Corredor Paletará.
- Popayán - Totoro - Gabriel López - Inzá - Puerto Valencia - La Plata o también llamada Transversal del Libertador (con incumplimientos y retrasos). Se asegura que una vez esta vía esté lista, se consolidará como el corredor más rápido, seguro y cómodo para la comunicación del suroccidente del país con el centro y norte de Colombia, evitando el paso por La Línea.
- Garzón - Rio Loro - Neiva y La Plata - Laberinto.
- Altamira - Orrapihuasi - Depresión El Vergel - Florencia.
- Pitalito - Garzón y Variante de Garzón.
- Doble calzada Espinal - Neiva - Pitalito.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

Existe hoy en día expectativas por la iniciación de las obras de financiación, estudios, diseños definitivos, gestión social y ambiental, gestión predial, rehabilitación, mejoramiento, construcción, operación y mantenimiento de la vía Santana - Mocoa - Neiva, proyecto de la Agencia Nacional de Infraestructuras (ANI) entregada al concesionario Aliadas para el progreso al cual se le declaró caducidad del contrato por incumplimiento, falta de capacidad técnica y financiera; las obras que serán cedidas a un nuevo concesionario incluyen:

<b>1. Neiva-Campoalegre (21.9 Km)</b>	<b>Construcción y rehabilitación</b>
	Construcción segunda calzada
	Rehabilitación vía existente
<b>2. Campoalegre-Gigante (65 Km)</b>	Rehabilitación - mejoramiento - construcción
	Construcción de las variantes:
	Campoalegre: 5.33 Km
	Hobo: 3.92 m
	Tercer carril: laberinto
Betania Sur: Viaducto 280 Mts	
<b>3. Gigante-Garzón (35 Km)</b>	Rehabilitación - Construcción de vía nueva
	Variante Gigante: 5.08 Km
<b>4. Garzón-Pitalito-San Agustín (109.6 Km)</b>	Rehabilitación - Mejoramiento - Construcción de vía nueva
	Variante Timaná: 3.86 Km
	Rehabilitación vía Pitalito-San Agustín
	Tercer carril: Alto de Garzón
	Pericongo: construcción de viaductos

Fuente: Aliadas para el progreso, 2018

Por otra parte, en diciembre 2015 se dio inicio formal de otra mega obra de construcción de autopista de cuarta generación: Neiva- Girardot, la autopista que tendrá una longitud de 193 kilómetros, incluye la construcción de 74 kilómetros de segunda calzada, 21.3 kilómetros de mejoramiento vial, la edificación de 32 puentes, 3 intercambiadores a nivel y 4 a desnivel; las obras serán desarrolladas a lo largo de la vía que pasa por El Juncal, Neiva y Aipe-Huila, también por Saldaña y Espinal-Tolima hasta Girardot, en Cundinamarca. Este proyecto mejorará la conectividad de la región con el centro del país y traerá, sin lugar a dudas, oportunidades para el turismo.

## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

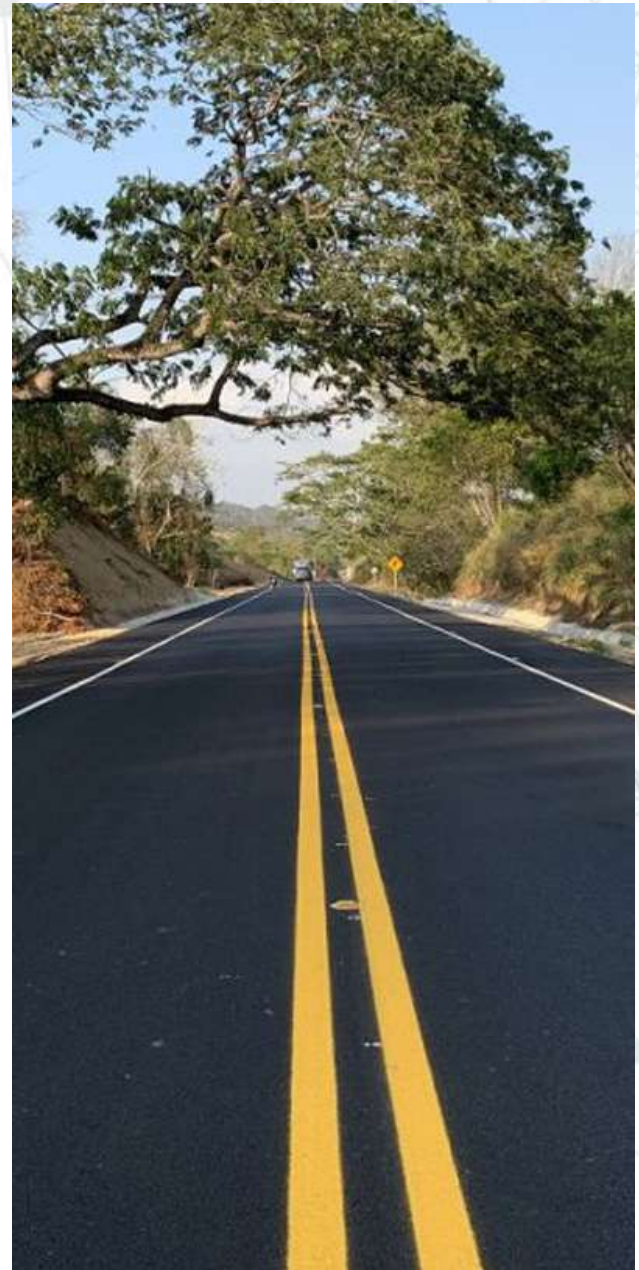
Para dar por concluida la descripción de los proyectos viales del Departamento, cabe destacar que el INVÍAS también reporta la realización de estudios a nivel de fase I de la conexión Buenaventura - Orinoquía: Palmira - Las Cruces - Colombia, así como estudios y diseños para la rehabilitación de la vía Sombrerillos - La Portada- Pitalito, entre otros.

Desde el punto de vista turístico, el avance de algunas de las obras propuestas en el Plan Vial Regional 2009 - 2018, hicieron posible la conexión de prácticamente la totalidad de las cabeceras municipales con acceso pavimentado (vías secundarias y terciarias). En este sentido, se garantizó la conectividad regional turística a partir de la construcción del Anillo Turístico del Sur del Huila que enlaza los municipios de Pitalito, Isnos y San Agustín a lo largo de 21 kilómetros, por donde transitan el mayor número de turistas nacionales y extranjeros que visitan la Zona Arqueológica del Departamento. Adicionalmente, el Plan de Desarrollo Turístico departamental 2012- 2015 destaca otros circuitos turísticos viales que comunican y conectan a Neiva con diferentes ejes de desarrollo turístico de la región:

- Neiva-Caguán-La Ulloa-Rivera-Juncal-Neiva.
- Neiva-Villavieja-Desierto de la Tatacoa-Neiva.
- Neiva-Yaguará-Hobo-Neiva.
- Neiva-Gigante-Silvania-Zuloaga-Garzón-La Jagua-Neiva.
- Neiva-Pitalito-San Agustín-Isnos-Neiva.
- Neiva-Tesalia -Paicol-La Plata-San Andrés de Pisimbalá (Tierradentro en el Cauca).

La Gobernación se encuentra actualmente interviniendo y rehabilitando 82 kms de vías de los destinos turísticos más importantes del departamento, entre las que se destaca la vía entre Cucará y el municipio de Villavieja, eje de alta movilidad hacia una de los atractivos más importantes del departamento como lo es el desierto de la Tatacoa con una inversión superior a las \$7.000 millones.

Se debe continuar con este tipo de iniciativas que conectan y articulan al destino Huila con el mercado interno y con los mercados emisores.





## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### 6.2 Transporte

Al departamento del Huila se accede fundamentalmente en transporte terrestre y aéreo; la modalidad fluvial conecta en algunos casos zonas rurales a cascos urbanos en naves artesanales, popularmente conocidas como canoas y en ocasiones en balsas.

#### 6.2.1 Transporte terrestre

El principal medio de comunicación con Neiva, desde la capital del país al departamento se realiza por vía terrestre, con una distancia total de aproximadamente 315 km., mediante el tramo Bogotá - Soacha - Fusagasugá - Melgar - Espinal - Natagaima - Aipe - Neiva, en un recorrido aproximado de 5 horas y media. Dicha concesión cuenta con 5 peajes: Chusacá (\$10.300), Chinauta (\$10.300), Flandes (\$11.700), Aipe (\$11.700) y Neiva (\$11.700). También es posible arribar desde Bogotá por la calle 80, lo que incrementa el costo de 5 a 7 peajes (Río Bogotá y El Corzo, \$8.000 cada uno).

Desde la terminal de transporte de Bogotá, donde operan 84 compañías, existe un buen portafolio de servicios por parte de las empresas transportadoras que permiten el traslado a los municipios de Acevedo, Garzón, La Plata, Neiva, Pitalito y San Agustín y desde ellas a los restantes municipios del Departamento.

La movilidad de pasajeros al interior de todo el departamento se realiza a través de las 4 terminales de transporte terrestre de pasajeros existentes, Neiva -Módulo Centenario y Módulo Regional-, Garzón, La Plata y Pitalito las cuales cuentan con el equipamiento necesario para tal fin: De acuerdo a cifras reportadas por el Sistema de Información Turística y Cultural del Huila -SITYC-, durante el 2018 se movilizaron por los terminales del Huila un total de 9.786.335 pasajeros en un total de 750.517 vehículos.

Se estima que las infraestructuras de los terminales existentes brindan la capacidad suficiente para atender la demanda actual del servicio con una proyección planificada de operación para los próximos 20 años, sin desestimar la necesidad de construir la terminal de transporte terrestre de San Agustín, importante receptor de turistas al igual que realizar mantenimiento, modernización e implementar tecnologías en los terminales existentes.

#### 6.2.2 Transporte aéreo

Como alternativa de desplazamiento desde Bogotá, es posible acceder a través de los aeropuertos Benito Salas Vargas de Neiva y Contador en Pitalito, los dos únicos del departamento que permiten la operación comercial. Sea como fuere, el tiempo de vuelo Bogotá - Neiva es de aproximadamente 0:50 minutos y Bogotá- Pitalito de 01:26 minutos.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

Según cifras del Sistema de Información Turística y Cultural del Huila -SITYC- durante el 2018 se movilizaron 295.200 pasajeros por los aeropuertos del departamento, 4% menos que en el año 2017 en donde se movilizaron 308.648 pasajeros.

En la actualidad, las aerolíneas comerciales que operan en el aeropuerto Benito Salas son Easyfly y Avianca; además, la compañía de chárter SEARCA y la de carga Cargo -Líneas Áreas Suramericanas-. En octubre de 2015, salió de operación la aerolínea LATAM, aduciendo razones de cambio en aeronaves y baja demanda.

Los vuelos que aterrizan en el aeropuerto Benito Salas provienen de Bogotá y Cali; Esta terminal aérea fue remodelada en el año 2012, luego de varios años con una infraestructura y servicios obsoletos. Así, se ampliaron sus instalaciones (área total actual de 5.200 m<sup>2</sup>), gracias a una inversión que superó los \$15 mil millones de pesos; se remodeló la torre de control, el terminal de pasajeros y el nuevo cuartel de bomberos. En el año 2015 la Aerocivil tomó la decisión de entregar el aeropuerto en concesión; no obstante, fue declarada desierta por falta de proponentes, proceso que se encuentra pendiente de dar nuevo trámite a fin de contar con nueva administración.

Por otro lado, el aeropuerto Contador de Pitalito es operado actualmente por la aerolínea SATENA, con 12 vuelos semanales, 7 en la vía Bogotá - Pitalito - Bogotá y 5 en la vía Cali - Pitalito - Cali; se encuentra situado a 6 kms de la zona urbana de Pitalito, cuenta con una pista una de 1.860 mts de longitud aproximada, lo que le impide que aterricen aviones de gran tamaño en dicha terminal; Por encontrarse a 30 minutos del Parque Arqueológico de San Agustín, considerado Patrimonio de la humanidad por la UNESCO, tiene amplias posibilidades de crecimiento por su demanda turística.

El aeropuerto de Contador, actualmente cuenta con una infraestructura básica de servicios de soporte. La Vicepresidencia de la República, en diciembre de 2015 identificó las obras previstas dentro de la concesión: ampliación de la pista en 282 metros, pasando de 1.860 a 2.142 metros; la construcción de la zona de seguridad de extremo de pista; la edificación de la plataforma de viraje en ambas cabeceras; ampliación de la plataforma, renovación de los equipos de la terminal de pasajeros, la instalación del sistema de aire acondicionado en todas las áreas públicas de la terminal y la reposición de la maquinaria del Sistema de Extinción de Incendios.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### 6.2.3 Transporte fluvial

El Plan de Desarrollo Turístico del Huila 2012 - 2015 evidencia información en lo relacionado con el transporte fluvial en el Departamento en donde se resalta las posibilidades de navegación principalmente por el río Magdalena, la cual se realiza a escala regional, en embarcaciones de pequeño tamaño y para la atención local; no existe posibilidad técnica en este momento de realizar navegación regional.

Dado el gran potencial que tiene el río Magdalena, ya se han realizado algunas inversiones en la construcción de malecones en los municipios de Neiva al igual que en Yaguará a orillas de la Represa de Betania, ambos escenarios de belleza paisajística inigualable, inversiones que se encuentran en proceso de deterioro, requiriendo la atención inmediata de las autoridades competentes.

Según Cormagdalena, el departamento del Huila posee un gran potencial hídrico que sirve como medio de transporte fluvial, bajo el concepto de hidrovía, donde complejos sistemas naturales y artificiales se comunican y permiten una dinámica en la logística de transporte de personas y mercancías en forma segura y permanente, con el empleo de alta tecnología en su construcción; en 2018 el director de Cormagdalena manifestó en su visita al departamento la necesidad de adelantar estudios técnicos para determinar a ciencia cierta la navegabilidad comercial en lo que al Huila respecta.

En el municipio de Villavieja se viene adelantando la construcción del malecón con una rampa de embarcadero, zona de circulación peatonal y vehicular, y muelle.

En necesario para el aprovechamiento turístico del río Magdalena en la ciudad de Neiva, incentivar las actividades en este importante afluente, la recuperación definitiva del Parque Isla del Río Magdalena que se encuentra en la zona insular del mismo que se localiza al occidente de Neiva, con una extensión aproximada de 47 hectáreas y 3 kilómetros de senderos temáticos para caminantes, o para desplazamientos a caballo o en bicicleta, la realización de actividades al aire libre, hacer canotaje, observar flora y fauna, entre otras actividades.

Si bien se ha invertido una considerable cifra en proyectos que articulan el componente hídrico con el turístico, la recreación y el tiempo libre, la mayoría de equipamientos citados, se encuentran en avanzado estado de deterioro y abandono, requiriendo del apoyo y la atención necesaria por parte de las administraciones municipales, regionales y departamentales.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### 6.3 Señalización turística

El departamento realizó la instalación de señalización turística en sus vías de manera permanente en el año 2012. No obstante, las señales viales sufren reiterados deterioros, se destruyen e incluso hay faltantes, además se hace evidente en la red vial la necesidad de señalización informativa - direccional en la red vial.

Se hace necesaria la instalación de señales turísticas en vías secundarias y terciarias que conectan atractivos turísticos identificados.

Por otra parte, existe en Colombia la Red Nacional de Puntos de Información Turística -PIT- la cual ofrece información turística confiable que se entrega a los turistas en los diferentes destinos turísticos de Colombia y la cual es complementaria a la señalización turística existente.

La red de Puntos de Información se creó a partir del año 2006; en la actualidad la red de Puntos de Información Turística cuenta con un total de 108 PITs: 89 PITs físicos y 19 digitales ubicados en 66 ciudades y 26 departamentos del país.

El objetivo de la red es contribuir a la orientación y satisfacción del visitante y servir como herramienta de recaudo de la información para establecer los indicadores propios de cada región.

En lo que respecta al departamento del Huila, actualmente existen 3 PITs que hacen parte de la red nacional de PITs de Colombia:

**1. Pitalito:** Ubicado en la Cámara de Comercio de Neiva, seccional Pitalito

Aliado: Cámara de Comercio de Neiva, seccional Pitalito

**2. Neiva:** INTERIOR AEROPUERTO BENITO SALAS

Aliado: Gobernación del Huila - Alcaldía de Neiva - Sena Huila

**3. San Agustín:** Local Alcaldía Municipal

Aliado: Alcaldía de San Agustín

Por su parte, la Gobernación del Huila -Secretaría de Cultura y Turismo- viene en la actualidad haciendo importantes esfuerzos para fortalecer los Puntos de Información Turística propios del departamento en los municipios de Isnos, Gigante, Villavieja y próximamente Paicol, con el apoyo de las administraciones municipales a fin de atender las necesidades de información turística a los visitantes nacionales y extranjeros que frecuentan dichos municipios.

La Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento ha venido entregando insumos, equipos e instrumentos a estos municipios (Computadores, Televisores, material promocional, equipos de soporte, entre otros) para el fortalecimiento de los PITs, de igual manera a autorizado a los municipios para el uso de la Marca Huila en los PITs teniendo en cuenta los requisitos y condiciones establecidos para tal fin: Por su parte las administraciones municipales de Isnos, Gigante, Villavieja se han comprometido entre otras a aportar el lugar de funcionamiento del respectivo PIT, aportar los recursos técnicos, tecnológicos y humanos necesarios para la prestación del servicio, así como mantener la operatividad de los PITs

Para las temporadas de San Pedro en conjunto con la Policía de turismo y de acuerdo a la necesidad se manejan 2 PITs móviles en la ciudad de Neiva.

## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### 6.4 Educación

En materia de educación se analiza su comportamiento general, y por supuesto, se abordará el tema de la educación turística en los componentes del Programa Colegios Amigos del Turismo, articulación a la media técnica y formación profesional.

#### Aspectos generales de la educación en el Huila

Con respecto a los niveles de educación, el departamento cuenta con 177 establecimientos educativos oficiales y 1.450 sedes en 35 municipios dependientes de la Secretaría de Educación del Huila; se exceptúan Neiva y Pitalito cuyas administraciones municipales adoptaron la educación en su esquema organizacional y presupuestal.

Para brindar el servicio educativo en los planteles oficiales, la Secretaría de Educación del Huila, incorpora en su plantel a 6.197 docentes, 432 directivos docentes y 534 servidores administrativos.

Para el 2019 la Secretaría de Educación del departamento reporta un total de 131.788 alumnos matriculados.

#### Programa Colegios Amigos del Turismo

Según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, existen 9 entidades de educación básica, media y secundaria pertenecientes al Programa Nacional Colegios Amigos del Turismo [CAT] que benefician a 4.300 estudiantes del Departamento y cuya finalidad consiste en preparar a una nueva sociedad en la importancia y los efectos positivos y negativos generados por la actividad turística; coincidentemente, todos los CAT se encuentran ubicados en los municipios identificados como de vocación turística. Ellos son: Institución Educativa Luis Édgar Durán Ramírez de Paicol; Institución Educativa Laureano Gómez y Calos Ramón Repizo de San Agustín; Institución Educativa El Rosario en Tesalia; Institución Educativa Amelia Perdomo de García en Yaguará; Institución Educativa Gabriel Plazas de Villavieja; Colegio Rodrigo Lara Bonilla y Liceo de Santa Librada, Colegio Reinaldo Matiz en Neiva.

#### Articulación a la Media Técnica

Articulación a la Media Técnica es un programa institucional del SENA, entidad que mediante la celebración de un convenio con instituciones educativas de educación secundaria forma a los estudiantes durante el desarrollo de los grados décimo y once en una actividad productiva, actividad que les permitirá a los estudiantes articularse a la vida laboral al graduarse como bachiller, convirtiéndose en muchos casos en una fuente de financiación durante la formación profesional.

Con la información proporcionada por el Centro Agroempresarial y Turístico con sede en el municipio de La Plata, y advirtiendo que no fue posible lograr la información correspondiente a la sede Pitalito, se consolidó la información correspondiente al Programa de Articulación a la Media Técnica para el año lectivo de 2017, consolidado que se presenta en el siguiente cuadro.

GOBERNACIÓN DEL HUILA - SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO		
PROGRAMA DE ARTICULACIÓN A LA MEDIA TÉCNICA CON EL SENA - 2017		
PROGRAMA	ARTICULACIONES	%
AGRICOLA	28	27,18
AMBIENTAL	7	6,80
AGOINDUSTRIA	3	2,91
INFORMATICA	38	36,89
TURISMO	7	6,80
COMERCIO	9	8,74
FINANZAS	4	3,88
ADMINISTRATIVAS	4	3,88
PINTURA ARQUITECTONICA	1	0,97
REDES ELÉCTRICAS	1	0,97
CONFECCIÓN	1	0,97
TOTAL	103	100,00

Fuente: Cuadro elaborado con base en información SENA/Convenio Hocol-FAM-Albeiro Castro Yépez, 2017

El cuadro permite inferir que la formación en turismo pesa un 6.80%, formación que incluye venta de productos turísticos relacionado con la operación de agencias de viajes; recreación, cocina y panadería. Se nota la ausencia de formaciones en habitaciones, mesa y bar, actividades turísticas en auge en las ciudades cabeza de región, esto es, Neiva, Pitalito, La Plata y Garzón. La formación en actividades agropecuarias con un peso del 27.18% no sorprende, pues, la economía huilense se soporta en el desarrollo del sector primario, de igual manera el peso de las formaciones en actividades relacionadas con informática con el 36.89% materializan la vocación del mundo contemporáneo por la sistematización de todo tipo de información, así como, el diseño y mantenimiento de programas y equipos de cómputo.

## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### Formación profesional

El Huila cuenta con una extensa red de entidades de educación superior, con presencia generalizada en Neiva y otras cabeceras municipales; entre las instituciones educativas con sedes en Pitalito, La Plata y Garzón, se mencionan: las universidades Surcolombiana - USCO -, Nacional Abierta y a Distancia - UNAD -, Cooperativa de Colombia, Minuto de Dios y Antonio Nariño - UAN -, Corporación Universitaria del Huila - CORHUILA; así mismo, los centros regionales de educación superior - CERES, ofrecen sus servicios en La Plata, Altamira y Garzón. No obstante, la oferta de programas académicos relacionados con el turismo no es tan amplia, se destacan programas relacionadas con esta disciplina: Administración de Empresas Turísticas (profesional) de la Corporación Universitaria del Huila [CORHUILA], Administración Turística y Hotelera ofrecido por la Usco en Pitalito, la tecnología en Coordinación Logística de Eventos Culturales y Artísticos de la Universidad Antonio Nariño en Neiva y los programa de Animación turística, Aplicación de buenas prácticas en establecimientos de alojamiento y hospedaje, Diseño de recorridos turísticos en espacios rurales, Dulce aventura eco ancestral-alojamiento rural el container, Emprendedor en desarrollo de actividades turísticas en espacios naturales, Emprendedor en prestación de servicios de alojamientos rurales, Guianza turística, Marketing online de productos turísticos, Mesa y bar, Operación turística local, Reconocimiento y registro de especies para el aviturismo, Servicios de agencias de viajes y Servicio de alimentos y bebidas, todos estos ofertados por el Sena.

Se espera para el 2020 contar dentro de la oferta del SENA con la Especialización tecnológica en guianza para la observación de aves, reglón del turismo que cuenta con gran potencial en el departamento y creciente demanda nacional e internacional.

En suma, el análisis de la información relacionada con la educación permite inferir que en el departamento del Huila no se ha estructurado la cadena de formación en turismo, cadena que demanda la inserción del turismo en el Plan Educativo Institucional-PEI, incluyendo en los ciclos de formación el servicio social en turismo y la articulación a la Media Técnica en actividades turísticas, de forma tal, que se puedan instituir programas de movilidad académica con universidades para que el egresado como bachiller acceda a la formación profesional homologando asignaturas, homologación que se traduce en ahorro de tiempo y por supuesto de dinero.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### 6.5 Salud

El Departamento presta la atención en salud a sus habitantes y a la población flotante, a través de 41 hospitales: 37 de primer nivel, 3 de segundo nivel y 1 de tercer nivel. Los más importantes, que atienden complejidades 1 y 2 son los siguientes:

- Hospital Universitario de Neiva "Hernando Moncaleano Perdomo"
- Hospital Departamental San Antonio de Pitalito
- Hospital Departamental San Vicente de Paul de Garzón
- Hospital Departamental San Antonio de Padua La Plata

Desde el año 2013 se viene trabajando en el fortalecimiento de la red pública de prestación de servicios de salud del departamento, lo que mejorará la situación actual. No solamente se necesitan obras, sino que es ineludible mejorar la prestación de los servicios que recibe la comunidad por parte de las empresas prestadoras y las IPS, tanto de red pública como privada.

### 6.6 Seguridad

Las condiciones de seguridad para el turismo mejoraron a partir de agosto de 2011 época en la se creó el Comité Departamental de Seguridad Turística, el cual ha venido encargándose de adoptar medidas que mitiguen el efecto de los delitos de impacto relacionados con la seguridad e integridad física de las personas; atraco, fleteo, así como, la seguridad vial, es decir, casos que corresponden con muertes y lesiones en accidentes de tráfico, entre otros aspectos de seguridad y tranquilidad ciudadana.

El Comité Departamental de Seguridad Turística se encuentra a cargo de la Secretaría de Cultura y Turismo departamental y tiene como finalidad actuar como órgano consultivo en materia de coordinación y asesoramiento a las autoridades pertinentes para efectos de seguridad; el Comité articula, concierta y coordina interinstitucionalmente e intersectorialmente con la Policía de Turismo, los entes territoriales y el sector privado; igualmente, implementa proyectos y actividades que promueven medidas de control y prevención con la finalidad de vigilar y proteger a los prestadores de servicios turísticos, los atractivos turísticos y brindar información y asesoramiento al turista. También le corresponde incentivar la cultura ciudadana, implementar actividades concernientes a la prevención de la Explotación sexual de niños, niñas y adolescentes -ESCENNA- y evaluar y adoptar planes acordes a la Red de Seguridad Turística.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

El Comité Departamental de Seguridad Turística además toma como referencia lo establecido en el "Plan Estratégico de Seguridad Turística" elaborado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el año 2016 el cual busca en términos generales incrementar la seguridad para los usuarios de servicios turísticos, adoptando estrategias, proyectos y acciones que promuevan medidas de control y prevención, dirigidas a los prestadores de servicios, turísticos, vigilancia y protección de los atractivos turísticos, información y orientación al turista, así como acciones para el fortalecimiento institucional.

Dentro de las estrategias que se destacan están:

1. Control y prevención de los prestadores de servicios turísticos.
2. Vigilancia de atractivos y actividades turísticas.
3. Fortalecimiento de la información y orientación al turista en las regiones turísticas.
4. Fortalecimiento de la Policía de Turismo.
5. Consolidación de los Comités Departamentales de Seguridad Turística.
6. Seguridad en carreteras - Rutas Turísticas Seguras.
7. Promoción y divulgación.
8. Asistencia técnica a nivel internacional.

En la actualidad, los delitos que impactan la seguridad y tranquilidad ciudadana como el homicidio, la extorsión y el terrorismo, estuvieron a la baja durante 2015, en Neiva: según la Policía Metropolitana, se presentaron 62 homicidios, 3 menos que en 2014, lo que representó una reducción del 5%. Entre tanto, la extorsión cayó 17% y el terrorismo se redujo en un 86%. También se presentó una reducción del 21% en el hurto a viviendas y una caída del 25% en el de vehículos. En materia de operatividad, la entidad reportó 2.989 capturas en flagrancia y 287 por orden judicial; recuperó 17 vehículos y 135 motos reportados como robados; también incautaron 149 armas de fuego ilegales.

En los demás municipios del Huila, se presentaron, durante 2015, 136 homicidios, 16 menos que en 2014, lo que representó una reducción del 11%. El Plan de Desarrollo Departamental menciona que el territorio ha contado con la presencia de las FARC desde sus orígenes. Se espera que con la reciente firma de los Acuerdos de Paz, la situación de seguridad mejore en la totalidad de los municipios huilenses, especialmente en aquellos donde se habían asentado las macro estructuras o bloques del grupo insurgente.





## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

En relación con la seguridad, todos los municipios cuentan con presencia del Ejército Nacional y de la Policía Nacional. Sin embargo, aunque los indicadores muestran un avance en el mejoramiento de las condiciones de seguridad, aún persisten los delitos de alto impacto, tales como hurto a personas, vivienda, vehículos y contra la vida. Se resalta en este aspecto el continuo trabajo por parte de la Policía en el mejoramiento de la seguridad ciudadana.

Adicionalmente la Policía de Turismo viene trabajando en el análisis de la oferta de los sitios de interés turístico, los cuales se encuentran establecidos en la Resolución 348 de 2007 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

El Grupo de Protección Turismo y Patrimonio Nacional DEUIL cuenta con funcionarios en Pitalito, Villavieja y San Agustín y está conformado por 10 integrantes. Las funciones que adelantan tienen que ver con actividades y campañas dirigidas a garantizar la seguridad de los turistas y visitantes presentes en el departamento. En relación con la cobertura del servicio de protección al ciudadano, la Policía Nacional ha distribuido sus efectivos en siete sedes como lo muestra el siguiente cuadro.

DEPARTAMENTO DE POLICIA HUILA					
DISTRIBUCION DE LAS UNIDADES DE VIGILANCIA Y CONTROL					
DISTRITO	SEDE	ESTACIONES	SUBESTACIONES	PUESTOS	CAI
	NEIVA	4	3	0	13
UNO	BARAYA	4	1	0	0
DOS	CAMPOALEGRE	4	1	0	0
TRES	GARZON	4	3	1	0
CUATRO	GUADALUPE	6	2	0	0
CINCO	PITALITO	6	1	0	4
SEIS	LA PLATA	5	0	0	0
SIETE	YAGUARA	4	0	0	0
TOTAL		37	11	1	17

Por su parte, el Ejército Nacional atiende los requerimientos de seguridad del departamento del Huila a través de la Novena Brigada, unidad militar que opera desde la ciudad de Neiva, se espera que en la etapa del posconflicto las unidades táctico militares que enfocaban su estrategia en la protección de la sociedad civil de las operaciones insurgentes, a partir de la firma del Acuerdo de Paz se encaminen en la implementación de proyectos que coadyuven en el desarrollo socioeconómico de los huilenses. Las unidades tácticas militares adscritas a la Novena Brigada se muestran en el siguiente cuadro.

No.	UNIDADES TÁCTICO MILITARES
1	Batallón de Artillería No. 9 "Tenerife" - Neiva
2	Batallón de Infantería No. 27 "Magdalena" - Pitalito
3	Batallón de Infantería No. 26 "Cacique Pigoanza" - Garzón
4	Batallón de A.S.P.C. No. 9 "Cacica Gaitana" - La Plata
5	Batallón de Instrucción, Entrenamiento y Reentrenamiento No. 9 "Vicente de la Rocha y Flórez"
6	Batallón Especial energético y Vial No. 12 "Cr. José María Tello"
7	Batallón de Combate Terrestre No. 9 "Los Panches"
8	Grupo Gaula Huila
9	Fuerza de Tarea Algeciras



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### 6.7 Organismos de socorro

Los organismos de socorro se definen como aquellos formados con la misión de acompañar a la comunidad en las emergencias y en los ejercicios de mitigación del riesgo cuando se realizan actividades que registran asistencia masiva de público; entre ellos, Cruz Roja, Defensa Civil y Bomberos.

#### Cruz Roja

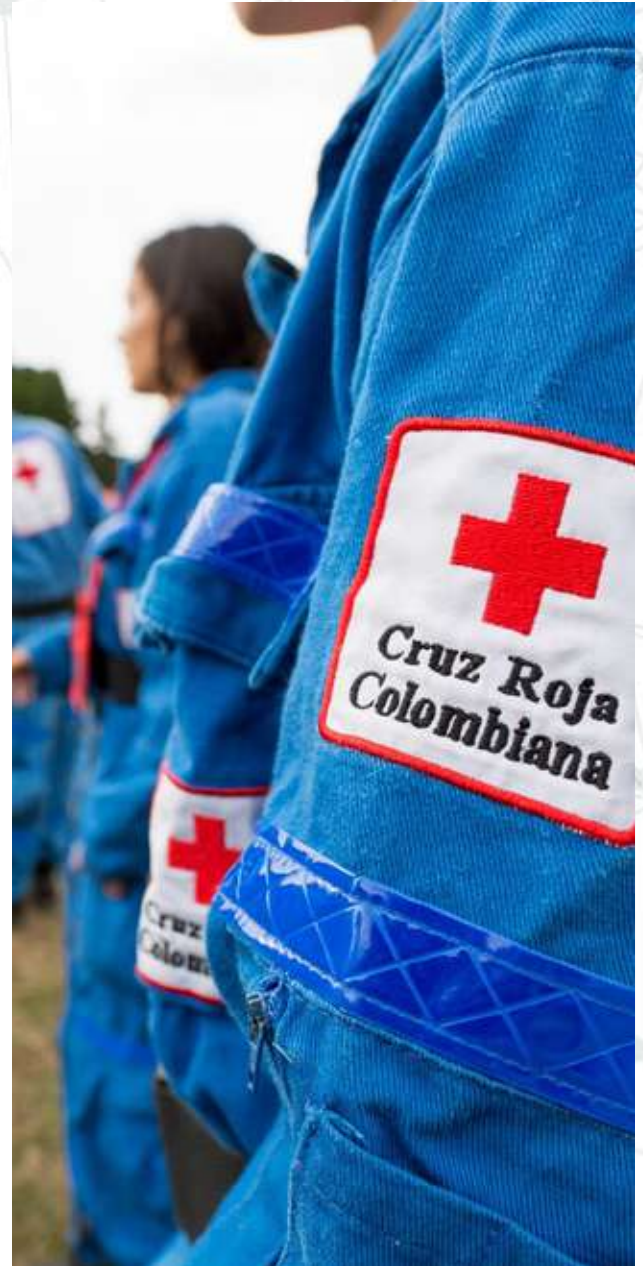
La Cruz Roja es una institución humanitaria que está organizada como una Seccional con sede en la ciudad de Neiva y Grupos de apoyo en los municipios de Neiva, Pitalito, Garzón, La Plata, Tello, Aipe y Baraya.

Cuenta con 47 años de servicio comunitario sin ánimo de lucro y cuyo fin es la prestación de servicios de Salud y Educación.

Su misión es "Salvar vidas, prevenir y aliviar el sufrimiento humano en todas las circunstancias, fortaleciendo las capacidades comunitarias, promoviendo una cultura de paz, la inclusión social, la salud, la gestión del riesgo de desastres, adaptación al cambio climático, la educación, los derechos humanos y el derecho internacional humanitario; con el compromiso y el espíritu humanitario de los voluntarios bajo los Principios y Valores de la Institución". Para ello realiza alianzas con entidades privadas o gubernamentales para adelantar los programas necesarios para cumplir su Misión.

Dentro de sus funciones se destacan la atención de emergencias, gestión del riesgo, desarrollo de programas y proyectos sociales, prestación de servicios de salud, entre otros.

Ofrece voluntariados a la juventud, el socorrismo y Damas grises.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### Defensa Civil

La Defensa Civil Colombiana se encarga de hacer la prevención inminente y atención inmediata de los desastres y calamidades y como integrante del Sistema Nacional para la Prevención y Atención de Desastres, le compete ejecutar los planes, programas, proyectos y acciones específicas que se le asignen en el Plan Nacional para la Prevención y Atención de Desastres, así como participar en las actividades de Atención de Desastres o Calamidades declaradas, en los términos que se definan en las declaratorias correspondientes y especialmente, en la fase primaria de atención y control.

Presta sus servicios en el departamento del Huila a través de cuatro regionales, información relacionada en el siguiente cuadro:

Subcentro	Subnorte	Suboccidente	Subsur
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altamira</li> <li>• Agrado</li> <li>• Garzón</li> <li>• Gigante</li> <li>• Pital</li> <li>• Guadalupe</li> <li>• Suaza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aipe</li> <li>• Algeciras</li> <li>• Campoalegre</li> <li>• Hobo</li> <li>• Iquira</li> <li>• Neiva</li> <li>• Santa María</li> <li>• Tello</li> <li>• Teruel</li> <li>• Villavieja</li> <li>• Yaguará</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Plata</li> <li>• Nátaga</li> <li>• Paicol</li> <li>• Tesalia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acevedo</li> <li>• Isnos</li> <li>• Palestina</li> <li>• Pitalito</li> <li>• San Agustín</li> <li>• Timaná</li> </ul>

En el marco de su competencia, desarrolla procesos de gestión del riesgo de desastres, acción social y gestión ambiental, para mejorar la seguridad, el bienestar y la calidad de vida de la población en el territorio.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### Bomberos

En el departamento del Huila operan 37 Estaciones de Bomberos, esto es, una en cada municipio, a los Directores de Estación se les denomina comandante, dos de ellos ostentan el título de capitán, dos tenientes y dos subtenientes, 31 directores tienen rango de Bombero.

Los bomberos oficiales y voluntarios son los encargados de la implementación de políticas y normatividad tendiente a garantizar la prestación eficiente del servicio público esencial de gestión integral de riesgo contra incendio, los preparativos y atención de rescates en todas sus modalidades y la atención de incidentes con materiales peligrosos, brindando su máximo desempeño a toda la comunidad acorde a su vocación de servicio.

Si bien, los organismos de Socorro hacen presencia en el territorio huilense se requiere que el personal vinculado se capacite en labores de salvamento y rescate, especialmente para las actividades turísticas de contacto con la naturaleza, ecoturismo y turismo de aventura, requiriéndose adicionalmente, la dotación de la maquinaria y equipos necesarios y adecuados para cumplir con la misión de apoyo al sector turismo.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### 6.8 Servicios Públicos

La referencia a los servicios públicos marca un componente de vital importancia para la calidad de vida de la población local, pero también, para la confortabilidad del turista, se trae entonces, información sobre los servicios de acueducto, alcantarillado, recolección de residuos sólidos, energía, incluido gas, y comunicaciones, incluido internet y telefonía.

En el marco de su competencia, desarrolla procesos de gestión del riesgo de desastres, acción social y gestión ambiental, para mejorar la seguridad, el bienestar y la calidad de vida de la población en el territorio.

#### Acueducto

La cobertura del servicio de acueducto en cabeceras urbanas llegó el 98,1%, cifra que se encuentra por encima de la media nacional del 97,13%, la cual se aproxima al cumplimiento del Objetivo del Milenio que fue del 99,2%. Este cubrimiento ha sido posible gracias a la inversión de \$42.242 millones de pesos en el último cuatrienio, para la optimización de la infraestructura de acueducto.

Al revisar las cifras de agua potable y saneamiento básico rural, los porcentajes cambian considerablemente. Se constata que el abastecimiento de agua en lo rural llega al 66,84% de la población, cifra que se encuentra bastante por debajo de la media de cobertura rural en el país (72,8%), a pesar que se ha mejorado desde el año 2012 en un 5% aproximadamente. El departamento cuenta con 102 Plantas de Tratamiento de Agua Potable [PTAP] que benefician a 256 veredas, en su mayoría subutilizadas por la población local, por falta de capacitación en el uso adecuado de las mismas.

#### Servicio de alcantarillado y tratamiento de aguas residuales

En lo concerniente al alcantarillado en cabeceras municipales, el departamento presenta un 95,41% de cubrimiento, ubicándose bastante por encima de la media nacional (91,65%).

El sistema de tratamiento de aguas residuales en las cabeceras municipales depende de las Plantas de Tratamiento [PTAR's]; el Huila cuenta con 21 plantas de este tipo que limpian el 21% de la contaminación generada en las aguas en todo el Departamento.

El panorama con el servicio de alcantarillado en áreas rurales del departamento es desesperanzador; solo el 23,22% del territorio huilense cuenta con el servicio.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### Recolección de residuos sólidos

En el departamento del Huila operan 37 En cuanto a la recolección de residuos sólidos en áreas urbana, el indicador departamental se ubica en el 98,78%. La disposición final de los mismos es sumamente importante porque de ello depende el impacto ambiental negativo. Pero esta situación no se corrige solo con la ubicación de un relleno sanitario; se requiere implementar estrategias que garanticen el alargamiento de su vida útil. En este sentido, el departamento del Huila contaba con 4 sitios habilitados para tal efecto, pero fueron cerraron dos de ellos, los que actualmente se encuentran en operación son:

- Relleno Sanitario Los Ángeles que sirve a Neiva y el resto de municipios
- Biorgánicos del Sur que incluye los municipios del área sur del departamento.

El municipio de Suaza lleva sus residuos a un relleno sanitario del departamento de Caquetá.

La falta de sitios destinados para la disposición final de residuos en número o en extensión, provoca que los programas de selección en la fuente se vean impactados negativamente en la mayoría de municipios y que se incrementen los gastos de traslado de éstos en las 14 localidades que no tienen cerca los rellenos. Es preciso enfatizar que la capacidad de carga del relleno sanitario Los Ángeles, puede desbordarse, teniendo en cuenta que solamente Neiva genera el 76% de los residuos sólidos del departamento. Después de la capital departamental, los municipios que le siguen en producción de los mismos son Pitalito y Garzón.

En este contexto, se precisa ampliar la cobertura en alcantarillado y aseo para contar con un cubrimiento total; aumentar el tratamiento de las aguas residuales y realizar una adecuada disposición final de residuos sólidos.

### Servicio de energía y gas

La cobertura de energía es del 90% y 100% en las cabeceras municipales del Huila. Sin embargo, la de gas todavía es baja, únicamente el 91% de los municipios están gasificados. El operador de la red rural es la Electricadora del Huila. Los altos costos de conexión del servicio de energía hidroeléctrica han derivado en el uso de otras fuentes alternativas. Al respecto, se está llevando a cabo un proyecto de viviendas que basa su sistema de energía fotovoltaica o eólica, a un menor costo.

En relación al servicio de gas, solo cubre el 37% del área rural. La Gobernación está trabajando en un convenio con las empresas Alcanos y Surgas E.S.P. para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales del departamento.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### Servicio de Internet, telefonía móvil y telefonía fija

#### Internet Banda Ancha

De acuerdo al Boletín Trimestral de las TIC publicado por el Ministerio de Tecnología de la Información y la Comunicación [MINTIC], al finalizar el cuarto trimestre de 2018, el país alcanzó un total de 32,71 millones de conexiones a Internet de Banda Ancha, de las cuales, 17,6 millones se realizan mediante la modalidad de suscripción en redes fijas y móviles, y 15,1 millones a través de conexiones móviles por demanda.

Al término del cuarto trimestre del año 2018, el índice de penetración de las conexiones a Internet de Banda Ancha en Colombia aumentó 4,0 puntos porcentuales en relación al cuarto trimestre del año 2017, alcanzando un índice de 65,5%.

#### Internet por suscripción

Al cierre del cuarto trimestre de 2018, el número total de accesos a Internet por suscripción en el país alcanzó los 18.338.220, cifra compuesta por accesos a Internet fijo y móvil, lo que representó un índice de penetración nacional de accesos a Internet por suscripción del 36,8%, y un aumento de 2,4 puntos porcentuales en relación al índice del cuarto trimestre de 2017.

Al cierre del cuarto trimestre de 2018, el número total de accesos móviles a Internet por suscripción fue de 11.650.489, con una participación de 64%; mientras que los accesos fijos a Internet alcanzaron los 6.687.731 suscriptores con una participación de 36%.

#### Internet Fijo

El número de accesos a Internet fijo, al finalizar el cuarto trimestre de 2018, alcanzó un total de 6.687.731, con un índice de penetración de 13,4%, presentando un aumento de 0,6 puntos porcentuales en relación con el índice del cuarto trimestre del año 2017.

Al finalizar el cuarto trimestre de 2018, el mayor índice de penetración de Internet fijo a nivel departamental, contando el Distrito Capital, lo lideró Bogotá, D.C., con una penetración de 22,7%; el Huila tiene un índice de penetración de 8,8%.

Al cierre del cuarto trimestre de 2018, los cinco Proveedores de Redes y Servicios de Telecomunicaciones (PRST) que presentaron el mayor número de accesos de Internet fijo fueron: Telmex Colombia S.A. (2.499.415 accesos); UNE EPM Telecomunicaciones S.A. E.S.P. (1.382.814 accesos); Colombia Telecomunicaciones S.A. E.S.P. (1.002.199 accesos); Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. E.S.P. (638.973 accesos) y EdateL S.A. E.S.P. (202.522 accesos). Por su parte, los demás PRST alcanzaron los 961.808 accesos.



## 6. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### Telefonía móvil

Al término del cuarto trimestre de 2018, el número de abonados en servicio de telefonía móvil en Colombia alcanzó un total de 64.513.977, y un índice de penetración del 129,5%, presentando un aumento de 3,3 puntos porcentuales con relación al índice del mismo trimestre del año anterior, el cual se ubicó en 126,2%.

### Telefonía Pública Básica Conmutada

Al cierre del cuarto trimestre de 2018, el número de líneas en servicio de Telefonía Pública Básica Conmutada (TPBC) alcanzó un total de 6.973.573, presentando una variación absoluta de -89.728 líneas, y una variación porcentual de -1,28% con referencia al tercer trimestre de 2018; y en relación al mismo trimestre del año anterior, presentó una variación porcentual del -0,20%





## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

Como ya se mencionó la responsabilidad de planear, organizar, vigilar, controlar y promocionar la actividad turística en el departamento del Huila está en cabeza de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, entidad que al interior del ámbito regional coordina con los alcaldes y sus respectivos funcionarios responsables del desarrollo turístico municipal, así como, con los gremios constituidos por prestadores de servicios turísticos pertenecientes a la cadena de valor.

### 7.1 Autoridades del turismo en los municipios

La observación de la gestión pública del turismo en los municipios del departamento del Huila muestra que solo en un 5.41% está orientado desde una Secretaría Municipal de Turismo; en el 78.38% de los municipios huilenses el turismo está a cargo del sector cultural en diferentes denominaciones (secretaría, dirección, coordinación o gestor cultural), y en el 16.22% restante, el turismo está a cargo de otras dependencias, entre ellas planeación, educación, Tic y gobierno, es claro, entonces que el turismo requiere de un doliente municipal que promueva gestione recursos para lograr un desarrollo competitivo y sostenible.

GOBERNANZA DEL TURISMO MUNICIPAL		
DESPACHO	CANTIDAD	%
Secretaria de Turismo	2	5,41
Secretaria de Cultura	17	45,95
Dirección de Cultura	1	2,70
Coordinación de Cultura	10	27,03
Gestor Cultural	1	2,70
Secretaria de Educación	1	2,70
Secretaria Tic	1	2,70
Secretaria de Gobierno	2	5,41
Secretaria de Planeación	1	2,70
Oficina de Competitividad	1	2,70
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

### 7.2 Planes Municipales Sectoriales de Turismo

La planeación turística ha sido una constante preocupación de los huilenses, se han construido varias herramientas tratando de encontrar un norte para el desarrollo de la actividad, entre ellas la Agenda Interna de Productividad y Competitividad documento construido en el año 2004 y actualizada en el año 2015 mediante el Plan Regional de Competitividad Del Huila, documentos que establecen al turismo como una de las principales apuestas productivas del departamento; el primero cuenta con un avance del 38% en su implementación, que a cinco años de llegar al horizonte se debe ejecutar el 62% de las acciones perfiladas para cumplir con las metas propuestas. Por otra parte, se ha realizado el Plan Departamental Sectorial de Turismo sin que se haya adoptado como política pública del Departamento.

El departamento cuenta además con el documento técnico más reciente "Producto Turístico del Huila", construido con las diferentes entidades y gremios de la región y liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Procolombia y la empresa consultora Inmark y entregado al departamento en el año 2017, el cual hace un diagnóstico, destaca las potencialidades y ventajas comparativas del Huila en la materia, hace una actualización del inventario turístico y determina de manera específica y establece acciones y estrategias para potenciar los recursos del Departamento, estructurar productos destinados a atraer y satisfacer la demanda regional, nacional e internacional y con ello potenciar el turismo en la región y articular procesos de competitividad y sostenibilidad en función del desarrollo turístico; el documento contempla la implementación -plan de acción- de los productos diseñados.

Por su parte, diez municipios Huilenses han tomado la iniciativa de construir su plan municipal sectorial de turismo, de los cuales el 50% han iniciado su implementación, especialmente en los componentes de formación del talento humano y desarrollo empresarial; el otro 50% lo guarda en sus anaqueles como un documento de consulta. El siguiente cuadro muestra las ejecutorias de los municipios en materia de elaboración e implementación de planes sectoriales de turismo.



GOBERNACIÓN DEL HUILA - SECRETARIA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO				
INVENTARIO PLANES SECTORIALES MUNICIPALES DE TURISMO				
No.	MUNICIPIO	ESTADO		
		IMPLEMENTADO	EN EJECUCIÓN	SIN EJECUCIÓN
1	Acevedo			1
2	Garzón			1
3	Nátaga		1	
4	Neiva		1	
5	Paicol		1	
6	Pitalito			1
7	Saladoblanco		1	
8	Tesalia		1	
9	Timaná			1
10	Yaguará			1
TOTAL			5	5

Fuente: Convenio Hocol-Fundación del Alto Magdalena/Albeiro Castro Yépez, 2017

## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

### 7.3 Actores del Turismo en el departamento del Huila

En la gestión para formar el destino Huila se identifica la intervención de tres actores: las entidades públicas en los diferentes ámbitos territoriales y competencias; los gremios que representan a los empresarios prestadores de servicios turísticos y la academia en los diferentes eslabones de formación del talento humano, básica secundaria, educación superior de carácter técnico, tecnológico y profesional.

#### 7.3.1 Entidades Públicas

El turismo es una actividad de carácter transversal en el contexto económico del país, razón por la cual se interrelaciona con muchas entidades e instituciones, unas que lo regulan, lo vigilan, controlan y sancionan, y otras que lo fomentan y apoyan su desarrollo, a este acápite se traen aquellas que con mayor frecuencia inciden en el desarrollo turístico del departamento del Huila.

**Secretarías de Cultura y Turismo del Huila:** Como ya se ha dicho la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo del Departamento es la responsable de la gestión pública del turismo, ella en asocio con las Secretarías Municipales de Cultura y Turismo son entidades encargadas del desarrollo de la actividad turística y cultural en sus territorios; Son las responsables de impulsar el desarrollo del sector y de la región, a ellas les corresponde la identificación de factores que inciden en el turismo, problemáticas y necesidades y la planificación, la formulación de proyectos, la gestión de recursos, la ejecución de programas para la formalización y fortalecimiento de la oferta y demanda turística, así como aquellos relacionados con la promoción del destino, entre otras.

**Oficina de Productividad y Competitividad de la Gobernación del Huila:** Tiene como misión "Fortalecer la economía departamental mediante el robustecimiento regional empresarial e institucional, del desarrollo de la infraestructura, la innovación, la ciencia y la tecnología, procurando en el Departamento una cultura de la productividad, en un contexto humano de convivencia y alta calificación de talento humano, con respeto por el medio ambiente y que permita el desarrollo sostenible, diversificado y con alto valor agregado de las potencialidades del Departamento". Promueve y consolida las redes o cadenas productivas regionales, de acuerdo con los planes nacionales de competitividad y con las apuestas productivas regionales.

**Departamento Administrativo de Planeación del Huila:** Su objetivo misional es formular en armonía con el Artículo 9 numeral 1 de la Ley 152 de 1994 el Plan Departamental de Desarrollo, y acompañar a las administraciones municipales en la formulación de su respectivo Plan Municipal de Desarrollo, pero también fórmula, coordina, y evalúa, programas y proyectos tendientes al desarrollo económico sostenible de sus territorios, enmarcados en los respectivos planes de desarrollo para articularlos con las políticas nacionales y regionales de crecimiento competitivo y sostenible del territorio.



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- Viceministerio de Turismo:** Su objetivo misional es acordar, ejecutar y evaluar la política pública de turismo, así como los planes y programas derivados de esta, en conjunto con las entidades competentes de los sectores público y privado, con el fin de mejorar la competitividad y sostenibilidad de los productos y destinos turísticos y promover el turismo doméstico y receptivo. Adicionalmente, genera la carta de navegación e instrucciones técnicas para la operación óptima de los servicios turísticos, así como divulgación de los requisitos jurídicos que se deben cumplir. Así mismo, a través del Centro de Información Turística de Colombia- CITUR, se encarga de rendir informes estadísticos del comportamiento del sector. Por otra parte, avala los proyectos presentados al Sistema General de Regalías, por lo cual se convierte en un aliado en la consecución de recursos, información para la toma de decisiones y directrices para el cumplimiento de los requisitos de funcionamiento, principalmente.

**MiCITio Neiva -Centro Integrado de Servicios-:** Opera en 9 ciudades del país dentro de estas Neiva la cual se encuentra operando desde el 17 de julio de 2014, en el marco del convenio firmado con la Gobernación del Huila.: Es un espacio del sector Comercio, Industria y Turismo donde los empresarios encuentran asesoría especializada sobre los servicios que presta el sector, a través de un modelo interinstitucional compartido, orientado a mejorar la competitividad de las regiones.

Ofrece servicios en relación a: Procesos de importación y exportación, acceso virtual a estadísticas de comercio exterior, promoción del turismo, emprendimiento, formalización empresarial y generación de empleo, protección al consumidor, derechos de propiedad industrial, información sobre el acceso a las líneas de crédito para el sector productivo y portafolio de garantías para el acceso al crédito de las Mipymes, información de mercados y oportunidades comerciales, así como también en los tratados de libre comercio, orientación al ciudadano y capacitaciones a empresarios, adopción de procesos de innovación, apoyo a las Pymes de acuerdo al nuevo modelo de negocio SBDC - Small Business Development Centers, atención a las 25 empresas más grandes del departamento, presentación de Proyectos en temas de turismo, modernización e innovación, fortalecimiento empresarial y encadenamiento productivo y proyectos especiales para el fortalecimiento empresarial.

**Ministerio de Cultura:** Propende por una Colombia creativa y responsable de su memoria, donde todos los ciudadanos sean capaces de interactuar y cooperar con oportunidades de creación, disfrute de las expresiones culturales, en condiciones de equidad y respeto por la diversidad. En cumplimiento de este objetivo, su presencia se hace esencial en la búsqueda de la integración exitosa de los bienes patrimoniales materiales e inmateriales, con la actividad turística atrayendo, además de beneficios económicos, una plataforma de difusión cultural desde y hacia diferentes comunidades.



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

**Parques Nacionales Naturales-PNN:** Es la entidad encargada de la administración y manejo del Sistema de Parques Nacionales Naturales - PNN - y la coordinación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. En el departamento del Huila se identifica el emplazamiento de los PNN Cueva de Los Guacharos, Puracé, Nevado del Huila, Picachos y Sumapaz, razón por la cual se le considera un aliado en la búsqueda del adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y la vinculación de comunidades asentadas dentro de los PNN y en sus áreas de influencia, propiciando los emprendimientos turísticos y el desarrollo de economías locales.

**Fondo Nacional de Turismo- FONTUR:** Es la entidad encargada del manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal y de otras fuentes públicas, con destinación específica a la promoción, competitividad e infraestructura turística: el manejo de estos recursos, se ciñe a los lineamientos de la Política Pública de Turismo, cuyos lineamientos son definidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para direccionar su ejecución proyectos presentados por entidades territoriales (alcaldías, gobernaciones, etc.) y los aportantes de la contribución parafiscal.

**Procolombia:** Entidad encargada de la promoción de Colombia en el exterior y su posicionamiento como destino turístico. Así mismo brinda apoyo a los empresarios del sector con formación y herramientas enmarcadas en la internacionalización de sus servicios. Por otra parte, ofrece información relacionada con perfiles de mercados de diferentes países del mundo, otorgando una herramienta a entidades público-privada, para la toma de decisiones en la búsqueda de herramientas de penetración y mejoramiento de la oferta. Además, busca inversionistas extranjeros interesados en aportar en el país, con especial interés en aquellos que generen transformación productiva, como es el caso del turismo, enfocado en las tipologías de naturaleza, vacacional (incluye el cultural), corporativo y de eventos.

**Instituto Colombiano de Antropología e Historia - ICANH:** Entre sus principales funciones están las de planificar el desarrollo de la investigación en los campos de la antropología social, arqueología, bioantropología, lingüística aborigen, historia colonial, etnohistoria y patrimonio arqueológico y etnográfico colombiano. Dada su vocación científica y técnica, es un actor fundamental para el aprovechamiento y el cuidado del patrimonio material e inmaterial de la región, siendo una de las entidades competentes para la restauración, preservación, dotación y mantenimiento de los parques arqueológicos, museos, colecciones, monumentos, etc.



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

### Centro Facilitador de Servicios Migratorios-Migración Colombia:

Su papel se identifica como conector con la entidad en la búsqueda de información estadística relevante para el sector. Así mismo, se perfila como capacitador en temas de migración para la recepción de turistas extranjeros y manejo adecuado de problemáticas migratorias.

### Policía Nacional -Grupo Policía de Turismo del Huila:

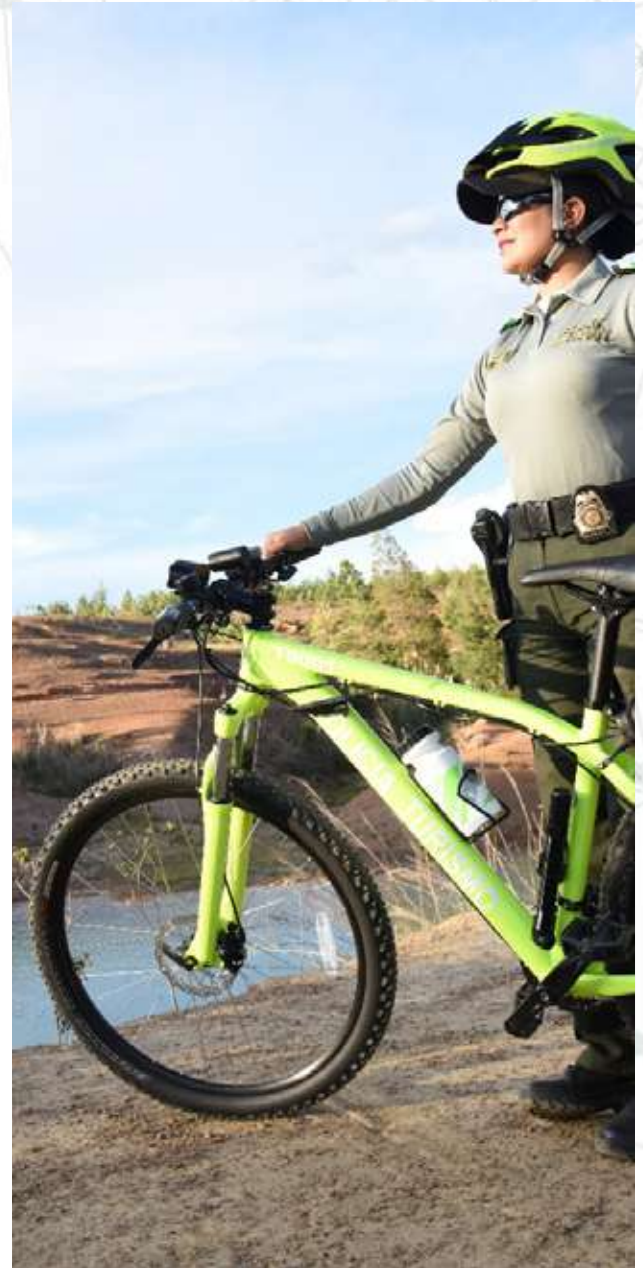
Su objetivo misional es adelantar labores de vigilancia y control de los atractivos turísticos que, a juicio del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de la Policía Nacional merezcan una vigilancia especial. Dada la importancia de la seguridad de propios y extraños, la participación de la policía es requerida con el fin de generar estrategias que permitan a los prestadores de servicios turísticos garantizar la seguridad de sus clientes, dando a conocer las problemáticas y posibles soluciones. Resaltando además el papel en la promoción del destino a través de las tareas de interpretación y Guianza que realiza la entidad en algunos atractivos; igualmente coadyuva en el control de la informalidad del sector.

### Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena-CAM:

Encargadas del manejo y protección de recursos hídricos y ambientales en el departamento del Huila. Propende por la relación efectiva entre sociedad y medio ambiente en la búsqueda del aprovechamiento de los recursos naturales disponibles, así como el desarrollo de actividades económicas sostenibles. Es considerado como actor del turismo, dado su papel en el fomento de uso de prácticas productivas sostenibles, producción más limpia y alternativas económicas como el ecoturismo; en su papel de protección del medio ambiente, se configura como entidad adecuada para el uso de los recursos, así como para establecer líneas base para gestionar mercados verdes tanto para el destino como para los prestadores de servicios turísticos.

### Corporación Autónoma Regional del Río Grande de la Magdalena-

**CORMAGDALENA**, La Corporación tiene como objeto la recuperación de la navegación y de la actividad portuaria, la adecuación y conservación de tierras, la generación y distribución de energía así como el aprovechamiento sostenible y la preservación del medio ambiente, los recursos ictiológicos y demás recursos naturales renovables del río Magdalena y de las oblaciones ribereñas. Artículo 2o. de la Ley 161 de 1994. Para el caso del turismo en el departamento del Huila se articularía con los productos turísticos de los ríos Magdalena y Páez.



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

**Consejo Regional Indígena del Huila-CRIHU:** Agrupa comunidades de los pueblos Nasa, Yanakonas y Misak, su objetivo es velar por el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones indígenas que representa, la protección y resguardo de los valores tradicionales, así como la defensa del territorio y la reivindicación de los derechos de los pueblos indígenas. Se ubican en el suroccidente del departamento, en los municipios de La plata, La Argentina, Nátaga, Iquira, Pitalito, San Agustín, Isnos, Palestina y Neiva. Su vinculación sería interesante en el caso de estructurar, en el mediano plazo, algún tipo de oferta de producto étnico, teniendo en cuenta que la organización posee un gran saber ancestral, patrimonio inmaterial invaluable, cuyo conocimiento a través de un turismo sostenible, puede conllevar al respeto y difusión de las mismas, permitiendo el encuentro de propios y visitantes en eventos aptos para el dialogo de saberes, como es el caso del evento anual de Trueque Semillas, Frutos y Saberes.

### 7.3.2 Gremios

En materia de asociatividad y representatividad de los prestadores de servicios turísticos se recogen aquellas asociaciones y gremios que están legalmente constituidos en el departamento del Huila, y para garantizar la representación de todas las actividades se incorpora a la Cámara de Comercio, entidad que sin ser gremio trabaja con todos los sectores y prestadores de servicios turísticos del departamento.

**Cámara de Comercio de Neiva:** Promueve la competitividad e innovación del departamento, a través de la implementación de estrategias y herramientas enmarcadas principalmente en el desarrollo empresarial sostenible, atracción de inversión, realización de eventos, formación especializada y fomento del emprendimiento; así mismo adelanta, elabora y promueve investigaciones y estudios jurídicos, financieros, estadísticos y socioeconómicos, sobre temas de interés regional y general, actuando como órgano consultivo con cifras fiables relacionadas con la actividad turística y su incidencia productiva y económica en los territorios, insumo esencial para la fundamentación de proyectos y toma de decisiones.

**Asociación Hotelera y Turística de Colombia-COTELCO, capítulo Huila:** lidera las Unidad Sectorial de Normalización de su respectivo subsector, encargada de la definición y promoción de las normas técnicas sectoriales de calidad y sostenibilidad, fomentando los procesos de excelencia entre los prestadores de servicios turísticos que representa.

**Federación Colombiana de Ecoturismo, Ecoparques y Turismo de Aventura- FEDEC, capítulo Huila:** Representa los intereses de los empresarios, generando herramientas, estrategias y formulando proyectos para la mejora y las condiciones del sector.



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

**Guías de turismo:** Orientar los recorridos turísticos y suministran información de interés al turista. Poseen conocimientos específicos del destino y sus atractivos; especializándose incluso en tipologías de turismo (arqueoturismo, avistamiento de aves, ecoturismo, turismo cultural, aventura, etc.), así como conocimientos en primeros auxilios y protocolos establecidos que garantizan la seguridad del turista. Dada su función de acompañamiento, poseen un papel fundamental en el diseño y puesta en marcha de productos turísticos experienciales, en tanto brindan una experiencia enriquecedora y excepcional al turista, acercándolo al destino y fidelizándolo. Por otra parte, cumple una función de inspector de campo, permitiendo aprobar o rechazar la realización de actividades turísticas con el fin de prevenir riesgos que puedan resultar en la ejecución de las mismas. Cabe resaltar que la formalización de esta actividad es vital, en la búsqueda del aprovechamiento de la guianza empírica y los saberes de la comunidad, enmarcada en términos de competitividad y calidad; de no realizarse, puede ser un limitante para el fortalecimiento del producto y el posicionamiento del destino.

**Transporte especial de pasajeros:** A pesar de ser un servicio contratado por las agencias de viajes operadoras, su papel como prestador de servicios turísticos es fundamental para el diseño de productos, al ser conocedores de las rutas terrestres disponibles para el acceso, facilidades e inconvenientes de las mismas y su derivación en costos, permitiendo generar planes alternativos de conectividad terrestre y garantizar un balance entre el costo-beneficio del servicio. Los accesos tanto al destino Huila como a los atractivos que conformarán el producto turístico, son variables fundamentales para el correcto desarrollo del mismo. Por otra parte, como prestador de servicio turístico, propende por el cumplimiento de los requisitos mínimos, garantizando la seguridad y comodidad de turistas y viajeros.

### 7.3.3 Academia

La formación del talento humano para el turismo es una competencia natural de la academia en los diferentes eslabones de la cadena de formación del huilense, el acápite trae aquellas instituciones que fomentan la educación turística.

**Instituciones de educación básica y media:** La educación media y básica en la búsqueda de una generación de cultura turística desde los colegios, fomentando el respeto por su entorno y por las culturas y valores patrimoniales del territorio. En el departamento del Huila 9 instituciones educativas están articuladas al programa Colegios Amigos del Turismo y la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo proyecta institucionalizar en el año 2018, el Servicio Social en Turismo en diez instituciones educativas del departamento del Huila.





## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

**Formación superior:** brinda las herramientas necesarias a las personas con vocación turística para desarrollar su proyecto de vida en el sector, con educación de calidad acorde a los requerimientos del mercado, permitiendo especializar y formalizar los profesionales y técnicos de la industria. En el departamento del Huila opera la Corporación Universitaria del Huila con el programa Administración de Empresas Turísticas y la USCO tramita el Registro Calificado para el Programa Hotelería y Turismo.

**Centro de Desarrollo Agro Empresarial y Turístico del Huila- SENA Sede La Plata:** entidad de formación técnica, especializada en formación Agroempresarial y turística; los programa de Animación turística, Aplicación de buenas prácticas en establecimientos de alojamiento y hospedaje, Diseño de recorridos turísticos en espacios rurales, Dulce aventura eco ancestral-alojamiento rural el container, Emprendedor en desarrollo de actividades turísticas en espacios naturales, Emprendedor en prestación de servicios de alojamientos rurales, Guianza turística, Marketing online de productos turísticos, Mesa y bar, Operación turística local, Reconocimiento y registro de especies para el aviturismo, Servicios de agencias de viajes y Servicio de alimentos y bebidas; su papel en la formación práctica lo hace esencial en el desarrollo de programas acordes a los requerimientos del mercado, así como en la generación de cursos complementarios para el personal vinculado con los diferentes prestadores de servicios turísticos. Se destaca su formación y apoyo económico al emprendimiento a través de capital semilla con el Fondo Emprender.



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

### 7.4 Proyectos estratégicos para el desarrollo turístico del Huila

Según la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional - USAID, "el desarrollo económico es la capacidad de países o regiones para crear riqueza con el fin de promover o mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes"; la misma fuente indica que la inversión pública suministra servicios estatales e infraestructura necesaria para la bienestar de derechos y necesidades de las personas, en tanto que la inversión privada provee bienes y servicios requeridos por los mercados para actuar con eficiencia.

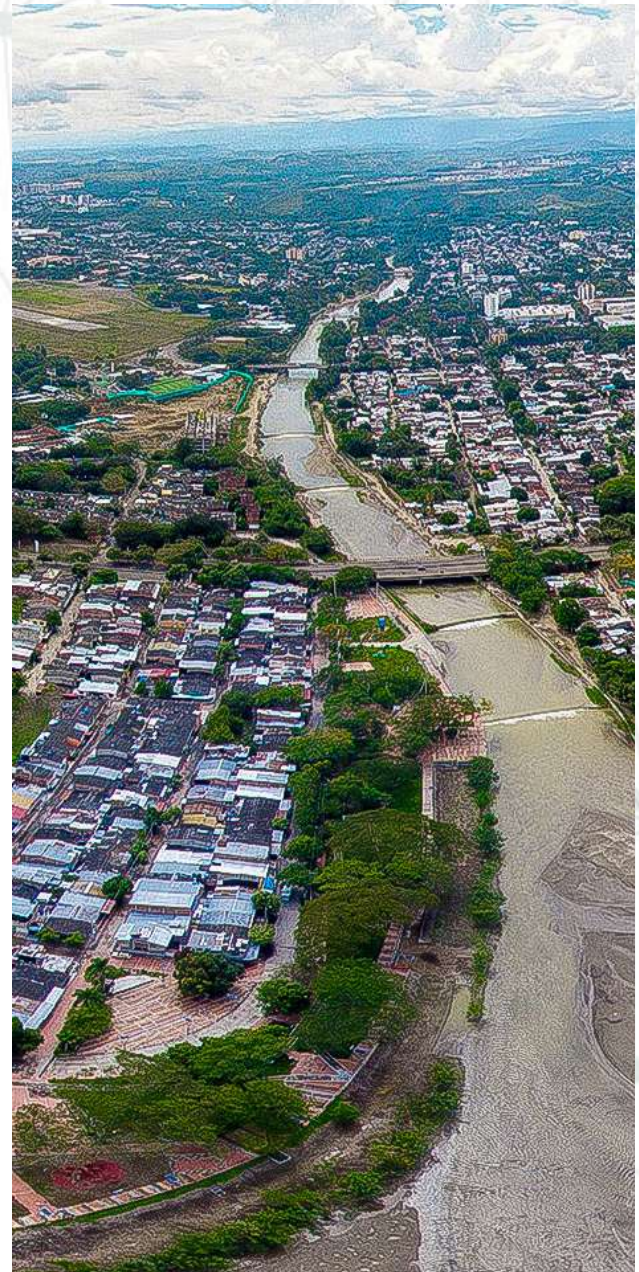
En este orden de ideas, tanto una, como lo otra es requerida para que se dé el desarrollo económico en un territorio determinado, con la finalidad de administrar los recursos existentes, general empleo y estimular la economía; ello se manifiesta en los acuerdos públicos - privados, conocidos como APP. La información recabada para el destino Huila, es evidencia fiel de la relevancia que dichos acuerdos causan en el progreso del Departamento y el aprovechamiento de las inversiones para mejorar la competitividad turística.

El análisis tuvo en cuenta los proyectos consignados en los 16 planes de desarrollo de los municipios priorizados en las 4 subregiones del departamento (Norte, Centro, Occidente y Sur) y en los avances que se de los últimos cuatro años, específicamente en los programas de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Secretaría de Vías e Infraestructura, Departamento Administrativo de Planeación y Oficina de Productividad y Competitividad.

Así mismo, se identificaron proyectos y programas de otras entidades vinculadas al sector, como la Cámara de Comercio de Neiva, la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena -CAM, el Fondo Nacional de Turismo - FONTUR y convenios con Artesanías de Colombia, el Fondo de Compensación Regional del Sistema General de Regalías, el INVIAS y FINDETER, entre otros. Inicialmente se hace referencia a los compromisos institucionales plasmados en los Planes municipales y departamental del Huila, y luego se presentan otras acciones, que si bien, encuentran respaldo en los planes de gobierno, también concitan el interés de los empresarios y las entidades.

### Planes de desarrollo 2020-2023

Las administraciones municipales plasmaron en sus planes municipales de desarrollo para el periodo 2020-2023 proyectos que consideran estratégicos para el desarrollo socioeconómico, competitivo en armonía con la sostenibilidad de sus ecosistemas. A continuación, se presentan algunos proyectos estratégicos extraídos de los ya mencionados planes municipales de desarrollo.



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

**San Agustín:** en el Plan Municipal 'San Agustín Nos Une', se instituyó el programa Promoción del Desarrollo - Turismo, cuyas acciones son: Desarrollar instrumentos de planificación del turismo, promover el mejoramiento de la infraestructura turística y la promoción del turismo con los productos de alto valor, acciones para las cuales ha previsto un presupuesto de inversión: 500 millones de pesos.

**Pitalito:** en el Plan Municipal de Pitalito 'Pitalito, Región de Vive' se estableció el Programa El turismo, paseo en la chiva laboyana, cuyas acciones son: Fortalecimiento del clúster turístico, implementación de proyectos para fomentar el ecoturismo, agroturismo, senderismo, recreación. Campañas de promoción, infraestructura turística, acciones para las cuales ha previsto un presupuesto de inversión: 8.000 millones de pesos.

**Isnos:** en el Plan Municipal de desarrollo 'Servir para un buen vivir' se instituyó el programa Promoción al desarrollo del turismo, cuyas acciones son: Implementación de estrategia turística, acciones para las cuales ha previsto un presupuesto de: 485 millones de pesos.

**Timaná:** en el Plan Municipal de desarrollo "Pacto por un nuevo Timaná con Equidad para Todos", se instituyó el Programa Un pacto por la cultura y turismo, cuyas acciones son: implementación Plan Sectorial de Turismo, portafolio turístico, capacitación para prestadores de servicios turísticos, e infraestructura turística, acciones para las cuales ha previsto un presupuesto de inversión: 1.000 millones de pesos.

**Acevedo:** en el Plan Municipal de desarrollo "Avancemos por Acevedo", se instituyó el Programa turismo sostenible cuyas acciones son: Accesibilidad al PNN Cueva de los Guácharos, capacitación en turismo, formalización de prestadores de servicios turísticos, formulación del Plan Sectorial de Turismo, formación de guías, recursos de financiamiento para prestadores de servicios turísticos, acciones para las cuales ha previsto un presupuesto de: 45 millones de pesos.

**Garzón:** en el Plan Municipal de desarrollo "Garzón, Sí Somos el Cambio", se instituyó el Programa Garzón, destino ideal como centro cultural y turístico: cuyas acciones son: planificación sostenible del turismo, programas de sensibilización y capacitación empresarial y de emprendimiento, promoción turística con TIC y actualización Plan Sectorial de Turismo: acciones para las cuales ha previsto un presupuesto de inversión: 800 millones de pesos.



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

**Gigante:** en el Plan Municipal de desarrollo "Gigante es Posible", se instituyó el Programa Turismo como alternativa de desarrollo económico; cuyas acciones son: Infraestructura turística (Parque principal, puertos y muelle flotante en El Quimbo, teleférico), mercadeo turístico, diseño de producto turístico Circuito Gigante-Garzón, portafolio turístico, inventario turístico, señalización turística, capacitación a prestadores de servicios turísticos, Consejo Municipal de Turismo, promoción y eventos, fortalecimiento artesanal, formalización, Corporación de Turismo, bilingüismo, información turística; acciones para las cuales ha previsto un presupuesto de: 504 millones de pesos.

**Suaza:** en el Plan Municipal de desarrollo 'Ahora si lo Logramos, el Campo Somos Todos'; se instituyó el programa promoción y desarrollo turismo; cuyas acciones son: Desarrollo empresarial y promoción turística; acciones para las cuales se ha previsto un presupuesto de 26.4 millones de pesos.

**Villavieja:** en el Plan Municipal de desarrollo 'Todos por Villavieja'; se instituyó el programa Villavieja por el Turismo Responsable y de Calidad; cuyas acciones son: Planificación clúster turístico, Infraestructura turística (sendero y/o ruta turística en la zona DMI, escenario de actividades, lúdicas, recreativas, y/o deportivas, observación astronómica), dependencia de turismo, atracción de inversión en turismo, desarrollo económico local, , capacitación a prestadores de servicios turísticos; acciones para las cuales se ha previsto un presupuesto de 200 millones de pesos.

**Neiva:** en el Plan Municipal de desarrollo 'Mandato ciudadano, Territorio de Vida y Paz - Primero Neiva'; se instituyó el programa Primero Neiva, en internacionalización de ciudad; cuyas acciones son: Gestionar recursos de cooperación para el fortalecimiento de capacidades empresariales y de emprendedores y generar acciones de promoción internacional de destino turístico; acciones para las cuales se ha previsto un presupuesto de inversión: 3.300 millones de pesos.

**Aipe:** en el Plan Municipal de desarrollo "Si cumple con el Desarrollo de Aipe"; se instituyó el programa en conjunto con las acciones del sector Cultura; las acciones para turismo no presentan una inversión estimada.

**Rivera:** en el Plan Municipal de desarrollo 'De Corazón Por Rivera'; se instituyó el programa Rivera prospera y produce; cuyas acciones son: Planificación (Plan sectorial de turismo, inventario turístico), productos turísticos, infraestructura (Parque temático o circuito del cacao, termales municipales), Consejo Municipal de Turismo, seguridad en establecimientos de prestadores de servicios turísticos, capacitación a prestadores de servicios turísticos, señalización turística, información y calendario turístico, promoción turística; acciones para las cuales se ha previsto un presupuesto de 378 millones de pesos.



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

**Yaguará:** en el Plan Municipal de desarrollo 'Yaguara, Nuestra Casa', se instituyó el programa Turismo, dinámico y competitivo, cuyas acciones son: capacitación a prestadores de servicios turísticos, promoción, infraestructura turística, planificación - Plan Municipal de Turismo, acciones para las cuales se ha previsto un presupuesto de 200 millones de pesos.

**La Plata:** en el Plan Municipal de desarrollo 'La Plata, Gestión con Resultados', se instituyó el programa Turismo es responsable, cuyas acciones son: Planificación - Plan Estratégico de Turismo, capacitación a PST, financiamiento planta turística y emprendimientos (capital semilla), infraestructura mejoramiento de atractivos, señalización turística, protección y conservación del patrimonio turístico), mercadeo y promoción, acciones para las cuales se ha previsto un presupuesto de inversión: 100 millones de pesos.

**Paicol:** en el Plan Municipal de desarrollo 'El Corazón por lo Nuestro', se instituyó el programa Por un territorio innovador y competitivo, cuyas acciones son: Planificación - Plan Municipal de Turismo, Alianzas Territoriales para el fortalecimiento empresarial y diseño de productos, promoción e infraestructura turística acciones para las cuales se ha previsto un presupuesto de inversión: 400 millones de pesos.

**Nátaga:** en el Plan Municipal de desarrollo 'Nátaga Para Todos', se instituyó el programa de corazón te esperamos, nuestra fe es el desarrollo, cuyas acciones son: planificación-clúster de turismo, capacitación a prestadores de servicios turísticos, promoción e infraestructura turística; acciones para las cuales se ha previsto un presupuesto de 1.200 millones de pesos.

**Departamento del Huila:** en el Plan Departamental de desarrollo "HUILA CRECE" en su programa HUILA CRECE CON TURISMO COMPETITIVO Y SOSTENIBLE, cuyo objeto es: Posicionar al Huila como un destino turístico sostenible y competitivo, con su oferta turística cultural y de naturaleza de alto valor y especialización., cuyas acciones son: Clústeres asistidos en la implementación de los planes de acción; Empresas asistidas técnicamente en el sector turismo; ; Instrumentos para el mejoramiento productivo implementados para el sector turismo; Entidades territoriales asistidas técnicamente en el sector turístico; Redes Temáticas de Turismo apoyadas; Proyectos de infraestructura turística apoyados; Campañas realizadas; Documentos de planeación para el sector turismo elaborados; Señalización turística realizada; Empresas beneficiadas con apoyo financiero para el mejoramiento de productos o procesos y Proyectos cofinanciados para agregar valor a los productos y/o mejorar los canales de comercialización.



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

Otras iniciativas y proyectos a cargo de entidades del Estado, gremios y empresarios.

**Fortalecimiento del Laboratorio de Diseño Artesanal:** iniciativa del Gobierno Departamental con el apoyo técnico y económico del Fondo de Compensación Regional del SGR y Artesanías de Colombia para desarrollar el proyecto "Fortalecimiento del Laboratorio de Diseño Artesanal en el departamento del Huila Fase 2", cuya área de implementación son 21 municipios con vocación artesanal, municipios donde se han caracterizado 852 artesanos; las acciones del proyecto son: Mejoramiento de las expresiones culturales, oferta de servicios artesanales del departamento (1.200 artesanos beneficiados). Enmarcado en la Política Nacional de Turismo y Artesanías, acciones para la que se ha previsto una inversión de 2.520 millones de pesos.

**Asistencia Técnica a los Prestadores de Servicios Cultura y Turismo:** proyecto de iniciativa del Gobierno Departamental cuyas principales acciones son: Capacitaciones, Acompañamiento técnica en Normas de Sostenibilidad, para su implementación se ha previsto un presupuesto de 130 millones de pesos.

**Divulgación y promoción marca Huila, un Paraíso por Descubrir:** proyecto de iniciativa del Gobierno Departamental para el desarrollo empresarial y la promoción turística; para su implementación se han previsto recursos por 90 millones de pesos.

**Campaña de promoción turística del Huila:** proyecto de iniciativa del Gobierno Departamental pensado para financiar con recursos del Sistema General de Regalías por in valor de 1.817 millones de pesos.

**Fortalecimiento del Sistema de Información Turística y Cultural del Huila SITYC:** proyecto de iniciativa del Gobierno Departamental cuyas principales acciones son: Estadísticas y consolidación de base de datos del sector turístico y cultura del departamento. Administración y adecuación de Puntos de Información Turística. Programa de Asociatividad y cooperativismo en turismo, para su implementación se han previsto recursos por valor de 190 millones de pesos.



## 7. GOBERNANZA PARA EL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

**Desarrollo de acciones estratégicas en el área del DRMI La Tatacoa, en el marco del Plan de Manejo Ambiental en Villavieja:** proyecto de iniciativa de la Alcaldía de Villavieja en coordinación con la Corporación Autónoma del Alto Magdalena, cuyas principales acciones son: Conservación ambiental del DRMI La Tatacoa. Infraestructura para senderos en la Zona Turística del Cuzco en el DMI La Tatacoa, para su implementación se requieren recursos por valor de 182.5 millones de pesos, de los cuales, 111 millones de pesos corresponden a la inversión de la CAM y 71.2 millones de pesos corresponden a la inversión del municipio de Villavieja.

**Construcción de 2 centros de interpretación ambiental (cabañas), sostenibles/ bioconstrucción:** proyecto de iniciativa de las alcaldías de Villavieja y Garzón, para desarrollar las siguientes acciones: Conservación ambiental del DRMI La Tatacoa y Garzón, para su implementación la CAM ha presupuestado recursos por valor de 159 millones.

**Construcción del Circuito Turístico del Sur:** proyecto de iniciativa del Gobierno Departamental e INVIAS, cuyas principales acciones son: Infraestructura vial de 94 km que conecta los principales atractivos turísticos ( Zona Arqueológica de San Agustín, Estrecho del Magdalena, Parque Alto de Los Idolos, Alto de Bordones, Laguna de Guatipan, Guacacayo), para su construcción se requieren 97.257 millones de pesos.

**Puente La Laguna sobre Río Magdalena:** proyecto de iniciativa del Gobierno Departamental, para su implementación demanda recursos por valor de \$4.558.337.837 millones de pesos.

**Pavimentación La Victoria - San Marcos - San Adolfo (7 km):** proyecto de iniciativa de la Gobernación del Huila y la Alcaldía de Acevedo, cuyas principales acciones son: Conectividad de Acevedo con el corregimiento de San Adolfo para accesibilidad al PNN Cueva de los Guácharos, para su implementación se requieren recursos por valor de 15.600 millones de pesos.

**Proyecto FONTUR:** Diseño de Producto Turístico "Navegando por la historia y la cultura": proyecto de iniciativa de las Cámaras de Comercio del Alto y Medio Magdalena, cuyas principales acciones son: Producto turístico de Magdalena Travesía Mágica (Neiva hasta Barrancabermeja), proyecto que para su implementación demanda recursos de inversión por valor de 500 millones de pesos.

**Luxury Huila:** proyecto de iniciativa de la Cámara de Comercio de Neiva para operarlo en los municipios de Villavieja, Neiva, Rivera, Garzón y San Agustín, las principales actividades del producto turístico son: turismo rural, termal, haciendas de lujo, se ha previsto inversión de 0 millones de pesos.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

El análisis del marketing turístico se ocupa de los componentes fundamentales de la oferta, esto es, aquellos que como recurso se muestran como una potencialidad, los atractivos que se perciben como en disposición para su incorporación al producto turístico, y finalmente se trae el producto perfilado por el estudio realizado por MINCIT y FONTUR, así como, los prestadores de servicios turísticos y los bienes y servicios disponibles para el consumo del turista. En materia de demanda se observará la demanda actual, la potencial, así como la comercialización y distribución del producto y la correspondiente promoción en los mercados emisores.

### 8.1 La oferta

La oferta es uno de los pilares del mercadeo turístico, pues, refleja los contenidos del territorio en materia de sitios naturales, tradiciones culturales y eventos institucionales, en mix con la cadena de prestación de servicios turísticos.

#### 8.1.1 Recursos turísticos

Como bien se define en el concepto de Inventario Turístico, se entiende por Recurso Turístico todo elemento material e inmaterial con potencialidad para el turismo, en este sentido, se extrae del Inventario Turístico elaborado por la Gobernación del Huila en el año 2015 aquellos insumos que se consideran como recurso turístico para el desarrollo turístico de los municipios huilenses.

En el listado de recursos turísticos que a continuación se presenta no registra los componentes de gastronomía, música y bailes por considerarlos transversales a la cotidianidad de los huilenses, por ejemplo, todos registran como platos típicos el Asado Huilense, el sancocho de gallina, los viudos de pescado y los tamales, así como, en los aspectos relativos al folclor se presentan el baile del Sanjuanero huilense: la música de bambucos y rajaleña.



ACEVEDO	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Suaza
Folclor	Danza del Guácharo , Sombrero de iraca (Vereda Marticas)
Arqueología	Inmaculada Concepción
Santo Patrón	Inmaculada Concepción
Eventos	Festival del Retorno



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### AGRADO

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Embalse El Quimbo, el charco El Poirá, cerro Buenavista, cascada los Altares, cascada la Turbia.
Folclor	El Guarruz con empanada de maíz
Patrimonio arquitectónico	Capilla san José de Belén, Pueblo Viejo, la Casa Méndez, el palacio municipal, la hacienda Buenavista, centro de investigación de bosque seco tropical
Arqueología	Petroglifos veredas bajo Buenavista y Astillero
Santo Patrón	Virgen de las Mercedes
Eventos	Encuentro Nacional e internacional de Tríos, en honor a Pedro María Méndez, Festival Mono de la Pila y encuentro regional de cultura

### AIPE

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Aipe, Río Bache, Río Magdalena
Folclor	Panucha de cuezco, Rajaleña, coplas picarescas
Patrimonio arquitectónico	Templo Nuestra Señora de los Dolores, Casa de Doña Inés Perdomo, Casa de Don Aníbal Perdomo, Casa de Don Ernesto Sánchez, Casa de Marlovia Gutiérrez, Casa de Don Pedro Perdomo
Arqueología	Petroglifos: Patá, Rincón del río Aipe, Ucuacá, La Troja, Santiago, San Cayetano, San Borja, Piedra Pintada, La Palma, del Indio, Cartama, Piedras del Callejón
Santo Patrón	Nuestra Señora de los Dolores
Eventos	Feria ganadera y equina grado B

### ALGECIRAS

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Neiva
Patrimonio arquitectónico	Casa de la Hacienda Satía, Casa de la Hacienda Lagunilla
Santo Patrón	Virgen de Lourdes
Eventos	Festival del retorno



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### ALTAMIRA

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Folclor	Bizcocho de achira, La danza de la bizcochera, artesanía Réplica de la producción del bizcocho de achira en cerámica.
Santo Patrón	San Roque
Eventos	Reinado Departamental del Bizcocho de Achiras

### BARAYA

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Laguna de las Nubes
Patrimonio arquitectónico	Casa de la cultura: casa del Abuelo, Casa Campesina, Casa de las Brisas; Casa Hacienda Interlagos, Casa Hacienda Los Andes, Casa Hacienda Manila
Santo Patrón	Virgen del Carmen 16 de Julio
Eventos	Festival del retorno

### CAMPOALEGRE

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Neiva, Embalse de Betania
Folclor	Danza el Festival del Arroz.
Patrimonio arquitectónico	Capilla Doctrinera de Otás, Hacienda Potosí, Hacienda La Angostura, Hacienda La Alemania
Arqueología	Sitio de Las Tapias
Santo Patrón	Virgen de la Candelaria (2 Febrero)
Eventos	Reinado Departamental del Arroz

### COLOMBIA

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Cabrera, Río Ambicá, Zona de amortiguación del PNN Sumapaz
Folclor	Asado de Horqueta
Arqueología	Museo arqueológico, Museo antropológico, Vestigios arqueológicos de la cultura Santa Ana, Para explorar "Cementerio Indígena"
Santo Patrón	Virgen de las Mercedes



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### ELÍAS

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Magdalena
Folclor	Artesanías en madera
Patrimonio arquitectónico	Templo San Emigdio, Seminario, colegio san Luis Gonzaga
Santo Patrón	San Emigdio

### EL PITAL

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Reserva Natural Municipal "La Montaña"
Patrimonio arquitectónico	Templo Santa Rosa de Lima, Capilla Nuestra Señora del Amparo
Santo Patrón	Santa Rosa de Lima
Eventos	Feria Comercial y Ganadera

### GARZÓN

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Suaza, Embalse El Quimbo
Folclor	Arroz Tapado, Pichinche
Patrimonio arquitectónico	Monumentos a: Policarpa Salavarrieta; Los Potros; Los Garzones; Monseñor Esteban Rojas; Catedral san Miguel Arcángel; Templo Nuestra Señora de Chiquinquirá del Rosario; Templo san José Nazaret; Templo Inmaculada Concepción-La Jagua; seminario Conciliar; Casa de Retiro Loma Chata; Seminario Monserrate; Monasterio Las Clarisas; Molino El Triunfo; Hacienda La Floresta; Hacienda Yunga; Hacienda Las Brisas; Santuario Divino Niño de La Jagua.
Santo Patrón	San Miguel Arcángel
Eventos	Peregrinación cerro de Monserrate, Feria Comercial Equina y Ganadera, Reinado Departamental de la Alegría.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### GIGANTE

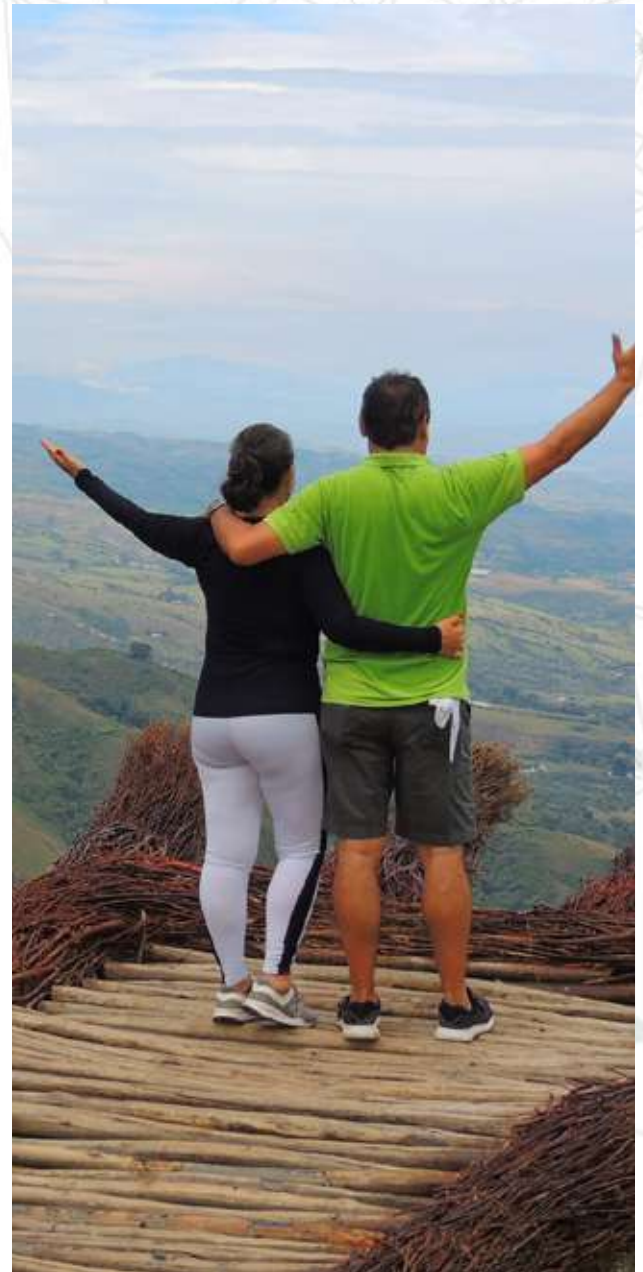
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	El Quimbo, Reserva Natural Taquiguaira, Senos de Mirtayu, Reserva Páramo de Miraflores, Cerro Matambo, Finca mesa del potrero, monte tabor, loma de la cruz, loma de la buitrea, ruta cafetera, senderismo veredas la pradera la palma, ciclo ruta MTB el recreo, las vueltas, Peñaloza, Potrerillos, ceiba de la libertad, el chorro escultura la mujer y el agua, rio magdalena.
Folclor	San Juanero Huilense, celebra la danza, fiestas del cacao y del café, gastronomía, café especial.
Patrimonio arquitectónico	Escultura Monseñor Ismael Perdomo, iglesia san Antonio de Padua, casa de monseñor Ismael Perdomo Borrero, la casona.
Santo Patrón	San Antonio de Padua
Eventos	Peregrinación al cerro de La Cruz, Festival folclórico y Reinado Departamental del Cacao y del Café.

### GUADALUPE

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Suaza
Patrimonio arquitectónico	Capilla Santa Lucia,
Santo Patrón	Virgen de Guadalupe
Eventos	Festival del Retorno, Feria Ganadera Agrícola y Equina

### HOBO

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Embalse de Betania
Folclor	Amasijos: pan de yucas, almojábanas
Patrimonio arquitectónico	Monumento al Campesino, Parque Central se firmó la paz con el M-19
Santo Patrón	San Juan Bautista



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### IQUIRA

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Negro, Reserva Natural Tarpeya, zona de amortiguación PNN Nevado del Huila
Patrimonio arquitectónico	Cementerio Indígena.
Santo Patrón	San Francisco de Asís
Eventos	Feria ganadera y Equina

### ISNOS

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Magdalena, Cerro de la Horqueta, Salto de Bordonos, Salto de Mortiño, Arco de Las jarras
Folclor	Panela, cuy asado.
Arqueología	Parque Alto de los Ídolos, Parque Alto de las Piedras, Betania, Guacas, Museo Arqueológico (casa de la cultura)
Santo Patrón	San Miguel Arcángel
Eventos	Ferias Agropecuaria, Festival de negros y blancos

### LA ARGENTINA

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Zona de amortiguación del Parque Nacional Natural Puracé
Patrimonio arquitectónico	Templo San Isidro, Templo El Pénsil
Arqueología	Fuente ceremonial lavapatatas, Alto de Las Guacas, El Plan de Lourdes, Museo Arqueológico Comunitario Plata Vieja
Santo Patrón	San Isidro
Eventos	Feria ganadera y Agropecuaria.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

LA PLATA	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Reserva ecológica Meremberg, Laguna de San Andrés, Río La Plata
Folclor	Banda de los borrachos
Patrimonio arquitectónico	Policarpa Salavarieta, Jorge Eduardo Durán Roso, Simón Bolívar, Constantino Tello, Casa de Doña Ana Julia, Finca a Lindosa.
Arqueología	Fuente ceremonial lavapatás, Alto de Las Guacas, El Plan de Lourdes, Museo Arqueológico Comunitario Plata Vieja
Santo Patrón	San Sebastián
Santuarios	Mártir de Armero, Santa Lucía, Divino Niño, Virgen Monserrate
Eventos	Feria Equina y ganadera, Reinado Departamental del Suroccidente

NÁTAGA	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Negro, Serranía de Las Nieves
Patrimonio arquitectónico	Templo Virgen de Las Mercedes, Busto del Padre Juan Félix Londoño, Templo Antiguo, Cripta
Sitios Religiosos	Gruta Virgen de Lourdes
Santo Patrón	Virgen de Las Mercedes
Eventos	Feria Ganadera y Agropecuaria



## 8. MARKETING TURÍSTICO

NEIVA	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Magdalena, Río las Ceibas Río del Oro, Reserva Natural La Tribuna
Patrimonio arquitectónico	Templo colonial, Catedral de la Inmaculada Concepción, Templo de San Roque, Edificio Nacional ( DIAN), Hostería Matamundo, Palacio del Mosaico, Centro Cultural y de Convenciones José E. Rivera, Estación del ferrocarril de Fortalecillas, Bodegas y casas del ferrocarril, Batallón Tenerife.
Monumentos	Citytour
Santo Patrón	Inmaculada Concepción
Eventos	Peregrinación a San Roque, Señor de Los Milagro, Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco, Feria Ganadera, Festival internacional de zanqueros, Festival internacional de Poesía Tierra de Palabras, Viva la Palabra viva, Internacional de Danza Jacinto Jaramillo, Encuentro Internacional de Ballet, Concurso Nacional de Interpretación Musical Jorge Villamil

OPORAPA	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Magdalena, Laguna San Roque, Jardín de María
Patrimonio arquitectónico	Convento San Francisco de Asís, Vestigios Camino Real
Arqueología	Petroglifos (Veda Caparrosa, Los Quemados Sanciro.
Santo Patrón	Virgen de Las Lajas
Eventos	Feria Equina y ganadera

PAICOL	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Páez, La Caja de Agua, Cuevas y cavernas de la Cumbre, La Caja de Agua, quebrada La Motilona, Parque Municipal Natural Cerro San Jacinto
Folclor	Arequipe de Guanábana,
Patrimonio arquitectónico	Templo Colonial Santa Rosa de Lima, Capilla del cementerio, Casas de: Régulo Suárez, Martha Ligia Ovalle, Germán Arias, Rodrigo Mañozca, Cecilia Ramos, Hernando Cuéllar, Laureano Cedeño, Hacienda Potrerillo, Hacienda LA Lajita, Hacienda El Tachuelo, Hacienda El Juncal, Hacienda Hato Nuevo.
Santo Patrón	Santa Rosa de Lima, santuario Señor de Los Milagros
Eventos	Feria ganadera



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### PALERMO

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Magdalena, Río Yaya, Río Tune, Río Baché, Cuevas y cascadas el Fraile, Laguna El Juncal.
Folclor	Sombreros de Pindo
Patrimonio arquitectónico	Templo Colonial, Capilla Betania
Arqueología	Cueva Rica, Fátima, Fósiles (Finca Guadualito Veda Urriaga)
Santo Patrón	Santa Rosalía
Eventos	Feria Equina, Concurso de Minicuento, Festival de la Arcilla

### PALESTINA

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Guarapas, Cueva de Los Guacharos
Santo Patrón	Virgen de Aránzazu

### PITALITO

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Magdalena, Río Guarapas, Laguna Guatipan, Reserva Cuyamal, Reserva El Cedro
Folclor	Artesanía “La Chiva”
Patrimonio arquitectónico	Alcaldía Municipal, Hotel Colonial, Centro experimental de la guadua, Centro Artesanal
Santo Patrón	San Antonio de Padua
Eventos	Feria Artesanal y Equina, Reinado Surcolombiano





## 8. MARKETING TURÍSTICO

RIVERA	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Reserva de la Siberia, Agua termal
Patrimonio arquitectónico	Hacienda la Ondina
Arqueología	Comunidad indígena Paniquita, Tumbas (sin explorar), Petroglifos del Tambillo
Santo Patrón	Virgen del Perpetuo Socorro
Eventos	Festival infantil del Sanjuanero Huilense

SALADOBLANCO	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Bordonos, Río Granates, Río Magdalena, Laguna El Dorado, Zona de amortiguación del PNN Puracé, salto de Bordonos, Termales de Morelia, zona de amortiguación PNN Puracé
Folclor	Trucha Ahumada con puré de Yota
Arqueología	Estatuaria (Finca Begonia Morelia), Poblado Yalcón
Santo Patrón	Virgen de Las Mercedes
Eventos	Festival de integración Saladeña, festival del retorno, Feria Equina

SAN AGUSTÍN	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Estrecho del Río Magdalena, Río Magdalena, Laguna del Magdalena, zona de amortiguación PNN Puracé,
Folclor	Guarapo fermentado, cuy asado, música de chirimías
Patrimonio arquitectónico	Calle de la Locería
Arqueología	Parque Arqueológico San Agustín, El Tablón; La Chaquira; LA Pelota; Quebradillas; El Jardín; Obando; Lavaderos; Cementerio Quinchana; Museo Mesitas; Museo Villarreal; Museo Etnográfico El Tablón; Museo de Obando
Santo Patrón	San Agustín
Eventos	Feria equina Grado B., Encuentro Nacional de la Cultura



## 8. MARKETING TURÍSTICO

SANTA MARÍA	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Baché, Cerro Ojo Blanco, Reserva Natural Carmen de Bolívar, Reserva Natural de Jerusalén, zona de amortiguación PNN Nevado del Huila;
Patrimonio arquitectónico	Hacienda la Ondina
Santo Patrón	Virgen del Carmen, peregrinación al Cerro de La Cruz
Eventos	Ferias equinas de Santa María

SUAZA	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Suaza
Folclor	Sombrero Suaceño
Patrimonio arquitectónico	Casa Vieja, Casa de la Cultura, Casa Cural, Casa Arturo Jaramillo, Casa Diva Carvajal, Casa Fidel Jaramillo, Casa Isidro Silva, Casa Hacienda san Isidro
Arqueología	Petroglifos (Veredas Satia, Gallardo, san Martín)
Santo Patrón	San Lorenzo, Santuario de la Virgen de Aránzazu

TARQUI	
TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Magdalena
Folclor	Lácteos
Patrimonio arquitectónico	Hacienda La Balsa, Hacienda santa Rosa, Hacienda El Zapatero, Hacienda Guayabillas, Hacienda san Andrés
Santo Patrón	San Antonio de Padua
Eventos	Festival del retorno, Feria ganadera y equina



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### TELLO

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Cerro Cucará, Cerro de la Cruz
Patrimonio arquitectónico	Casa Familia García, Casa de Anselmo Gómez
Santo Patrón	Santísima Trinidad
Eventos	Feria Artesanal y Ganadera

### TERUEL

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Pedernal, Río Tune, zona de amortiguación PNN Nevado del Huila
Patrimonio arquitectónico	Camino Real El Almorzadero, Escultura del café.
Santo Patrón	San Roque

### TIMANÁ

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Magdalena, Río Timaná, Cueva Santa Clara, Termales Aguas Calientes, Pericongo
Patrimonio arquitectónico	Capilla Naranjal, Capilla de Tobo, templo San Calixto.
Arqueología	Petroglifos (Lecho del río Magdalena, Cascajal, Guayabo, Piedra del Sol, Mateo Rico, El Diviso, Guayambas, Pericongo)
Santo Patrón	San Calixto
Eventos	Feria Comercial, ganadera, equina y artesanal



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### VILLAVIEJA

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Río Magdalena, Río Cabrera, Desierto de La Tatacoa, Cuchilla de Saltaren
Folclor	Estofado de chiva, duces de cactus, Artesanías en totumo
Patrimonio arquitectónico	Capilla Santa Bárbara, Templo Perpetuo Socorro, Casa de la Cultura, Estación del Ferrocarril, Alcaldía Municipal, Observatorio Astronómico
Arqueología	Museo prehistórico
Santo Patrón	Nuestra Señora del Perpetuo Socorro
Eventos	Festival del retorno, Reinado Departamental Familias en Acción

### YAGUARÁ

TIPOLOGÍA	RECURSO TURÍSTICO
Recursos naturales	Embalse de Betania, Cerro San Pedro, Cerro El Cucharro, Cueva El Tigre
Folclor	Quesillos
Patrimonio arquitectónico	Monumento a la Ganadería, a Felisa, Al Pescador, al poeta Mario Quintero, Templo Parroquial Santa Ana, Casa Adriano Perdomo
Arqueología	Cueva Rica
Santo Patrón	Santa Ana
Eventos	Fiestas Reales, Reinado Departamental del Turismo



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.1.2 Atractivos turísticos

El resultado del análisis de los atractivos turísticos permitió establecer que en el departamento del Huila se identifican claramente 162 atractivos turísticos, de los cuales, el 38.7% corresponden a la tipología de atractivos turísticos de naturaleza; 57.1% se tipifican como de carácter cultural y el 4% son eventos de carácter cultural.

Con el propósito de facilitar al lector la lectura de los atractivos turísticos tipificados se presenta el listado consolidados en tres grupos: atractivos de naturaleza, Cultura y Eventos, recomendando a quien esté interesado en profundizar en el tema, consultar el documento Producto Turístico del Huila elaborado por INMARK para FONTUR y la Gobernación del Huila.

#### Atractivos turísticos de naturaleza

- 1) Bosque Seco Tropical de Aipe
- 2) Cacao riverense
- 3) Represa Hidroeléctrica El Quimbo
- 4) Río Magdalena
- 5) Río Páez
- 6) Parque Isla del río Magdalena
- 7) Embalse de Betania
- 8) Cueva El Tigre
- 9) Cueva del Amor
- 10) Macizo Colombiano
- 11) Caja de Agua
- 12) El Estrecho del Magdalena
- 13) Salto de Bordones
- 14) Agroparque Loma Chata
- 15) Zona Cafetera de Gigante-Garzón
- 16) Desierto de La Tatacoa- DRMI
- 17) Termas Los Angeles- Rivera
- 18) Petroglifos del Callejón y Patá-Aipe
- 19) Reserva Natural de Meremberg



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Atractivos turísticos de carácter cultural

- 1) Petroglifos Piedra Pintada - Vereda el Doche
- 2) Museo Artesanal Casa del Totumo - Villavieja
- 3) Arquitectura colonial de Paicol
- 4) Sombrero Suaza-Acevedo (Denominación de Origen)
- 5) Relato de la Gaitana-Timaná
- 6) Elaboración de artesanías en Cerámica-Pitalito
- 7) Talla en madera -Garzón
- 8) Relato de Brujas de La Jagua
- 9) Ciudad Villamil- City Tour Neiva
- 10) Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera
- 11) Biblioteca Departamental Olegario Rivera con los museos: Arqueológico Regional, Jorge Villamil Cordovez, Sanjuanero Huilense, Arte Contemporáneo del Huila, Sala José Eustasio Rivera
- 12) Asado huilense
- 13) Danza del sanjuanero huilense.
- 14) Museo Paleontológico- Villavieja
- 15) Observatorio Astronómico La Tatacoa
- 16) Estofado de Chivo
- 17) Petroglifos de Piedra Pintada- Aipe
- 18) Parque Arqueológico de San Agustín
- 19) Parque Arqueológico Alto de Las Piedras
- 20) Parque Arqueológico Alto de Los Ídolos
- 21) Sitio Arqueológico La Chaquira
- 22) Sitio Arqueológico La Pelota
- 23) Templo Santa Rosa de Lima
- 24) Sitio Arqueológico El Purutal
- 25) Sitio Arqueológico El Tablón
- 26) Parque Museo de Obando-San Agustín
- 27) Centro Urbano La Jagua
- 28) Santuario Virgen de Las Mercedes - Nátaga

### Eventos de interés turístico

- 1) Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco
- 2) Festival de Las Brujas



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.1.3 Productos turísticos del Huila

En la última década 13 municipios del departamento del Huila en asocio con sus comunidades han diseñado productos turísticos como un aprovechamiento de sus recursos y atractivos, de los cuales el 47% están en proceso de ejecución y el 53% no registran alguna actividad que permita percibir su ejecución.

GOBERNACIÓN DEL HUILA - SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO					
INVENTARIO PRODUCTOS TURÍSTICOS DISEÑADOS					
No.	MUNICIPIO	PRODUCTO	ESTADO		
			IMPLEMENTADO	EN EJECUCIÓN	SIN IMPLEMENTAR
1	Aravedo	Cueva de los Guacharos			1
2	Alpe	Exploración con los Machuca Cuecos			1
3	Garzón	Garzón Alma del Huila			1
4	Gigante	Aventura con Sabor a Café			1
5	Garzón Gigante	Ruta Cafetera del Huila			1
6	Nataga	Santuario Virgen de las Mercedes		1	
7	Nelva	Citytour		1	
8	Nelva	Nelva Capital del Río Magdalena		1	
9	Paicol - Tosalá	Territorio Páez		1	
10	Palermo	Aventura Guagua			1
11	Palmitina	Cueva de los Guacharos		1	
12	Rivera	La Cuna de La Viragone			1
13	Timaná	La Gaitana			1
14	Yaguará	Un Mar de Aventura		1	
15	Río Magdalena	Aventura Yuma		1	
TOTAL				7	8

Fuente: Convenio Hocol-Fundación del Alto Magdalena/Albeiro Castro Yépez. 2017

Por su parte, el Departamento del Huila mediante convenio con el MINCIT y FONTUR elaboró en el año 2017 su producto turístico fundamentado en dos componentes básicos: Cultura y Naturaleza. El componente cultural incluye actividades de arqueología; etnoturismo, turismo religioso, arquitectónico, y de interés académico. Para el componente de turismo de naturaleza se incluyó el ecoturismo, turismo de aventura, el turismo rural en mix con agroturismo. El documento trae claros lineamientos para la construcción de paquetes turísticos y el desarrollo de equipamientos y facilidades para su implementación; también trae el estimado de inversión para su puesta en marcha. Es claro entonces, que el estudio orienta el deber ser, pero demanda una decidida alianza público-privada para lograr el impacto deseado en la generación de turistas al departamento del Huila.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.1.4 AVITURISMO EN EL HUILA

Con más de 1900 especies de aves registradas, Colombia se ha consolidado como el país con mayor diversidad de este grupo faunístico en el mundo, pues esta cifra representa el 20% del total de especies de avifauna existentes en todo el planeta (Audubon & CSF, 2016).

Esta característica resalta el gran potencial que este país tiene en torno a la oferta turística especializada en la observación de aves o aviturismo. Potencial que se ha podido comprobar en los últimos años con el aumento en la demanda internacional, ayudando a posicionar a Colombia como uno de los destinos más importantes para los observadores de aves de todo el mundo.

La procedencia de observadores internacionales de aves en Colombia está encabezada por Estados Unidos, con más del 20% de los visitantes (Manakin, 2021). Este tipo de turismo se caracteriza por manejar grupos pequeños de observadores, con paquetes que suelen ser costosos, debido al nivel de especialización requerido. En promedio estos turistas gastan \$US 310 por día o entre \$US 3.000 y \$US 4.000 por tour, por lo que esperan encontrar servicios turísticos de alta calidad.

Las personas interesadas en las aves, según (Audubon S. , 2009) se pueden clasificar en tres (3) categorías:





## 8. MARKETING TURÍSTICO

Observadores "Hardcore" o twitchers	Observadores "Entusiastas" o medianamente especializados	Observadores "Casuales" Ecoturistas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observadores muy dedicados.</li> <li>• Dispuestos a viajar largas distancias para ver aves raras o nuevas y aumentar su "lista de vida".</li> <li>• No toleran observadores poco experimentados o mucha gente en su grupo.</li> <li>• Su satisfacción proviene solo de ver aves.</li> <li>• Competitivos.</li> <li>• Traen su propio equipo.</li> <li>• No les interesan otras actividades durante su viaje.</li> <li>• Esperan un nivel moderado de acomodación y confort en su viaje.</li> <li>• Predominantemente hombres.</li> <li>• Entre 40 y 50 años.</li> <li>• Representan el 10% de los avituristas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocedores y amantes de la naturaleza.</li> <li>• Viajeros que se mueven más despacio y son más tolerantes con observadores menos experimentados</li> <li>• Satisfechos siempre y cuando se vean aves, y no son tan exigentes si no ven una especie particular</li> <li>• Están bien en grupos más grandes</li> <li>• Les interesan otras actividades de naturaleza y culturales.</li> <li>• Su satisfacción proviene también de socializar con otras personas.</li> <li>• Demandan guía, alojamiento, comida de muy alta calidad.</li> <li>• Un poco más son mujeres.</li> <li>• Entre 50 y 70 años.</li> <li>• Representan entre el 50% y 60% de los avituristas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No son turistas tan especializados, no tienen alto conocimiento sobre las aves.</li> <li>• Combinan la observación de aves con otras actividades basadas en la naturaleza.</li> <li>• Interesados en buscar cosas diferentes a las de su hogar.</li> <li>• Prefieren destinos de naturaleza accesibles por carretera.</li> <li>• Su satisfacción proviene de interacción superficial con la naturaleza.</li> <li>• Les gustan alojamientos cómodos.</li> <li>• Representan el 30% de los avituristas.</li> </ul>

Tomado de (Audubon S. , 2009)

## 8. MARKETING TURÍSTICO

La estrategia de Colombia frente al aviturismo es atraer Observadores "Entusiastas" o medianamente especializados y Observadores "Casuales" o Ecoturistas. Los entusiastas que representan el mercado más grande, tienen ciertos requisitos específicos para visitar los lugares de pajareo:

- Cantidad de especies
- Presencia de especies de interés: Endémicas, amenazadas, "rarezas"
- Guías especializados y bilingües
- Acceso relativamente fácil
- Seguridad, etc.

Este documento pretende hacer un diagnóstico con información secundaria sobre la situación actual (octubre de 2021) del departamento del Huila en cuanto al aviturismo. Teniendo en cuenta los lineamientos de la Sociedad Audubon, para proyectos de aviturismo en América Latina y adaptada para Colombia (Audubon S. , 2009); se describen dos componentes básicos necesarios que debe contener una zona/localidad/reserva/predio para llevar a cabo este turismo especializado: Diversidad avifaunística y servicios turísticos para el aviturismo.



Elaborado por Gobernación del Huila basado en (Audubon S. , 2009)

## 8. MARKETING TURÍSTICO

### DIVERSIDAD DE AVES (ESPECIALIDADES)

En cuanto a la diversidad de aves, los avituristas se sienten atraídos por aquellas que sean difícil o imposible de observar en otros sitios (especialidades). En ese sentido se pueden establecer cuatro categorías:

#### a. Especies con distribución restringida

Hace referencia a aquellas especies de aves que ocupan una fracción muy pequeña en el espacio geográfico.

- Especies endémicas (E): Aquellas que se distribuyen en un área muy pequeña (menos de 50.000 km<sup>2</sup>) o dentro de los límites de una nación o país
- Especie Casi-endémicas (CE): Especies cuya área de distribución geográfica en un país es al menos el 50% de su distribución total conocida, aunque comparta el restante 50% con uno o más países vecinos.
- Especie de Interés (EI): Que tiene entre el 40-49% de su área de distribución en un país, esto hace que la probabilidad de encontrarlas en el país sea considerable.

#### b. Especies amenazadas

Son las especies biológicas que tienen un riesgo latente de extinción en un futuro próximo. Las categorías de amenaza pueden ser tomadas desde la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) o desde El Libro Rojo de las aves amenazadas de Colombia. Se tiene en cuenta la segunda opción puesto que hace referencia a nuestro país y no al mundo en su totalidad. Así pues, genera alertas para adelantar estrategias de conservación en el territorio nacional.

Las especies que se consideran amenazadas se clasifican así:

- En Peligro Crítico (CR): Enfrenta un riesgo extremadamente alto de extinción en estado silvestre.
- En Peligro (EN): Enfrenta un riesgo muy alto de extinción en estado silvestre.
- Vulnerable (VU): Enfrenta un riesgo alto de extinción en estado silvestre.
- Casi Amenazada (NT): cuando tras haber sido evaluada, no satisface en la actualidad los requerimientos para ser considerada como En Peligro Crítico, En Peligro o Vulnerable, pero sí se encuentra cerca de sobrepasar los criterios y umbrales establecidos para estar en alguna de esas categorías.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### c. Especies migratorias

Muchas especies de aves realizan viajes latitudinales en la época invernal desde sus lugares de reproducción - bien sea en el norte o sur de América - hacia los trópicos en busca de alimento y mejores condiciones climáticas. Estas especies migratorias llegan hasta Colombia y permanecen en el país durante varios meses, antes de emprender el regreso a sus sitios de anidación. Según su procedencia, estas se pueden clasificar en:

- Migratorias boreales: se reproducen en latitudes templadas de Norteamérica y en invierno migran hacia el sur buscando mejores condiciones climáticas.
- Migratorias australes: Son las especies que se reproducen en el sur de Suramérica y que con la llegada del invierno en el sur se mueven hacia el norte buscando climas menos agrestes.

Aunque estas especies pueden ser observadas por los turistas en su país de procedencia, muchos de ellos suelen buscarlas en Colombia para contemplar el cambio de coloración en su plumaje.

### d. Otras especies de interés

Aunque las anteriores especies de aves, son las más buscadas por los avituristas; hay otras que sin cumplir los criterios mencionados resultan captar su atención por razones más subjetivas y de preferencias de cada observador en particular, como por ejemplo:

- Especies coloridas: como las tángaras y cotingas.
- Especies con comportamientos reproductivos particulares: como los saltarines.
- Familias exclusivas del trópico: como los colibríes.
- Especies escurridizas o difíciles de observar: tapaculos, grallarias, hormigueros.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### SERVICIOS TURÍSTICOS PARA EL AVITURISMO

La diversidad de aves es lo prioritario en el aviturismo. Sin embargo, la sola presencia de las especialidades no garantiza que una localidad despierte el interés suficiente para ser visitada. Los observadores de aves del segmento entusiasta (ver clasificación de avituristas) exigen ciertas condiciones y requieren de servicios turísticos de alta calidad.

#### a. Seguridad

Se refiere a los riesgos en lo concerniente a grupos al margen de la ley bien sean organizados o de delincuencia común. Las agencias de viaje dedicadas al aviturismo no seleccionarán zonas que tengan problemas de inseguridad, orden público o semejantes.

#### b. Acceso

Se debe reducir al máximo el tiempo de viaje entre un punto y otro. Esto tiene relación con el estado de las vías. Las vías de acceso deben estar en buen estado, permitiendo el paso de vans o busetas pequeñas. Es ideal tener desplazamientos de 1 hora o menos desde la cabecera municipal y entre localidades o ciudades de menos de 5 horas.

#### c. Alimentación

La edad de los avituristas trae consigo todo tipo de restricciones dietarias, algunos son vegetarianos y otros veganos. Es necesario contar con un establecimiento que ofrezca varias opciones de menú en cada comida y tenga en cuenta las necesidades particulares de los turistas. Debe haber disponibilidad de agua, té y café todo el tiempo en el hotel, desayuno muy temprano (5:00am), posibilidad de "box lunch" o almuerzo para llevar al campo y snacks y bebidas disponibles durante la jornada de observación. Es ideal tener gastronomía local, con productos cultivados en la zona, rescatando las recetas tradicionales.

#### d. Hospedaje

Un hospedaje especializado en aviturismo será siempre elegido sobre otro que no lo sea. Estos lugares deben ser tranquilos, armónicos con el paisaje, contar con habitaciones grandes con baño privado y agua caliente, electricidad, toma corrientes suficientes para cargar baterías de equipos ópticos, Wifi y en general espacios adecuados para seguir en conexión con la naturaleza. El personal debe estar capacitado en este tipo de clientes.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### e. Infraestructura para el aviturismo

Incluye senderos seguros y señalizados en torno a las aves, comederos y/o bebederos que reduzcan la necesidad de caminar, hides o escondites que permitan acercarse lo más posible a las aves sin estresarlas; esto adquiere especial relevancia para aquellos que disfrutan de la fotografía. Torres y plataformas de observación cuando la altura del bosque lo amerite.

### f. Guías locales de aviturismo

Los guías son imprescindibles en el aviturismo, pues ellos deben tener el conocimiento sobre las aves de su localidad o región para aumentar al máximo la posibilidad de avistar las especies que los turistas buscan. Además de ello ayudan a coordinar temas logísticos de hospedaje, alimentación y transporte. Para el mercado que Colombia está recibiendo es necesario hablar inglés. Adicional a lo anterior, se tienen en cuenta otros criterios que pueden ser secundarios, pero maximan la experiencia de los avituristas en la zona:

### g. Programas ambientales y de conservación

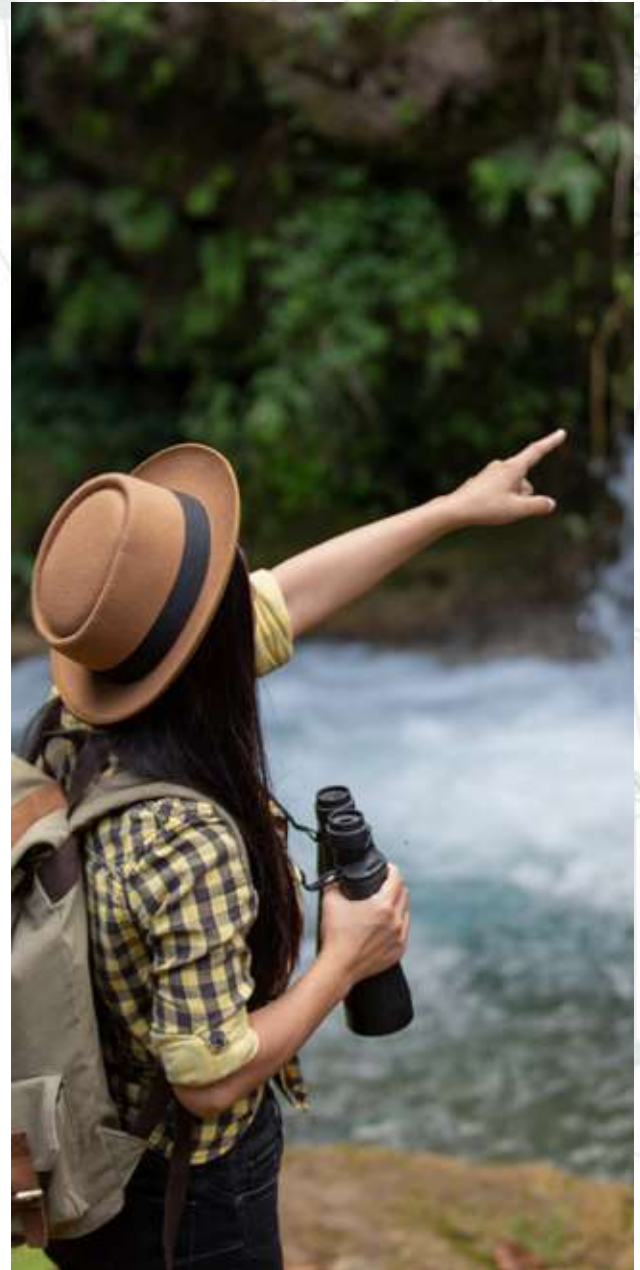
El aviturismo per se, es una estrategia de conservación de las aves y lo territorios que habitan. No obstante, contar con programas de investigación, educación ambiental, reforestación, compra de tierras para la conservación, etc representan un gran interés para los observadores de aves.

### h. Mercadeo

Un establecimiento que cuente con pagina web acompañada de información detallada, buenas fotografías y facilidades para reservar, redes sociales con buenos comentarios y presencia virtual permanente, da credibilidad a los clientes.

### i. Actividades complementarias

Además de la observación de aves, es un valor agregado brindar experiencias diferentes bienes sea culturales, de aprendizaje o recorridos por naturaleza para observar seres vivos diferentes a las aves.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.1.4.1 SITUACIÓN ACTUAL DEL AVITURISMO EN EL HUILA

#### 8.1.4.1.1 Generalidades

Basados la oportunidad que tiene Colombia frente al turismo de naturaleza especializado en la observación de aves, el gobierno nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Fondo Patrimonio Autónomo Fontur, con el apoyo de National Audubon Society; adelantó una estrategia de aviturismo que llevó a la creación de las siguientes cuatro (4) rutas:

- Ruta de Aviturismo del Caribe Colombiano: Incluye los departamentos de La Guajira, Cesar y Magdalena
- Ruta de Aviturismo de los Andes Centrales: Caldas, Risaralda y Quindío.
- Ruta de Aviturismo del Suroccidente Colombiano: Valle del Cauca, Cauca y Nariño.
- Ruta de de Aviturismo de los Andes Orientales: Boyacá, Cundinamarca, Tolima y Huila.



Ilustración 2 Rutas de aviturismo en Colombia

Tomado de (Audubon S. , 2009)

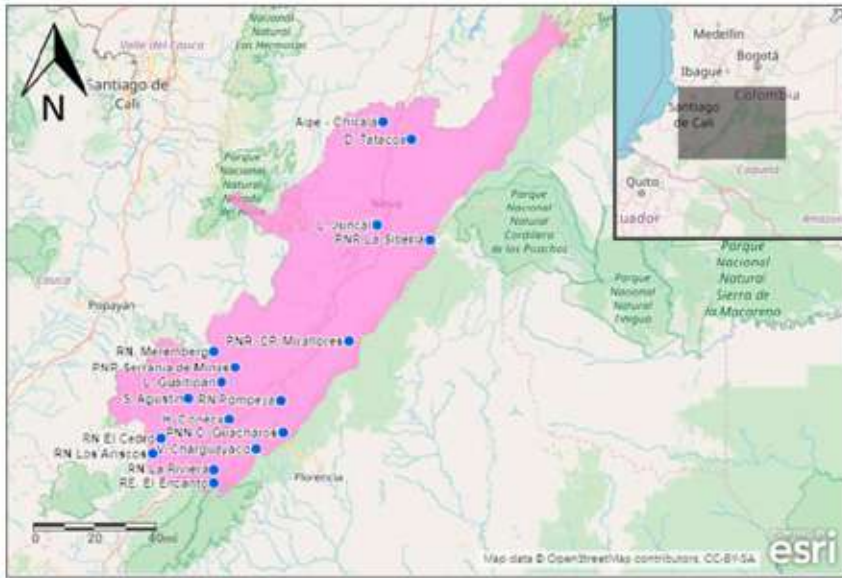
El departamento del Huila registra aproximadamente 780 especies de aves, de las cuales 191 pueden representar el mayor interés para los observadores de aves; pues 13 son endémicas, 43 casi endémicas, 6 son de interés para Colombia, 33 se encuentran en alguna categoría de amenaza, 56 son migratorias y 45 sin cumplir ninguno de estos criterios pueden resultar atractivas.

Estas aves pueden ser observadas recorriendo diferentes puntos del territorio huilense, que incluyen desde bosque muy seco, pasando por bosques andinos y altoandinos, hasta llegar al páramo.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

**Ilustración 3.** Sitios de interés de observación de aves en el Huila con potencial para el aviturismo



Sin embargo, teniendo en cuenta las exigencias del mercado, solo seis (6) de estas diecisiete (17) localidades cumplen con algunos criterios y por lo tanto hacen parte del itinerario de la Ruta de Aviturismo de los Andes Orientales, las cuales son:

- Parque Jardín Botánico de Neiva ‘Bertha Hernández de Ospina’ (Neiva)
- Parque Arqueológico San Agustín (San Agustín)
- Humedal La Coneca (Pitalito)
- Reserva Natural Pompeya (Pitalito)
- Sendero Chicalá -Fincas La María y Santa Rosa (Aipe)
- El Encanto Reserva Ecoturística (Palestina)

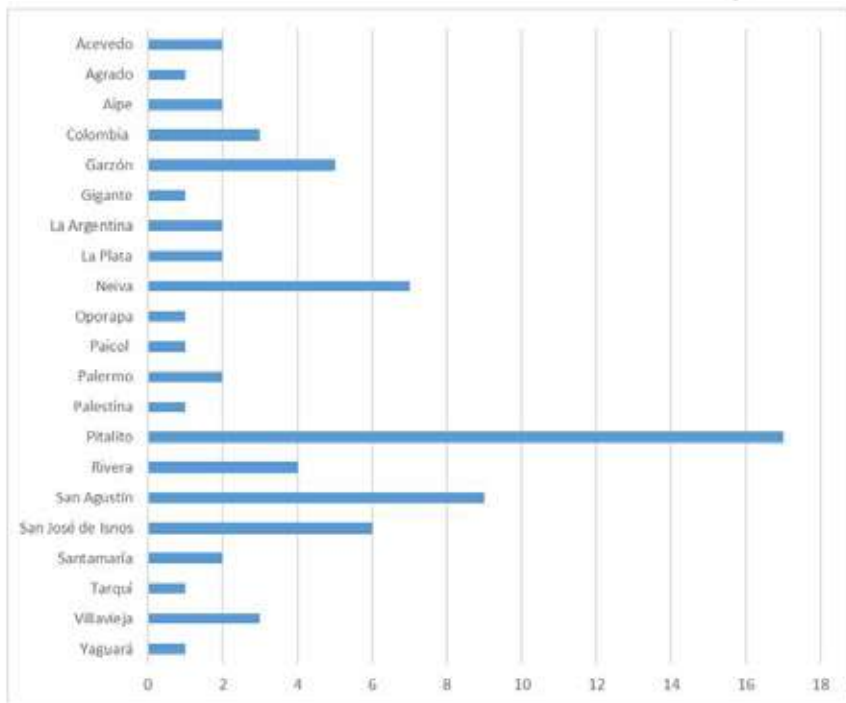
De la plataforma Ebird se obtiene que en 21 municipios se han realizado registros de aves . La cantidad de aves de cada uno de estos sitios de interés varía entre 341 especies en el Parque Natural Regional Cerro Páramo de Miraflores a 27 especies en el Bosque Seco Alto de Betania. Esto depende de varios factores como la cantidad de observadores locales, el acceso y la cobertura boscosa.





## 8. MARKETING TURÍSTICO

**Ilustración 4.** Número de sitios de interés para la observación de aves en el Huila, registrados en la plataforma eBird



Elaborado por Gobernación del Huila basado en Ebird.org

En cuanto a la disponibilidad de guías especializados en aviturismo: dentro de la Ruta de Aviturismo de los Andes Orientales, se capacitó durante un año a 36 personas habitantes de los diferentes municipios del Huila.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

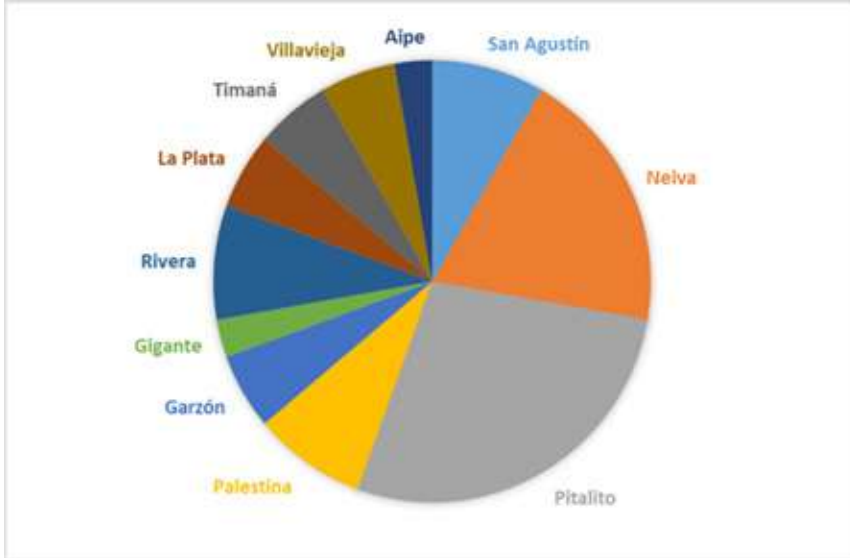
**Tabla 2.** Listado de informadores de Aves del Huila capacitados en el Ruta de avituismo de los Andes Orientales.

NOMBRE	MUNICIPIO	CONTACTO
BENJAMIN SALAMANCA	SAN AGUSTÍN	3115273516
CARLOS EDUER ORDOÑEZ	PITALITO	
DORA LUCÍA RUIZ CASTRO	PITALITO	3184025163
EDIER ROJAS PARRA	GARZÓN	3143655177
EDWIN FERNANDO VALENCIA MUÑOZ	PITALITO	3158782552
ERIK CAMILO GAITÁN	RIVERA	3167816623
ISABEL CRISTINA CABRERA PERDOMO	VILLAVIEJA	
JHONY SEBASTIÁN BETANCOURT	NEIVA	3118886906
JOAQUÍN SANCHEZ	PITALITO	3164670358
JORGE MELO VALDERRAMA	NEIVA	3124069529
JUAN PABLO ROJAS	VILLAVIEJA	3174328189
JULIAN ANDRÉS LOPEZ CLEVES	NEIVA	3005542958
JULIAN CAMILO ARTEAGA OLIVEROS	NEIVA	
KELY JOHANA ROJAS PALADINEZ	PITALITO	
LAURA SOFIA AVELLANEDA	NEIVA	
LEANDRO ZULETA	GIGANTE	3203432927
LILIANA ANDRADE	AIPE	3157469235
MAIRA ALEXANDRA MAÑOSCA LASSO	NEIVA	3167487178
MARBY VARGAS CORREA	PITALITO	
MARIA CRISTINA TRUJILLO	PITALITO	3125229174
MARIA LUISA CASTILLO	LA PLATA	3132313320
MICHAEL ANTONIO MOLINA CRUZ	PALESTINA	3214723626
MILAY CECILIA CANO	GARZÓN	3125647911
MILLER HUMBERTO ANACONA	PITALITO	
NORMA CONSTANZA MOTTA MOLINA	TIMANÁ	
OBEIMAR PAJOY	LA PLATA	3143858787
OSCAR JAVIER CASTILLO	RIVERA	3175052113
PEDRO NEL VELASCO	TIMANÁ	
RENÉ CHICANGANA	SAN AGUSTÍN	3222414937
RONAL FRANZ	PALESTINA	3202512597
ROSALINO ORTIZ FERNANDEZ	PITALITO	3114885678
STILMAYER BRAVO	PALESTINA	3208632439
TEOFILO AVELLANEDA BALAGUERA	NEIVA	3107990873
WILLIAM FERNANDO SOLANO	RIVERA	3153231100
WILLIAM MUÑOZ BOLAÑOS	PITALITO	3142073646
YILEMA MUÑOZ	SAN AGUSTÍN	3124762181



## 8. MARKETING TURÍSTICO

Ilustración 5. Lugar de residencia de los informadores de aviturismo del Huila



El análisis realizado por (Audubon S. , 2009) concluye que “el aviturismo en el departamento del Huila es una actividad nueva e incipiente, no son muchos los tours que actualmente visitan el Huila. La mayoría de la actividad se concentra en el sur del departamento en cercanías del municipio de Pitalito. Es escasa la información sobre la avifauna de muchos lugares y la investigación básica sobre la avifauna debe ser una prioridad. El mayor reto del Huila es que no hay buen alojamiento y buena observación de aves en el mismo sitio. La infraestructura para el aviturismo es casi nula y son pocos los guías locales con capacidad de trabajar con extranjeros. En términos generales, Huila es muy alejado de las demás localidades de la ruta de los Andes Orientales por lo cual es muy difícil de integrar en un itinerario con Tolima, Cundinamarca e incluso Boyacá”.

A continuación, se describe la situación actual del aviturismo en los diferentes municipios del departamento, basados en los criterios que exige el mercado, descritos en la ilustración 1. La información se recopila de manera secundaria, consultando diferentes fuentes como

- Plataforma Ebird
- Diagnóstico sobre el aviturismo en la ruta de aviturismo de los andes orientales
- Documentos producidos por la Asociación ornitológica del Huila
- Documentos generados por la Corporación Autónoma del Magdalena
- Entre otros

Esta se complementa con información primaria tomada de encuestas realizadas a diferentes personas que se relacionan con las aves y/o el aviturismo en el Huila.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Acevedo

El municipio cuenta bosques andinos ya altoandinos al ubicarse sobre la cordillera oriental y su ramal llamado Serranía de la Ceja. Según la plataforma eBird, este municipio presenta dos sitios de interés para la observación de aves: el PNN Cueva de los Guácharos y la Piedra del Amor.

### Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos

Coordenadas: 1°36'35.5"N 76°06'32.6"W

El Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos es la primera área protegida declarada del Sistema Nacional de Parques Nacionales Naturales de Colombia, tiene ubicación en el macizo colombiano. Está cubierto por ecosistemas de bosque subandino, bosque andino y páramo, así como de un ecosistema subterráneo compuesto por un complejo de cuevas y túneles que nos cuentan la historia del mundo.

Es destino por excelencia para aquellas personas que disfrutan de la naturaleza, el trekking y los lugares prístinos.

#### a. Diversidad de Aves

En Ebird.org , esta localidad se encuentra dentro de los primeros 5 lugares con más aves registradas, alcanzando en el 2021 un total 314 especies . De esta aproximadamente 14 las cuales se pueden clasificar como especialidades. Las más importantes se mencionan a continuación.

#### b. Servicios turísticos para el aviturismo

Aunque el Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos alberga una especial diversidad de aves, la dificultad del acceso, los largos recorridos, el regular estado de los senderos, la carencia de hospedaje y alimentación de calidad, lo hacen un destino improbable para el aviturismo, en lo que se concierne al segmento "entusiasta".



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Aipe

#### Sendero Chicalá- Finca la María - Finca Santa rosa

Coordenadas Sendero Chicalá: 3°18'06.9"N 75°17'44.2"W

Coordenadas Finca Santa Rosa: 3°17'59.4"N 75°16'03.3"W

Estas localidades se encuentran dentro del itinerio de la Ruta de los Andes Orientales; sin embargo, no han sido visitadas por turistas internacionales.

#### a. Diversidad de aves

El sendero Chicalá de la finca La María y la finca Santa Rosa abarcan una de las reservas de bosque seco tropical mejor conservadas en el departamento. Estas dos localidades suman en su totalidad 216 especies de aves, de las cuales 2 son endémicas y 8 casi endémicas. No presenta especies amenazadas, ni migratorias de interés.

Pese a que cuenta con 10 aves de distribución restringida, estas pueden ser observadas en otras zonas del país que cuentan con mejores servicios turísticos, por ende, estas dos localidades pueden perder la oportunidad de ser visitadas. Sin embargo, Barred Puffbird y Pileated Finch pueden llamar la atención.



### ESPECIALIDADES SENDERO CHICALÁ Y FINCA SANTA ROSA

Endémicas (E)	-Colombian Chachalaca -Velvet-fronted Euphonia
Casi Endémicas (CE)	- Barred Puffbird - Black-chested Jay - Crimson-backed Tanager - Pale-bellied Hermit - Panama Flycatcher - Scrub Tanager -Shining-green Hummingbird -Spectacled Parrotlet
Otras especies de interés	Barred Puffbird

## 8. MARKETING TURÍSTICO

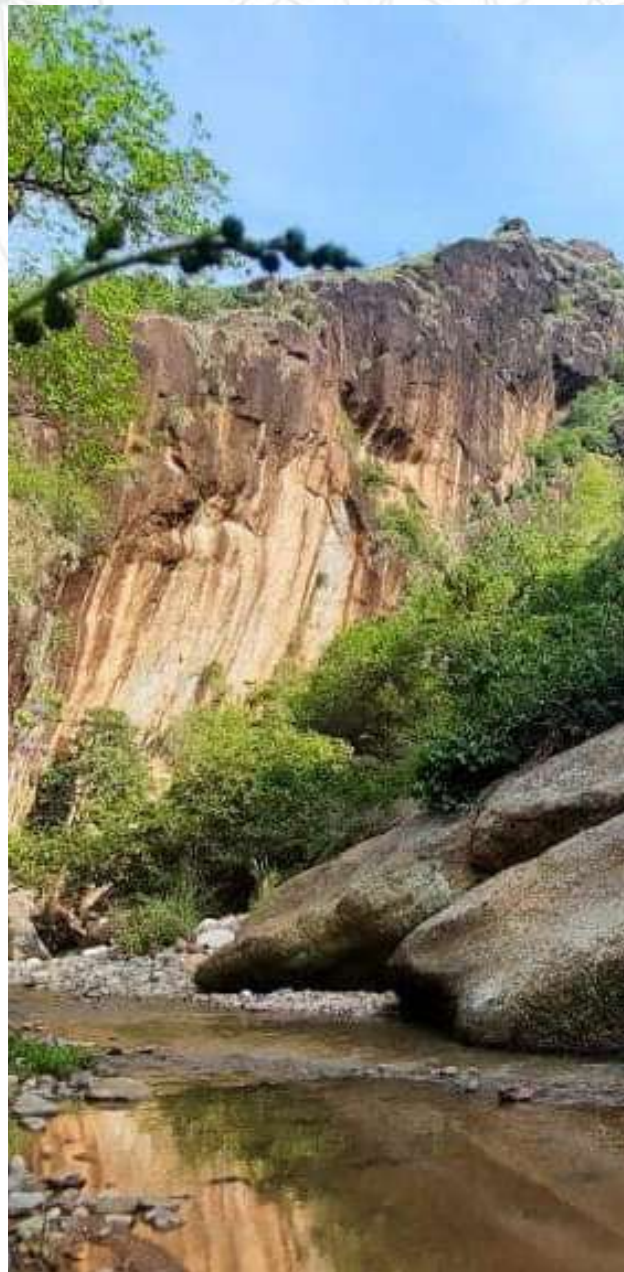
### b. Servicios turísticos para el aviturismo

La zona en donde se encuentran estas dos localidades es segura. El acceso es fácil, por carretera pavimentada y en el caso de la Finca Santa Rosa un pequeño tramo es destapada, pero en muy buenas condiciones.

Las fincas tienen una casa principal, pero desafortunadamente ninguna ofrece hospedaje. Los turistas pueden pernoctar en la cabecera municipal que se encuentra a máximo 15 minutos tomando la vía nacional. En cuanto a la alimentación, se ofrecen menús tradicionales al interior de cada casa; no obstante, la presentación de los platos y la variedad de menús deben mejorarse.

En el sendero chicalá se puede hacer recorridos cortos por los senderos que se tienen definidos, sería interesante señalarlos con información en torno a las aves. La jornada puede ser acompañada por un miembro de la Asociación Ornitológica del Huila que, aunque no cuenta con tarjeta profesional, ni habla inglés, conoce las aves de la región. Además de ello en la zona reside una persona capacitada en el curso de informadores de aves del Huila, orientado por el Audubon, quién además es propietaria del Sendero Chicalá.

En las dos localidades se adelantan programas para la conservación del bosque seco tropical. Son desarrollados por mujeres que conforman la asociación Asobospa, apoyadas por el PNUD.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### La Plata Reserva Natural Merenberg

#### Neiva

Siendo la capital del Huila, tiene una variedad interesante de pisos térmicos donde florecen bosques secos en el valle del Magdalena y bosque andinos hacia la cordillera central y oriental.

Los registros de avifauna dan cuenta de siete hospot para su observación:

- Parque Jardín Botánico de Neiva 'Bertha Hernández de Ospina': con 192 especies de aves
- Centro de Investigación La Colonia: 143 especies de aves
- Humedal Los Colores: 125 especies de aves
- Parque Isla: 124 especies de aves
- Finca Los Planes: 84 especies de aves
- Humedal El Curibano: 81 especies de aves
- Parque Malecon Rio Magdalena: 67 especies de aves

#### Parque Jardín Botánico de Neiva 'Bertha Hernández de Ospina'

Coordenadas: 1°53'14.1"N 76°17'42.6"W

##### a. Diversidad de aves

Con 192 especies de aves que habitan el bosque seco tropical, el Jardín Botánico se convierte en un sitio ideal para el birdwatching en la ciudad de Neiva.

##### b Servicios turísticos para el aviturismo

Desde la capital del país por vía nacional, en aproximadamente 5 horas se puede acceder a Neiva. Desafortunadamente la inseguridad ha aumentado en la ciudad y en el caso puntual del Jardín Botánico, debe pedirse acompañamiento a la Policía para disminuir los riesgos de hurto de equipos fotográficos y demás a los turistas. La ciudad cuenta con una oferta amplia de hoteles y restaurantes. El hotel Neiva Plaza, hotel Chicalá y GHL brindan un excelente servicio e instalación para los turistas que vienen en busca de aves.

En el jardín botánico el recorrido puede estar acompañado por algún informador de aves mencionado a continuación o por un miembro de la Asociación Ornitológica del Huila. Las aves pueden observarse recorriendo los senderos que estén en mejores condiciones o cerca a la laguna que se encuentra en el centro del lugar.

Aunque existen otros sitios de interés, estos no resultan ser tan atractivos para los observadores de aves, bien sea por la carencia de especialidades, por la falta de seguridad o por el difícil acceso como en el caso del Centro de Investigación La Colonia.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Oporapa

El municipio se ubica en la parte media del ecosistema estratégico denominado Serranía de las Minas. Existe un solo listado de aves en las fuentes consultadas: Sendero el Roble

### Sendero El Roble

Coordenadas: 1°53'14.1"N 76°17'42.6"W

La plataforma eBird.org hace un listado de 62 especies de aves para esta localidad. Cuatro de ellas son especialidades, perteneciendo a la categoría casi endémicas (3) y especies llamativas por su coloración o dificultad para ser observadas una.

a. Diversidad de aves

#### ESPECIALIDADES

Casi Endémicas (CE)	- Greenish Puffleg - Spillmann's Tapaculo - Magdalena Tapaculo
Otras especies de interés	- Maroon-tailed Parakeet

b. Servicios turísticos para el aviturismo

No se ha encontrado información de calidad y de fuentes confiables respecto a los servicios turísticos para el aviturismo. Resulta ideal dirigirse hacia la localidad para obtenerla.





## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Paicol

Es el destino de turismo de aventura en el departamento del Huila. Yace sobre las estribaciones de la cordillera central donde confluye el río Magdalena con el río Páez. Los bosques pertenecen a la zona de vida bosque húmedo premontano y bosque seco tropical.

De la revisión bibliográfica se obtuvo un solo listado de aves, compuesto por 67 especies.

### Quebrada La Motilona

Coordenadas: 2°24'27.6"N 75°45'45.3"W

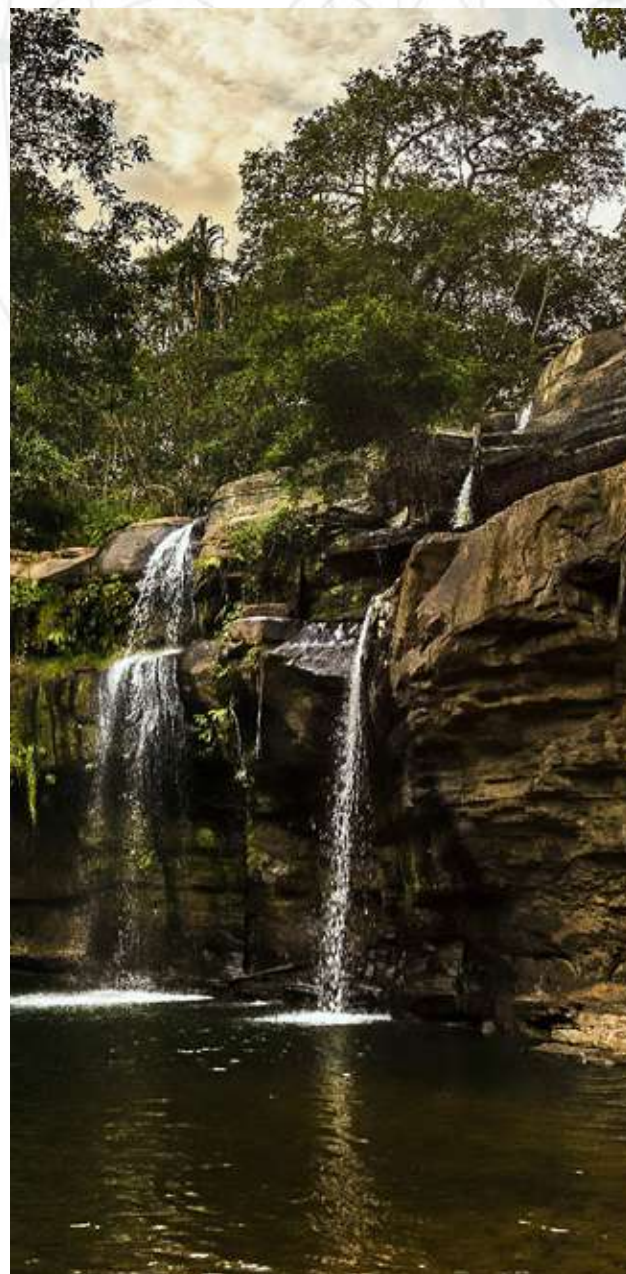
#### a. Diversidad de aves

De las 67 especies de aves solo una (Colombian Chachalaca - Endémica), es de interés para el aviturismo. Sin embargo, al tener una amplia distribución por Colombia, no resulta atractivo para los turistas observar aves en el municipio. Es necesario aumentar los esfuerzos en la caracterización de la avifauna, para aumentar el número de especies de interés.

#### b. Servicios turísticos para el aviturismo

El municipio de Paicol cuenta con una diversa oferta hotelera y con buen servicio de alimentación. Algunas vías son pavimentadas, otras no; pero en términos generales el acceso a los atractivos turísticos es fácil.

Actualmente el municipio no cuenta con una oferta de aviturismo.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Palestina

Los registros de eBird.org solo mencionan a la Reserva Natural El Encanto como sitio de interés para la observación de aves en este municipio.

### El Encanto Reserva Natural

Coordenadas: 1°43'12.5"N 76°07'09.6"W

Es una propiedad privada cercana al PNN Cueva de los Guácharos. Su extensión es de aproximadamente 5 hectareas bañadas por el río Guarapas y distribuidas en bosque nativo andino y cultivo de café.

#### a. Diversidad de aves

La reserva alberga a 332 especies de aves aproximadamente. De estas 67 especies corresponden a especialidades bien sea por su distribución restringida, categoría de amenaza, migratorias o atractiva en otros sentidos para los observadores de aves. Algunas de las más importantes son:



### ESPECIALIDADES EL ENCANTO RESERVA NATURAL

Endémicas (E)	Apical Flycatcher, Chestnut Wood-Quail, Colombian Chachalaca, Dusky-headed Brushfinch, Indigo-capped Hummingbird, Tolima Blossom-crown, Tolima Dove, Velvet-fronted Euphonia, East Andean Antbird
Casi Endémicas (CE)	Schawartz's Antthrush, Bar-crested Antshrike, Blue-chested Hummingbird, Bronze-winged Parrot, Crimson-backed Tanager, Crimson-rumped Toucanet, East Andean Antbird, Gorgeted Woodstar, Lazuline Sabrewing, Pale-bellied Hermit, Red-billed Emerald, Rufous-naped Greenlet, Scrub Tanager, Shining-green Hummingbird, Spectacled Parrotlet, Steely-vented Hummingbird, Western Emerald, Whiskered Wren, Yellow-headed Manakin
Vulnerable (VU)	Dusky-headed Brushfinch, Tolima Blossomcrown, Tolima Dove, Yellow-headed Manakin
Otras especies de interes	Golden-eared Tanager, Black-chested Fruiteater

## 8. MARKETING TURÍSTICO

### b. Servicios turísticos para el aviturismo

El Encanto Reserva Natural es un lugar seguro y tranquilo para cualquier turista. Se ubica a 50 minutos de Pitalito y a 8 minutos del casco urbano de Plaestina. Aunque la vía de acceso no se encuentra pavimentada y no tiene las mejores condiciones, vale la pena llegar hasta el lugar, pues a la fecha, en el Huila es el que mejor está preparado para la observación de aves. De hecho, es el único sitio del departamento a donde están llegando tours de avituristas internacionales, especialmente de la empresa Manakin.

La casa principal cuenta con 5 habitaciones amplias que se encuentran en mejora permanente para brindar el servicio de hospedaje a los turistas. Cuentan con una persona dedicada a la alimentación de los clientes; esta ha realizado estudios de culinaria y sus platos son variados, teniendo en cuenta las restricciones dietarias y son elaborados con ingredientes cosechados tanto en la reserva como en la zona.

Existen comederos y bebederos para atraer aves al lado de la casa principal, así pues, los turistas solo tienen que tomar una silla y disfrutar de la cantidad de aves que llegan aquí. De igual manera se pueden hacer recorridos cortos por los senderos seguros y señalizados, estos contienen información de las especies de aves presentes. Michael Molina es quien guía en español o inglés estos tours, es propietario y administrador del lugar.

La familia Molina tiene claro que el norte del Encanto es el aviturismo, por ello permanentemente hacen esfuerzos para atraer más especies de aves y mejorar los servicios turísticos que prestan. Adicionalmente, adquirió La Drymophila, una reserva natural que alberga otras especies de aves muy interesantes para el aviturismo mundial.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Pitalito

Es uno de los municipios más desarrollados en cuanto a estrategias de conservación de las aves y biodiversidad en general. Existen diferentes organizaciones de base comunitaria, públicas y privadas que adelantan frecuentes actividades para el conocimiento y protección de la avifauna.

Así mismo existe la mayor cantidad de hospots y de observadores de aves.

- Reserva Natural Los Ariscos: registra 255 especies de aves
- RN Pompeya: 207 especies de aves
- Humedal La Coneca: 184 especies de aves
- Reserva El Cedro: 183 especies de aves
- Vereda El Porvenir :171 especies de aves
- Reserva El Silencio: 148 especies de aves
- Finca Villa Nelly: 140 especies de aves
- Reserva Ornitológica Los Tororois: 139 especies de aves
- Finca Marengo: 137 especies de aves
- Reserva Ecológica La Casa de La Nutria: 128 especies de aves
- Reserva Monte Bonito: 99 especies de aves
- Vereda Criollo: 91 especies de aves
- Laguna de Guaitipan: 90 especies de aves
- Confluencia Quebradas Regueros y Guamal: 88 especies de aves
- Vereda Contador: 73 especies de aves
- Vereda El Guamal: 65 especies de aves
- Vereda Criollo: 70 especies de aves

En Pitalito, a pesar de que la Reserva Natural Los Ariscos presenta la cifra más alta de especies de aves y quizá de especialidades; es un lugar que se queda por fuera del alcance de los avituristas entusiastas, pues las vías no encuentran en buen estado, el terreno es muy empinado y los senderos necesitan adecuarse. Así pues, rescataremos dos sitios de interés, que pertenecen al itinerario de la Ruta de los Andes Orientales, formulada por el gobierno nacional.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Reserva Natural Pompeya

Coordenadas: 1°53'37.1"N 76°04'34.0"W

#### a. Diversidad de aves

Pompeya es el hábitat de aproximadamente 207 especies de aves, de las cuales 29 se consideran especiales para el aviturismo. Entre las especies casi endémicas y endémicas se pueden contar 17 especies, la Paloma tolimense o Tolima Dove además de ser endémica se encuentra en estado Vulnerable de amaneza. Las especies migratorias registradas ascienden a 4 y 4 más atraen a los turistas por otras razones.

Algunas de las especies más importantes son:

ESPECIALIDADES RESERVA NATURAL POMPEYA	
Endémicas (E)	Colombian Chachalaca Indigo-capped Hummingbird Tolima Dove Velvet-fronted Euphonia
Casi Endémicas (CE)	Bar-crested Antshrike Black-billed Peppershrike Crimson-backed Tanager Crimson-rumped Toucanet Lined Quail-Dove Pale-bellied Hermit Red-billed Emerald Rufous-naped Greenlet Scrub Tanager Shining-green Hummingbird Spectacled Parrotlet Western Emerald Whiskered Wren
Vulnerable (VU)	Tolima Dove

#### b. Servicios turísticos para el aviturismo

En general las condiciones de seguridad en la zona son buenas, habiendo alguna esporádica percepción de inseguridad por parte de los lugareños, es necesario seguir mejorando en este aspecto. El acceso a la reserva se hace por carretera sin pavimentar, pero en muy buen estado.

En cuanto al hospedaje, Pompeya no ofrece alojamiento, los turistas deben desplazarse hacia el casco urbano de Pitalito. La infraestructura relacionada con senderos, comederos y bebederos es aún incipiente. Como valor agregado, en esta reserva se llevan a cabo diferentes programas de conservación de la naturaleza.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Humedal La Coneca

Coordenadas: 1°53'14.1"N 76°17'42.6"W

#### a. Diversidad de aves

Los humedales son ecosistemas estratégicos para la biodiversidad y el recurso hídrico. De las 184 especies de aves registradas en el Humedal La Coneca, 35 son especialidades. Nueve especies tienen distribución restringida, 2 se encuentran amenazadas, 15 son migratorias y 2 más atraen las miradas de los turistas. Las aves de distribución restringida son las siguientes:

ESPECIALIDADES HUMEDAL LA CONECA	
Endémicas (E)	Colombian Chachalaca Velvet-fronted Euphonia
Casi Endémicas (CE)	Bar-crested Antshrike Crimson-backed Tanager Pale-bellied Hermit Red-billed Emerald Scrub Tanager Shining-green Hummingbird Spectacled Parrotlet

#### b. Servicios turísticos para el aviturismo

El humedal La Coneca se encuentra a tan solo 10 minutos muy cerca del caso urbano de Pitalito y su acceso es carretera en muy buen estado. Esta localidad es administrada por las mismas personas que están a cargo de la Reserva Natural Pompeya. No presta servicio de alojamiento, pero si de alimentación. Tiene algunos senderos definidos.

En Pitalito reside el mayor número de observadores de aves del departamento, conocedores de las especies de la zona y capaces de guiar en idioma español un grupo de turistas nacional o internacional.

Como se mencionó anteriormente, son muchos más los lugares para observar aves registrados actualmente; sin embargo, se hace necesario más investigación para encontrar especies especiales diferentes y más inversión en vías de acceso e infraestructura para el aviturismo.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### San Agustín

En el municipio de San Agustín los bosques andinos y altoandinos se distribuyen por el territorio. Haciendo parte del Macizo Colombiano, donde nace el río Magdalena, se pueden encontrar diversidad de aves que pueden ser de interés para los turistas.

De las fuentes consultadas se obtuvo nueve sitios de interés para la observación de aves. Estos son:

- Parque Arqueológico de San Agustín: con un registro de 266 especies de aves
- Sendero El Aguila: 163 especies de aves
- Puerto Quinchana: 149 especies de aves
- Puerto Quinchana–Sendero Río Blanquillo: 130 especies de aves
- Alto Quinchana–Sendero Puente Barandillas: 129 especies de aves
- Sendero a Reserva Los Valcones: 80 especies de aves
- Salto El Mortiño: 77 especies de aves
- Refugio Ecológico Casa del Sol Naciente: 63 especies de aves
- Hotel Monasterio: 60 especies de aves

Para efectos de este documento y teniendo en cuenta las exigencias del mercado "entusiastas" se analiza la situación del aviturismo en el Parque Alqueológico de San Agustín. Los demás sitios se mencionan de manera somera.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Parque Arqueológico San Agustín

Coordenadas: 1°53'14.1"N 76°17'42.6"W

Esta localidad además de ser uno de los destinos turísticos más importantes del Huila, hace parte del itinerario de la Ruta de aviturismo de los Andes orientales.

#### a. Diversidad de aves

Los registros de las aves presentes en el parque dan cuenta de aproximadamente 69 especies catalogadas como especialidades. La mitad corresponde a aquellas que solo se distribuyen en Colombia o existe el 50% de la población en nuestro país, 9 especies están en alguna categoría de amenaza, 23 son migratorias y 8 más son atractivas por otros motivos. Esta diversidad hace que el sitio sea atractivo para el aviturismo. Las más importantes se presentan a continuación:

### ESPECIALIDADES PARQUE ARQUEOLÓGICO SAN AGUSTÍN

Endémicas (E)	Apical Flycatcher Colombian Chachalaca Dusky-headed Brushfinch Indigo-capped Hummingbird Magdalena Tapaculo Red-bellied Grackle Rufous-fronted Parakeet Tolima Dove Velvet-fronted Euphonia
Casi Endémicas (CE)	Bar-crested Antshrike Black-winged Saltator Bronze-winged Parrot Crimson-backed Tanager Gorgeted Woodstar Greenish Puffleg Red-billed Emerald Rufous-breasted Flycatcher Rufous-naped Greenlet Scrub Tanager Sharpe's Wren Shining-green Hummingbird Spectacled Parrotlet Spillmann's Tapaculo Steely-vented Hummingbird Viridian Metaltail Western Emerald Whiskered Wren Yellow-headed Manakin
Vulnerable (VU)	Dusky-headed Brushfinch Magdalena Tapaculo Red-bellied Grackle Tolima Dove Yellow-headed Manakin





## 8. MARKETING TURÍSTICO

### b. Servicios turísticos para el aviturismo

San Agustín es un municipio muy seguro que recibe un gran número de visitantes nacionales y extranjeros. La vía que conduce al Parque Arqueológico se encuentra en buen estado, es pavimentada. Al ser un destino turístico, gracias principalmente a la declaración como patrimonio de la humanidad; cuenta con una amplia oferta de alojamiento. Para el caso de los avituristas extranjeros, hoteles como Akawanka lodge y el Monasterio se destacan por su gran calidad. De la misma manera, se pueden encontrar excelentes restaurantes que ofrecen variedad de platos: vegetarianos, veganos, autóctonos, etc.

El parque arqueológico tiene senderos muy bien definidos y seguros. Sin embargo, carecen de señalética alusiva a las aves. De los informadores de aves de la ruta de los Andes orientales, las siguientes personas se encuentran viviendo en San Agustín.

Otro sitio que tiene gran variedad de aves es Puerto Quinchana. Allí se realiza el Festival del Águila Crestada, una especie que se encuentra en peligro de extinción (EN). No obstante, el acceso requiere mucho tiempo y la vía no se encuentra en buen estado.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Tarqui

La plataforma eBird registra un punto de interés para este municipio. Los datos respecto a la diversidad avifaunística fueron tomados en el año de 2017. Por lo tanto, se hace necesario adelantar investigaciones en la zona.

### Parque Regional Serranía de Minas–RN Planadas

Coordenadas: 2°09'28.4"N 75°56'41.1"W

#### a. Diversidad de aves

Del listado disponible en Ebird.org se logran identificar 10 especialidades del total de 149 especies de aves registradas. Se presentan a continuación.

ESPECIALIDADES	
Endémicas (E)	Magdalena Tapaculo Colombian Chachalaca
Casi Endémicas (CE)	Black-billed Mountain-Toucan Spillmann's Tapaculo
Vulnerable (VU)	Magdalena Tapaculo
Casi amenazada (NT)	Wattled Guan Black-billed Mountain-Toucan
Migratoria Austral (MA)	Variable Hawk
Otras especies de interés	Maroon-tailed Parakeet Equatorial Antpitta



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.15 Prestadores de servicios turísticos

En el departamento del Huila la planta turística está conformada por los tradicionalmente denominados prestadores de servicios turísticos, entre ellos: establecimientos de alojamiento turístico, viviendas turísticas, otros tipos de hospedaje turísticos no permanentes, empresa de tiempo compartido y multipropiedad, agencia de viajes, operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, empresa de transporte terrestre automotor, oficinas de representación turística, arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional, guía de turismo, parques temáticos y establecimientos gastronómicos.

#### Alojamiento

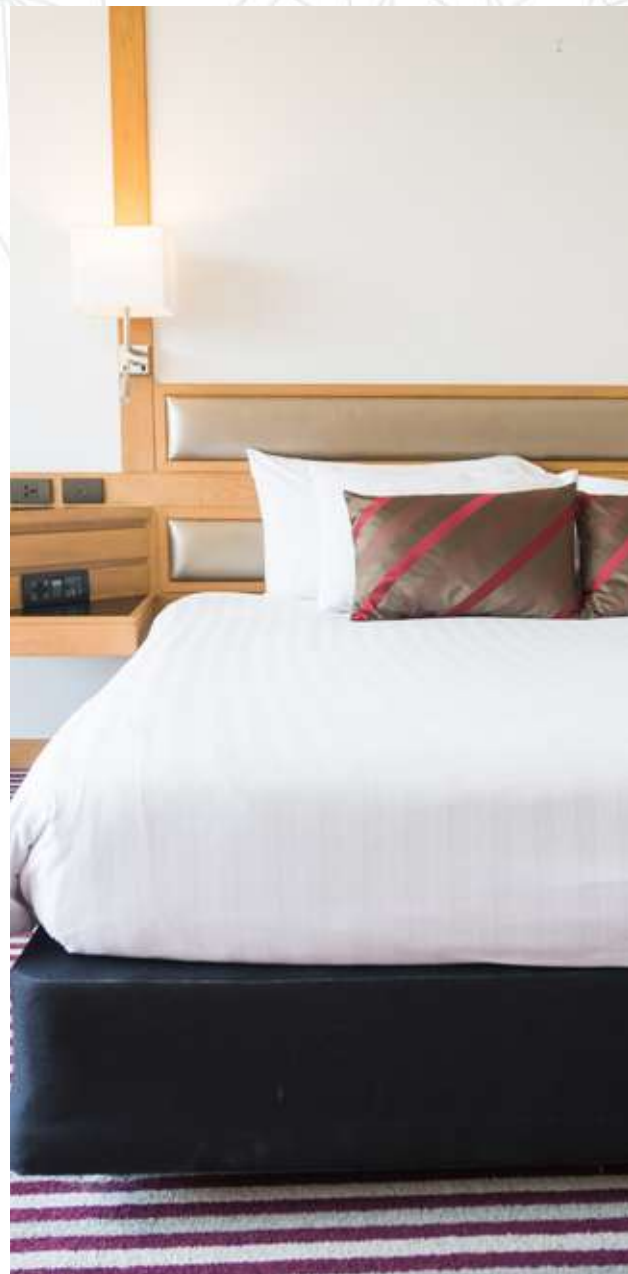
Según información del Registro Nacional de Turismo - RNT de agosto de 2019-, son 525 prestadores activos entre alojamientos rurales, aparta hoteles, hostales, hoteles y viviendas turísticas. De este total, 477 (91%) se encuentran ubicados en los municipios de Villavieja, Aipe, Neiva, Rivera, Yaguará, Paicol, La Plata, Garzón, Gigante, Timaná, Pitalito, San Agustín e Isnos (13 de los 16 municipios priorizados). Los 3 municipios restantes, Nátaga, Palestina y Saladoblanco, no reportan alojamientos con RNT.

Con el propósito de realizar un análisis objetivo para los componentes de tarifas, menús, empleo y certificaciones se seleccionó una muestra representativa de 30 establecimientos prestadores del servicio de alojamiento.

Análisis que permite inferir que en el componente de tarifas el 33.3% de los alojamientos ofrece una tarifa por persona inferior a \$50 mil; el 36.7% se ubican en el rango de \$51 mil a \$100 mil y el 30% restante brinda una tarifa superior a los \$101 mil; en este último rango se encuentran en su mayoría los hoteles con concepto "boutique", con valores que pueden llegar hasta los \$350 mil; éstos se encuentran ubicados principalmente en Neiva y San Agustín. También se destacan algunos hoteles temáticos en Rivera (zona urbana y rural) y Garzón (zona urbana y Centro Poblado de la Jagua).

En cuanto a precios en el menú, el 40% de los alojamientos se ubica en el rango de \$10 mil a \$20 mil. Otro 40% entre el \$21 mil a \$30 mil; tan solo un 3% supera el valor de \$31 mil; el 17% restante no ofrece un menú.

Se destacan platos típicos como el estofado de cordero, tamal huilense, arroz tapado, changua y mojarra frita, al igual que platos de comida criolla tradicional y de fusión local con internacional como el salmón al poblado, filete de tilapia crocante con salsa de coco, trucha al ajillo, salmón akawanka, carpacho de res, cazuela de mariscos, rollitos bordones (res o pollo), pollo a los gabrieles y salmón en salsa de aguacate, por destacar algunos.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

Finalmente, 18 alojamientos cuentan con algún tipo de certificación. De los cuales en la Norma Técnica Sectorial NTS - TS 002 Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje (EAH) en Neiva están: El Hotel Casa Pablo, Hotel Boutique La Cabrera, Hotel Khalifa, Hostería Los Dujos. En el municipio de San Agustín: Hotel Casa De Francois, San Agustín Internacional Hotel, Hostal Campestre el Triunfo, Hostal Alto de los Andaquíes, Yuma Hotel San Agustín, Hotel Huaka-Yo, Hotel la Casona San Agustín, Hotel Casa Tarzán de San Agustín, Hotel la Casa de Nelly, Hotel Ecológico y Restaurante la Antigua. En el municipio de Palermo está: Hotel las Olas Palermo. Así mismo con la certificación ISO 9001:2008 está de Rivera: Casa Oliveros de Rivera y Casablanca de Garzón, y el Hotel Neiva Plaza está categorizado por estrellas según la Norma NTS 006:2009. Esto corresponde solo al 3,42% del total de alojamientos analizados.

En este componente se revisó la capacidad en el número de habitaciones, camas, restaurantes, cafeterías, bares, salones para eventos, piscinas y servicio de internet.

En cuanto a la capacidad instalada para atender la operación del servicio de alojamiento, se evidenció la oferta de 5.076 habitaciones con 7.974 camas. El 80% tiene servicio de restaurante con una capacidad de 2.482 cubiertos. El 36.7% ofrece el servicio de cafetería, para atender 505 personas. El 46.7% brinda servicio de bar con 501 puestos. El 73.3% ofrece salones para eventos con una capacidad máxima de 3.775 personas. El 50% tiene el servicio de piscina y el 70% cuenta con servicio de Internet WIFI en sus establecimientos.

Es importante resaltar que algunos alojamientos están ofreciendo otros servicios como zona de camping, hamacas, transporte, uso de energías alternativas, recorridos turísticos, servicios de salud, zona húmeda (sauna, turco, jacuzzi, hidromasajes), gimnasio, room service, noches románticas, centro de negocios, servicios de belleza, huertas orgánicas, lavandería, paseos a caballo, pesca deportiva, tiendas de café con degustaciones y show de barismo; temáticas productivas, ambientales, paisajísticas e históricas también constituyen la oferta de los alojamientos analizados.

Adicionalmente se evaluó la planta física, en este componente se calificó el nivel de conservación y embellecimiento que incluyó la fachada, estructura, aseo y mantenimiento. En este aspecto el 86.7% obtuvo una calificación de 4 o superior, en tanto que el 13.3% restante se ubicó en el rango de 3 a 4. El otro aspecto evaluado fue la ambientación general que incluyó entorno, acabados y áreas de servicio; el 100% obtuvo una calificación de 4 o superior. El valor máximo para estas calificaciones fue de 5.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Establecimientos gastronómicos

Para efectos de este análisis se obtuvo una muestra de 10 restaurantes, los cuales fueron priorizados y seleccionados por municipios prevalentes: específicamente se analizó la caracterización del establecimiento, el nivel de conservación y embellecimiento, así como, la formalización turística y las certificaciones conforme a las Normas Técnicas Sectoriales.

En el componente de caracterización se revisó la localización (urbana o rural), la especialidad y rango de tarifas del menú, el número de empleos generados y las áreas sociales y de servicio (restaurante, cafetería y bar).

Al respecto, el 60% está ubicado en el área urbana y el 40% restante en la zona rural; el 90% indicó tener alguna especialidad en el menú, destacándose platos de comida típica huilense como asado, mojarra frita, viudo de capaz, bagre en salsa; comida típica de otros departamento como chuleta valluna, lomo de cerdo ahumado y especialidades de parrilla española y paraguaya; también fusión de comida local con internacional como solomillo encebollado en salsa teriyaki, filete de tilapia salteado con ajos y aceite de oliva y balsámico de Módena, lomo al trapo y comida de mar, por señalar algunos. La tarifa de estos menús oscila entre los \$7 mil y los \$68 mil, dependiendo del plato. Estos restaurantes generan un total de 108 empleos, de los cuales 55% son fijos y 45% temporales.

En cuanto a áreas sociales y de servicio, los restaurantes ofrecen una capacidad de 194 mesas para atender 950 cubiertos; el servicio de bar registró un total de 61 mesas para 240 personas.

En cuanto a la conservación embellecimiento se incluyó la fachada-estructura, aseo, mantenimiento, ambientación interior, entorno y áreas de servicio; el 80% obtuvo una calificación de 4 o superior. El 20% restante se ubicó en el rango de 3 a 4.

En referencia al componente de certificación, el 100% precisó no contar con RNT, ni contar con alguna certificación de calidad y/o de sostenibilidad en sus establecimientos.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### Agencias de viajes

Según información del Registro Nacional de Turismo - RNT - del mes de agosto de 2019, son 166 agencias de viajes entre mayoristas (2), operadoras (85) y de viajes y turismo (79). Ubicadas en los municipios de Isnos, Timana, Acevedo, agrado, Campoalegre, Hobo, Palestina, Gigante, Yaguará, Aipe, Rivera, Garzón, La Plata, Paicol, Pitalito, Villavieja, San Agustín y Neiva, de los cuales 14 municipios que armonizan con la priorización este proyecto, los 4 restantes están incursionando en el turismo.

Para efectos del análisis se tomó una muestra de 10 agencias de viajes y turismo y, operadoras, las cuales fueron seleccionadas por tener operación de turismo receptivo. El análisis se enfocó en las especificaciones del servicio ofertado y los equipos utilizados para la operación, también el análisis se ocupó de la presencia en medios virtuales y el cumplimiento de las Normas Técnicas de Sostenibilidad. Se destaca que el total de agencias operan las tipologías de turismo cultural, naturaleza, agroturismo y aventura.

Dentro de la oferta cultural, atienden los componentes de arqueología en San Agustín, Isnos y Tierradentro, observación astronómica en el Desierto de la Tatacoa y la agencia Iván Hoyos Viajes y Turismo, complementa su oferta cultural con recorridos por las ciudades capitales de Neiva y Popayán y con los eventos de Festival del Bambuco y Semana Santa en dichas ciudades, respectivamente. Se recalca su operación en los departamentos andinos de Huila, Cauca y Nariño.

En naturaleza, ofrecen avistamiento de aves, visita a Parques Nacionales Naturales como la Cueva de los Guácharos y Puracé y la Laguna de la Magdalena. La agencia Chaska Tour complementa su oferta de naturaleza con operación en Amazonas, Ciudad Perdida en la Sierra Nevada de Santa Marta, Nevado del Cocuy y Caño Cristales.

En agroturismo, vinculan visitas y recorridos a fincas en las rutas cafeteras Garzón - Gigante y Timaná - Pitalito - San Agustín; así mismo por fincas cacaoteras en el Municipio de Rivera.

Esta oferta es complementada con actividades relacionadas con ciclo rutas ecológicas, campamentos móviles, cabalgatas, senderismo, paseo en cuatrimotos, paseo en lancha por el Rio Magdalena y City Tour organizados en Neiva, Villavieja, Paicol, Garzón (La Jagua) y Pitalito, con enfoque hacia la herencia cultural, el patrimonio arquitectónico, la gastronomía (café especiales, chulupa, bizcochos de achira), las expresiones artísticas de música (legado del maestro Jorge Villamil), narraciones orales (brujas en la Jagua y Cacica Gaitana en Timaná), artesanías en totumo, fique, madera, bronce y palma de iraca, que sirve como insumo para la elaboración del sombrero suaza en los municipios de Acevedo, Suaza y Guadalupe y artesanías en cerámica como la Chiva de Pitalito.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

De otra parte, del total de agencias seleccionadas, el 30% ofrece actividades de aventura como rafting, rapel, barranquismo, bungee, Torrentismo, espeleísmo, ciclo montañismo y kayak, entre otros: éstas son: Eco Aventura Pachamama de Yaguará, Naventura de Paicol, Vladetur de Timaná y Magdalena Rafting de San Agustín, las cuales cuentan con equipos que cumplen con los reglamentos técnicos y de seguridad para la operación.

En cuanto a equipos de cómputo, el 100% de las agencias registra al menos uno, desde donde realizan su operación; el 70% atiende desde un espacio físico para servicio al público y el 30% restante lo hace a través de medios virtuales; si bien la oferta se concentra principalmente en el Departamento del Huila, algunas la complementan con Cauca, Nariño, Boyacá, Magdalena, Bolívar, Meta, Amazonas, Antioquia y Valle del Cauca. El 100% de las agencias comercializan sus ofertas a través de página web y en redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter; algunas de ellas figuran en canales de promoción como Tripadvisor.

Cinco (5) agencias cuentan con certificación NTS TS 003, en las cuales se encuentran: Viajes y Eventos Yimmy Tours de Neiva, Viajes Ivan Hoyos de Pitalito, Disfruta San Agustín, San Agustín Tour Macizo y Agencia de Viajes Anacaona de San Agustín, además en la Norma Técnica Sectorial NTS - AV 012. Agencias de Viajes. Requisitos para la operación de actividades de espeleología en Turismo de aventura estas dos (2) agencias cuenta con la certificación San Agustín Tours de Rivera y Ecoaventur LTDA de Neiva.

### Transporte turístico

Según el RNT son 39 empresas de transporte terrestre automotor especial en todo el Huila: en los 16 municipios priorizados hacen presencia 32, dentro de las que se destacan Coomotor con 13 agencias, Cootranshuila, Transvitur, Pony Especial, Mega Extours LTDA Neiva, Sociedad de Transportadores Sotransvega S.A.S., Cootranslaboyana, Vip Line Express, Colombia Turs SAS, Viajes Colombia, Trans Andina de San Agustín, Overland Tours S.A.S, Escotur Huila Uno, Amazonia C&L, Localiza Aeropuerto Neiva, Serpetrans Neiva, Empresa de Transportes Expreso la Gaitana s.a., Sociedad de Transportadores SOTRANSVEGA s.a.s. y Ant Rent a Car.

### Guías de turismo.

Según el RNT, en el departamento del Huila operan 60 guías de turismo, con especial énfasis en Isnos, Neiva, Pitalito y San Agustín. Se aprecia una concentración de guías en San Agustín, 78%; el restante 22% se dispersan en Pitalito 10% y Neiva e Isnos 6%, respectivamente. Villavieja y Paicol, que se constituyen en dos referentes turísticos del destino, con una importante oferta de atractivos y demanda de turistas, no registran guías con RNT; en tal sentido, el SENA está adelantando un programa de formación en tecnólogo de Guianza Turística con la participación de 50 estudiantes de todo el departamento, además de la Homologación para obtener el título profesional en Guianza turística con 50 participantes cuyos títulos de pregrado están en la resolución 823 de 2017.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.1.6 Oferta transversal de alimentos y artesanías

La transformación de alimentos e insumos naturales en productos artesanales se convierte en una oferta transversal para el turista que visita el destino Huila.

#### Alimentos

**Cosméticos de Cacao:** bálsamo labial, mascarilla facial, gel para el cabello y anti-bacterial; elaborados por Diana Pedroza en el municipio de Rivera.

**Chocolate Riverense:** Cacao orgánico, chocolatería y confitería fina, elaborado por Andrés Caballero en el municipio de Rivera.

**Cooperativa Chulupa Del Huila:** es una fruta de la familia de las pasifloras (granadilla, maracuyá) autóctona del Huila. Es uno de los cuatro productos del departamento que cuenta con la denominación de origen de uso protegido. Cultivada por Arturo Pascuas en el municipio de Rivera.

**Cooperativa Achiras Del Huila:** Bocado típico o amasijo que se prepara a base de cuajada fresca bien exprimida, almidón de achira, huevo y mantequilla. El asado se hace en hornos que se alimentan de caguanejo, un tipo especial de leña que le da un aroma particular. Elaborados por Wanda Quimbaya de Neiva.

**Asprotimaná:** Café especial de alta calidad que ha obtenido reconocimientos por la participación en competencias como el Café Sostenible Rainforest Colombia en 2009, el Café de Desarrollo Alternativo 2009, la Tasa de la Excelencia 2011 y 2013 y el reconocimiento por parte de la revista internacional Consumer Reportes como el tercer mejor grano en precio y calidad en las tiendas especializadas de los USA. Producido por Robinson Figueroa de Timaná.

#### Artesanías

**Artefique:** Artículos artesanales utilitarios, elaborados en fibra de fique, Incluye todo el proceso de extracción de la fibra, lavado, hilado, teñido con tintillas naturales como achiote, guácimo, café, remolacha, y finalmente el proceso de tejido en telar. Se elaboran bolsos, individuales, muñecas, cofres, entre otros. Elaborados por Luz Miriam Polo en el centro poblado La Jagua del municipio de Garzón.

**Esculturas En Bronce:** Obras de gran valor artístico, en las técnicas del ferro concreto, cera perdida en bronce, talla en madera, piedra y granito. Esculturas con formas de gran volumen que marcan un estilo único y diferenciado del artista. Elaboradas por el Maestro Emiro Garzón en el centro poblado La Jagua del municipio de Garzón.





## 8. MARKETING TURÍSTICO

**COARPI:** artesanías en cerámica, Se destaca específicamente la elaboración de la chiva, con motivos e historias como: la del matrimonio, la rumbera, la del paseo de olla, la campesina, entre otras. Elaboradas por Rubiela León Gómez en Pitalito.

**Pre-Cooperativa Valle del Sombrero Suaza:** Producto de origen artesanal de palma de iraca que es trabajado por artesanos, transformadores y tejedores del sombrero, asentados en el Valle del río Suaza, en los municipios de Suaza, Guadalupe y Acevedo. Producción liderada por Gerardo Hurtado.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.2 Marca Huila

El departamento del Huila en los albores del año 2016 elaboró y registró oficialmente en la Superintendencia de Industria y Comercio la marca del turismo huilense soportada en los componentes gráficos y de texto. El componente desarrolla la hermosa flor de la chulupa, cuya conformación permite percibir la cúpula celeste, interpretando el pensamiento mito poético de los habitantes del Alto Magdalena y la relación del opita con el cosmos, relación de la que se derivan nuestras tradicionales fiestas hoy conocidas por los colombianos como Festival de San Juan y San Pedro, así como nuestra vocación por la producción agrícola y pecuaria. En cuanto al componente de texto "Huila un Paraíso por Descubrir", es un claro mensaje de invitación al habitante del mundo a conocer el departamento del Huila para vivir a plenitud la experiencia de estar en el paraíso, pero también, para interactuar con sus tradiciones culturales; el texto también es un claro mensaje al opita a descubrir el Huila, como es bien sabido, los huilenses somos los primeros invitados a conocer nuestro patrimonio turístico, solo así, seremos capaces de convertirnos en los promotores ante el mundo de nuestras bondadosa hospitalidad, conocimiento que se debe traducir en el incremento sostenido en la llegada de turistas a los diversos destinos turísticos del Huila.

### 8.3 La Demanda

El acápite de la demanda recoge la información básica del consumidor, que para efectos de este trabajo se denomina turista, información que le permitirá a los prestadores de servicios turísticos perfilar la oferta ajustada a sus requerimientos e imaginarios, con el propósito de incrementar los índices de ocupación que garanticen la sostenibilidad del destino.

#### 8.3.1 Demanda actual

La demanda actual, es el número efectivo de personas que participan en la actividad turística, es decir, que evidentemente viajan. Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales.

Bogotá D.C., como capital de la República, es el foco emisor natural de turistas hacia los destinos regionales colombianos, entre ellos el departamento del Huila. Durante el año 2017 se movilizaron por los aeropuertos del Huila un total de 308.648 pasajeros, de los cuales, el 49.77% se registraron en salida y el 50.23% en llegadas. Por su parte, el año 2018 registró un movimiento total de 295.200 pasajeros, de los cuales, el 49.80% registra en llegada y el 50.20% en salida. El comparativo del movimiento de los dos años, esto es, 2017 y 2018 presenta un decrecimiento del 4%

La movilidad por los Peajes durante el año 2018 que transitó por la Ruta 45 que atraviesa el territorio departamental de sur a norte se comporta como un corredor que articula el sur con el centro y norte del país, con un flujo vehicular de 4.416.317 vehículos.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

Cruzando las anteriores cifras con los datos reportados por los gestores de atractivos turísticos del Huila, se constata que casi 600.000 turistas los visitaron. No se encontraron estadísticas que evidencien el origen de los turistas que han llegado al departamento, por lo que no se podría discernir el porcentaje de nacionales e internacional.

Adicionalmente, se revisó la información disponible en el estudio de demanda tipo sondeo realizado para el Plan de Desarrollo Turístico del Huila en el año 2012, que dan elementos para poder determinar características sociodemográficas, sicográficas y motivacionales de los turistas actuales del Huila. A continuación, se presentan los principales hallazgos del citado análisis:

El turista es de nacionalidad colombiana mayoritariamente (69%), aunque hay un porcentaje interesante de turistas extranjeros provenientes de países como Suiza y Alemania, México, España, Estados Unidos, Francia, Holanda, e Inglaterra (31%). Haciendo una revisión pormenorizada de los ingresos a los parques arqueológicos de San Agustín e Isnos (2015), el 52,1% de los ingresos corresponde a viajeros nacionales, frente al 16% de extranjeros.

Entre los años 2017 y 2018, las visitas a estos parques arqueológicos presentaron incrementos porcentuales que indican un crecimiento de la demanda del producto de historia y cultura en la especialidad de turismo arqueológico, en San Agustín aumentó un 27% y en el Parque Arqueológico Alto de Los Ídolos de Isnos un 3%.

Aunque el atractivo Parque Arqueológico se ubica en territorio del Departamento del Cauca, su área de influencia se relaciona ampliamente con el occidente del Departamento del Huila articulándose al producto turístico Territorio Páez y como parte de la oferta arqueológica de la denominada Zona Arqueológica de San Agustín-Isnos-Tierradentro, cuyos parques Arqueológicos como ya se ha dicho, fueron declarados por la UNESCO en 1995 como Patrimonio Cultural de Humanidad, zona arqueológica a la que hoy el municipio de Saladoblanco quiere acceder con sus vestigios de esculturas y cementerios tipificados por el profesor emérito de la Universidad Nacional, Héctor Llanos Vargas como Cultura Yalcón. Es muy representativo para la población local del oriente caucano y los viajeros en busca de Tierradentro, el soporte de servicios de transporte, alojamiento, comunicaciones y conectividad vial que brinda el municipio de La Plata para su desarrollo turístico, entre otros aspectos. Es así, como los municipios de su entorno con quienes conforma el Territorio Páez, Paicol, Nátaga y Tesalia con potencialidad e interés en el desarrollo de la actividad turística, cuentan con una población de viajeros para ir conquistando como posibles clientes.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

El turista que visita en la actualidad el departamento del Huila, tiene entre 25 y 50 años: 36 y 50 años (38%), seguido del grupo de 26 a 35 años (27%). El género del visitante está equilibrado (55% masculino y 45% femenino), viaja de muchas maneras: con la familia, en pareja, en grupo de amigos, o solo, los fines de semana y puentes festivos. Se complementan estos datos con la información recogida a través del SYTIC, ratificando que comparativamente entre los años 2017 y 2018 las temporadas de mayor afluencia de turistas son: fin de año, mitad de año, Semana Santa y las fiestas de San Pedro.

Al preguntar por la motivación de su visita, se aduce el turismo convencional como principal razón en todos los municipios consultados, aunque en el de Rivera los planes se diversifican más allá del turismo convencional (visita a familiares y amigos, negocios, motivos de salud y compras). En Neiva, se buscan también congresos y convenciones, visita a familiares y amigos, negocios y actividades histórico- culturales. Finalmente, Villavieja, después de la motivación por un turismo convencional, les sigue la visita a familiares y amigos. El perfil básico del turista que visita el Huila se plasma en la siguiente imagen, coherente con el descrito en el SITYC.

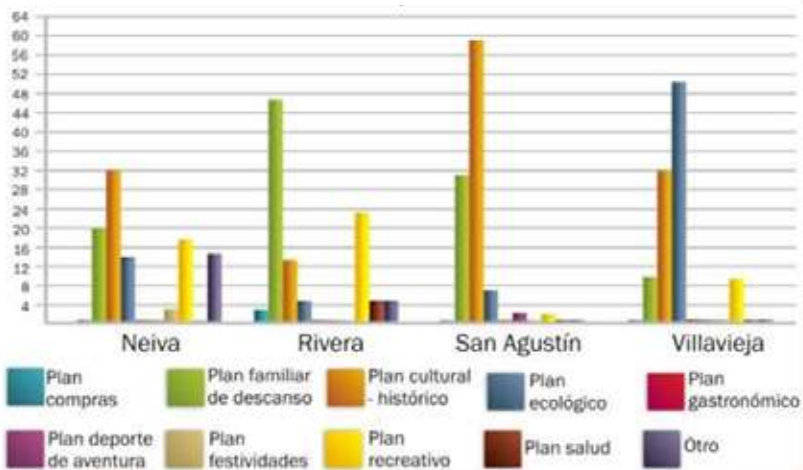


Unión Temporal Huitonava (2012) con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual



## 8. MARKETING TURÍSTICO

Dentro de las actividades de turismo convencional, el turista entrevistado está interesado por la historia, la cultura, el ecoturismo, entre otras, aunque la vocación del destino le limita la práctica de algunas de las actividades seleccionadas (como se puede ver en la siguiente imagen). Por ejemplo, en Neiva y San Agustín destaca el plan histórico-cultural mientras que en Villavieja resalta el plan ecológico y en Rivera el plan familia de descanso.



Unión Temporal Huitonava (2012) con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Revisando el número de visitas a atractivos turísticos del departamento, de los 732.701 ingresos a los sitios turísticos reportados para 2018, el 45,72% prefirieron visitar el desierto de La Tatacoa, seguido del Pesebre del municipio de San Agustín con un 27,27% de visitas, el 18,39% visitó el Parque Arqueológico de San Agustín, el 4,76% Parque Arqueológico alto de los Ídolos, el 1,60% el Observatorio Tatacoa, el 1,26% Museo paleontológico de Villavieja, otros sitios visitados por los turistas están PNN Cueva de los Guacharon, Caja de Agua en Paicol, ruta Santa Rosalia en Palermo y Museo del Beatro Pedro María de la Plata.

La información estadística disponible permite inferir que la tendencia se mantiene en el año 2018 y las visitas a desierto de La Tatacoa siendo el principal motivo de desplazamientos al Huila, seguido por las visitas al Parque Arqueológico de San Agustín, teniendo en cuenta que el pesebre es para la época de Diciembre.

En lo referente a la fidelización del destino, el turista retorna en promedio entre 1 y 2 veces al año; el 91% estaría dispuesto a regresar por varios aspectos, pero sobre todo destaca el ambiente que se vive, seguido de la naturaleza, de la tranquilidad y los paisajes del desierto de La Tatacoa y de San Agustín, destinos turísticos que visitaron la mayoría de encuestados. Las referencias de amigos o familiares e Internet son las fuentes predilectas para informarse acerca del destino Huila.



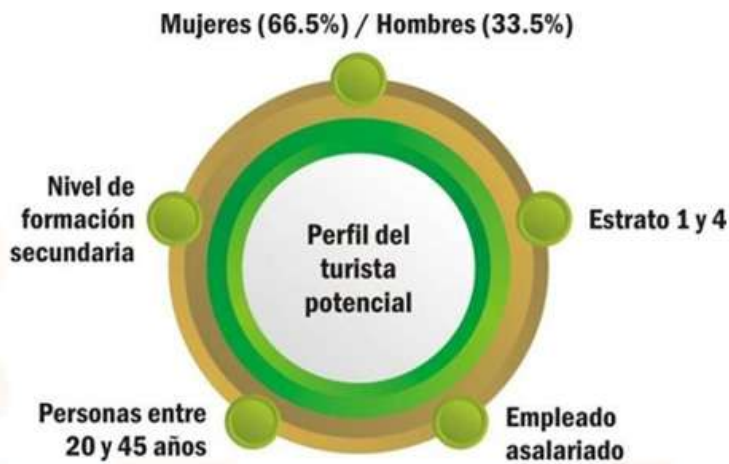
## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.3.2 Demanda potencial

La demanda potencial o demanda latente está compuesta por aquellas personas que no viajan por algún motivo que las afecta, pero que en un futuro podrían formar parte de la demanda actual o real del destino turístico. Con el objetivo de diseñar estrategias de promoción, comercialización y captación, se hace necesario caracterizarlas.

Las fuentes de información tomadas para realizar este informe fueron el estudio de demanda potencial realizado en el marco del Plan de Desarrollo Turístico del Huila 2012- 2015 e información del perfil de turista de naturaleza del documento Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza en Colombia elaborada por las consultoras Avia Export y Tourism, Leisure & Sports-Europraxis (2013) para el Plan de Transformación Productiva de Turismo de Naturaleza de ProColombia. No se encontraron las características diferenciales del visitante que consume cultura en destinos turísticos colombianos, pero se tuvo acceso a la investigación de Rodríguez, Fraiz & Alén (2013) que perfilan de manera conveniente este segmento de turistas y visitantes. El cruce de información mencionado se utiliza para poder integrar las exigencias de un perfil de demanda nacional e internacional, tal como se evidenció en la encuesta de demanda actual realizada en el Plan de Desarrollo Turístico del Huila.

El turista potencial del departamento del Huila está conformado en su mayoría por mujeres, personas con una edad comprendida entre los 20 y los 45 años, pertenecientes a estratos sociales 1, 2, 3 y 4, con nivel de formación secundaria mayoritariamente, desempeñándose como empleados asalariados. La siguiente imagen representa el perfil general de la demanda potencial:



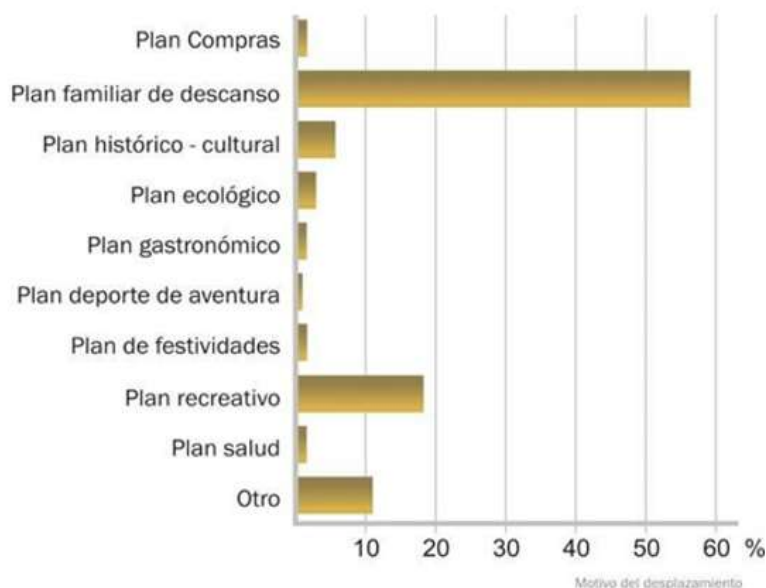
Unión Temporal Huitonava (2012) con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual



## 8. MARKETING TURÍSTICO

Al preguntar a los encuestados sobre su preferencia a la hora de salir de vacaciones, las respuestas fueron variadas, aunque se inclinaron por la temporada de fin de año (diciembre a enero), frente a los meses de junio y julio, puentes festivos, Semana Santa y otras fechas de temporada baja.

La tendencia a viajar con la familia, en la búsqueda de un destino de descanso, se repite; seguido del plan recreativo. Los planes que menos impulsan a la demanda potencial son los gastronómicos, deporte de aventura y festividades, tal como lo evidencia la siguiente imagen.



Unión Temporal Huitonava (2012) con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Los colombianos encuestados manifestaron alojarse varios días en los destinos de su preferencia, siendo mayor a 5 noches el periodo más frecuente (45,7%). No obstante, un porcentaje importante, el 39,2%, se aloja entre 3 y 5 noches. El transporte público terrestre (55,4%) y el vehículo particular (26,6%) son los medios más utilizados.

Por consiguiente, puede afirmarse, dentro del perfil del turista potencial que, los colombianos encuestados prefieren destinos en los cuales puedan realizar actividades relacionadas con el turismo de sol y playa, acompañados principalmente de sus familias o pareja. En cuanto a las fechas o periodos, es evidente una fuerte tendencia a viajar durante las vacaciones, demandando principalmente el medio de transporte público terrestre o utilizando el vehículo particular.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

Seguidamente se presentan las tipologías de turismo más relevantes en el departamento del Huila, las cuales fueron seleccionadas a partir de fuentes secundarias (Plan de Competitividad, Plan de Desarrollo Departamental, Plan de Desarrollo Turístico del Huila, entre otras.) y fuentes primarias resultantes de la información extraída en campo, durante las visitas a los municipios y a la capital del departamento. El resultado fue priorizar el turismo cultural (y el subtipo arqueológico) y el turismo natural (turismo de aventura).

En esta coyuntura, según un informe de PromPerú el Turismo Cultural representa para los visitantes internacionales una experiencia en la que el aprendizaje es el foco que permite el encuentro con nuevas culturas y costumbres, lo cual les hace entender la forma de vida de lo autóctono, conocer su historia y apreciar sus monumentos histórico-culturales. Otros aspectos importantes son: aprender sobre la historia de otras culturas, interactuar con otras personas y conocer sitios y monumentos arqueológicos.

Rodríguez, Fraiz & Alén (2013) realizan una revisión exhaustiva de literatura que va desde Garfield (1993) a Richards (2004), pasando por Bodo (1995) y Prentice (1995), concluyendo que el turista que consume productos y servicios culturales es una persona que "viaja de manera frecuente, tiene estudios superiores a la media, demuestra empatía en sus encuentros con los residentes, suele utilizar todo tipo de transporte con tal que les lleven a un lugar único y extraordinario; son clientes exigentes con una gran percepción de la calidad, por la excelencia en el servicio y el gusto por lo auténtico. Gastan más que los turistas tradicionales y pasan más tiempo en un mismo sitio". Hay una tendencia marcada a que sean "mujeres, también jóvenes que procuran experiencias culturales intensas y poco estereotipadas o personas mayores con medios económicos y salud". "Viajan en pareja y el grado de repetición, es bueno". "Suelen enterarse del destino a través de Internet, aunque la recomendación de amigos y familiares es importante"

Los autores hacen énfasis en que no solo son mercado de demanda extranjera, sino también nacional y local.

El turista cultural puede sentirse motivado de diferente forma; se destacan las siguientes:



Consorcio Inmark 2, 2016 con base en los aportes de Silberberg (1995), Chías (1999) y Seaton (2002); citados por Rodríguez, Fraiz & Alén (2013, pág. 262- 263)



## 8. MARKETING TURÍSTICO

“Las personas «muy motivadas» por la cultura tienen ingresos altos y estudios superiores”. Viajan a destinos turísticos para asistir a teatros, a museos o a festivales culturales. En segundo lugar, el turista motivado «en parte» por la cultura, viaja a lugares con amplias posibilidades culturales, también para ver a sus amigos o familiares. Cuando la cultura está «adjunta» a otra motivación principal, el visitante no se desplaza por una razón de índole cultural, sino de otro tipo, pero que durante su estancia organiza y asiste a actividades culturales. El “turista cultural accidental”, no tiene intención de participar o visitar ningún tipo de actividad de este tipo, pero de manera casual acompaña a unos amigos o familiares a espacios culturales, o bien asiste a un evento porque está cerca de su lugar de alojamiento. Es decir, no planifican sus actividades culturales, sino que son accidentales, fortuitas. Para terminar, existe un último grupo de personas que no asiste nunca a ninguna actividad cultural por falta de interés.” (Silberberg, 1995; Chías, 1999 y Seaton, 2002; citados por Rodríguez, Fraiz & Alén, 2013, pág. 262- 263).

### Tipos de turista cultural



Consortio Inmark 2, 2016 con base en los aportes de Josep Chías (1999), expuesta por Turespaña; citado por Rodríguez, Fraiz & Alén (2013, pág. 262- 263)

No obstante, el departamento del Huila es mucho más que cultura; en el análisis de la oferta comercial se comprobó que la promesa de valor difundida por agencias de viajes mayoristas, operadoras y guías de viajes nacionales e internacionales tiene que ver con uno de los atractivos más representativos del departamento: el Parque Arqueológico San Agustín. Este lugar excepcional, aporta un ingrediente especial al producto cultural; es por ello que se realiza un análisis más específico del perfil del visitante motivado por el turismo arqueológico.

## 8. MARKETING TURÍSTICO

Para empezar, el turismo arqueológico o arqueoturismo "satisface el deseo de conocer y comprender la historia del lugar y admirar atractivos culturales, relacionados con los sitios arqueológicos, que comprenden desde el arte rupestre hasta la arqueología industrial" (Universidad de Barcelona & Ibertur-Red de Patrimonio, turismo y desarrollo sostenible, 2008). Son varias las actividades relacionadas con este subproducto, entre ellas: visitas a sitios o yacimientos arqueológicos al aire libre, a sitios arqueológicos en el subsuelo, a cuevas y abrigos rocosos, a sitios arqueológicos subacuáticos, a museos y/o colecciones arqueológicas, visitas teatralizadas a sitios arqueológicos, asistencia a espectáculos de luces y sonidos, de festivales y conciertos en sitios arqueológicos; participación en eventos de recreación histórica, en proyectos de excavación arqueológica como voluntario, en proyectos de excavación arqueológica como profesional, alojamiento en hoteles de temática arqueológica, compra de artesanía, souvenirs, guías, mapas y publicaciones científicas relacionados con sitios arqueológicos, etc.

Leira, Caamaño y Trasmonte (2014) formulan su propia definición de turismo arqueológico a partir de investigadores como Manzato (2007), Solsona y Rico (2014) y Poyato (2011), así: "consiste en el desplazamiento de visitantes a los denominados sitios arqueológicos, donde se pueden encontrar los restos materiales de culturas antiguas que son susceptibles de ser visitados, presentando actividades, productos y servicios culturales y turísticos con la arqueología como principal interés, así como su motivación por el pasado."

Para perfilar el mercado potencial de turistas interesados en el componente arqueológico, se consultó un estudio realizado en el marco de un proyecto del Instituto Ambiental Brasil Sustentável, la Agencia Española de Cooperación Internacional y el Ministerio de Turismo de Brasil (2008). El perfil sociodemográfico y turístico es el siguiente:

### Perfil del turista arqueológico

- Sexo femenino
- 25 a 44 años
- 95% con estudios superiores
- Proveniencia: 48% Europa, 24% América Latina y Caribe y, 17% USA.
- Investigadores, profesores y funcionarios.
- Vinculación laboral con la cultura o arqueología
- Percibe ingresos anuales entre los 10 mil y los 39 mil usd.



Consorcio Inmark 2, 2016 con base en Instituto Ambiental Brasil Sustentável, la Agencia Española de Cooperación Internacional y el Ministerio de Turismo de Brasil (2008)

## 8. MARKETING TURÍSTICO



Consortio Inmark 2, 2016 con base en Instituto Ambiental Brasil Sustentável, la Agencia Española de Cooperación Internacional y el Ministerio de Turismo de Brasil (2008)

Las personas encuestadas no identifican a Colombia con el turismo cultural, ni con el arqueológico. Por lo anterior, en caso que el país y el departamento del Huila se quisieran posicionar en estas tipologías, se precisa realizar esfuerzos de promoción muy importantes. Los países de la región Latinoamérica y Caribe reconocidos como destinos de turismo cultural son preponderantemente México y Perú, seguidos de Brasil (con un porcentaje de posicionamiento mucho menor). En turismo arqueológico, México y Perú se encuentran en el top cinco, seguidos de Guatemala, país asociado a este subproducto.

A continuación, se identifica el perfil arqueológico del turista potencial, especificando sus atributos y características diferenciales.

### Perfil arqueológico del turista potencial



Consortio Inmark 2, 2016 con base en Instituto Ambiental Brasil Sustentável, la Agencia Española de Cooperación Internacional y el Ministerio de Turismo de Brasil (2008)

## 8. MARKETING TURÍSTICO

Efectivamente, Leira, Caamaño y Trasmonte (2014) también inciden en que el arqueoturismo necesita unas instalaciones específicas que ayuden a los visitantes a tener una mejor comprensión de los restos arqueológicos, recalcando además su necesidad para servir como un medio educativo a través del descubrimiento de nuevas experiencias. De ahí que sean muy importantes la correcta interpretación y la presentación de este tipo de bienes culturales, para así captar la atención y el interés del visitante, integrando los recursos arqueológicos dentro de las rutas incluidas en el turismo cultural. En este orden de ideas, el papel del guía es fundamental, constatándose así que el turismo arqueológico debe contar con guías 100% especializados y conocedores del patrimonio arqueológico.

De otra parte, el departamento del Huila también se caracteriza por la abundancia de escenarios naturales. De ahí que se finalice el análisis del turista potencial, perfilando la silueta del turista potencial que se desplazaría al departamento para realizar turismo de naturaleza.

El turismo de naturaleza ha sido oficialmente aceptado por el Gobierno de Colombia con base en los lineamientos propuestos por la Organización Mundial del Turismo [OMT] que lo define como "todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la misma, así como las culturas tradicionales". Por lo anterior, esta tipología es un gran paraguas donde se cobijan tres subproductos: el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural (Avia Export y Tourism, Leisure & Sports- Europraxis, 2013).

De los tres subproductos anteriores, el Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza en Colombia da mayor importancia al potencial de dos de ellos para el departamento del Huila: ecoturismo y dentro de éste, el avistamiento de aves. Pese a este hecho, el cruce de información proveniente del análisis de oferta realizado al departamento, constata que existe un gran potencial en el segmento de aventura y del turismo rural. Por ende, se describen a continuación todos los perfiles priorizados en el Plan de Transformación Productiva [PTP] de Turismo Natural, es decir: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

**El Ecoturismo** es el producto que presenta mayor dimensión de negocio a nivel mundial por su alto volumen de mercado y crecimiento estable. El ecoturista tiende a ser culto, maduro y enfocado en el medioambiente, pero mantiene una conducta de compra basada en criterios tradicionales (precio, confort, servicios, calidad, etc.). Cada año hay 64 millones de ecoturistas en todo el mundo (OMT, 2007). Dentro del subproducto ecoturismo se prioriza el segmento especializado del avistador de aves. Este tipo de turista muestra tendencia creciente, con perfil hombre, mayor, gasto superior a la media, especialmente de EE.UU y Reino Unido. En USA, hay 44 millones de avistadores de aves - 9,8 millones se desplaza fuera del país (USFWS, 2009); en Reino Unido: 20.000 reservas de viajes se centraron en la observación de aves / año (CBI, 2011).

**El Turismo de Aventura** tiene un fuerte crecimiento mundial, con dos grandes segmentos, donde la aventura suave representa mayor oportunidad de negocio. Anualmente hay 23 millones de turistas de aventura que generan 89 billones valor global del mercado (ATTA, 2009) y un crecimiento anual del 15 - 20% (1994 - 2004) (OMT, 2005). Colombia cuenta con buenas condiciones para el Turismo de Aventura, en especial en la zona central y andina. Para el caso del departamento del Huila, el grado de intensidad es aceptable. El Plan de Negocio del PTP definió la media para el correcto desarrollo del producto de aventura, en 3,14; el Huila está por encima de dicho promedio, concretamente en 3,5, aunque no llega a las cifras de departamentos como Cundinamarca, Santander y Antioquia, cuyo promedio supera el 4,2.

**El Turismo Rural** presenta conceptos distintos en LATAM, con visitantes de diferentes niveles económicos y donde se valora la recuperación del mundo de "campo". En el año 2007 hubo 4 millones de viajeros por este motivo que desencadenaron un gasto medio por turista rural durante un fin de semana de 169€; el crecimiento del sector entre los años 1996 y 2003 fue del 10 y 15% respectivamente.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.3.3 Perfil de los mercados para los productos turísticos Huila

Conocer las exigencias de la demanda o de los potenciales turistas, facilita el desarrollo del proceso de planeación requerido en la construcción de un destino turístico. El perfil propuesto para el caso Huila se enfoca en el análisis de tres aspectos básicos: motivación turística principal; motivación complementaria y factores claves del éxito, análisis que se realizará para cada uno de los productos turísticos prospectados para el departamento del Huila.

#### Producto Turismo Cultural: arqueología y astronomía

**Motivación principal:** Disfrutar de la riqueza cultural - histórica, arqueológica y astronómica del departamento, cargada de identidad y de memoria. Disfrutar el arte autóctono del destino por medio de todas las manifestaciones artísticas, musicales, folclóricas y gastronómicas. Vivenciar la experiencia en un hito turístico declarado por la UNESCO como Patrimonio Mundial de la Humanidad. Compartir actividades con familiares o amigos. Reconocer las manifestaciones culturales diferenciales del destino.

**Motivación Secundaria:** excelente infraestructura, servicio y equipamiento de excepción. Posibilidad de realizar compras especializadas. Artesanía y productos originales.

**Factores claves del éxito:** Portafolio amplio de actividades culturales, artísticas, etc. Articular la zona arqueológica de San Agustín, Isnos, Saladoblanco con el Parque Arqueológico Tierradentro, también declarado por la UNESCO como Patrimonio de la humanidad. Disponer de Guías nativos especializados en arqueología y cultura que sean bilingües.

#### Producto Turismo de Naturaleza

**Motivación principal:** País con mayor diversidad endémica por m2 con oportunidad de avistamientos reales. Entorno silvestre: estado natural, libertad, rústico. Diversidad de Parques Nacionales de clase mundial. Infraestructura de interpretación innovadora y adaptada. Alojamientos, senderos y centros de interpretación adaptados para ecoturismo. Especialmente sobre las aves: amplias posibilidades de observar efectivamente la mayor diversidad de especies de aves en espacios reducidos. Sostenibilidad y responsabilidad.

**Motivación Secundaria:** Turismo cultural, turismo de aventura en la naturaleza y turismo rural, así como otros escenarios de naturaleza, gastronomía, etc. Disfrutar de la compañía de familiares y amigos. Entorno distinto al habitual. Realizar actividades especiales por medio de unos equipamientos e infraestructura de acceso amigables con el entorno natural. Senderos, itinerarios y rutas conceptualizados de observación.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

**Factores claves del éxito:** En el caso específico del avistamiento de aves: toda la planta turística adaptada para la observación de aves y de alto valor de interpretación: torres de observación, senderos puentes y pasarelas de alto atractivo e innovación en sí mismas; punto de embarco y desembarco, tarabitas o funiculares. Estructuras para criaderos de aves. Destino con equipos especializados disponibles y asequibles. Innovación disponible para la interpretación y práctica del ecoturismo. Sonidos especializados sobre canto de aves, espectro de hábitats, etc. Guías nativos- guías especializados- Guías bilingües.

### Producto Turismo de Aventura

La naturaleza y su respeto, de ahí que las actividades sean de bajo impacto o soft adventure Preocupación por la ecología y conciencia por el medio ambiente.

**Motivación principal:** Destino de los 5 elementos para la aventura tierra - agua - aire - fuego - ser humano. Tierra: grandes montañas, páramos, valles, cañones y llanuras. Marcas míticas: Andes y Llanos; Agua: grandes ríos, represas, etc. Aire: grandes alturas y vientos (kitesurf, surf, parapente, tirolesas gigantes, etc.). Fuego: grandes emociones, reto, fuerza, y adrenalina en la naturaleza. Escenarios naturales de gran belleza escénica. Ser humano: el visitante aventurero, contacto con cultura local; auto superación, fuera de lo común. Aire puro y libre de contaminación.

**Motivación Secundaria:** Conocer otras culturas diferentes de la propia. Interacción con la comunidad anfitriona. Observación de la diversidad natural (fauna y flora). Realizar actividades de agroturismo, culturales, etc. Diversidad de climas. Oferta diversificada de actividades. Oferta diversificada e innovadora de alojamiento más allá de lo tradicional: Bed&Breakfast, Glamping, lodges especializados, ecolodges, haciendas cafeteras, etc.

**Factores claves del éxito:** Confianza que le inspira el guía que acompaña: guías especializados y guías nativos. éxito Infraestructura: señalización de senderos, mapas y rutas estructuradas. Servicio meteorológico. Sistema de búsqueda, rescate y comunicaciones. Infraestructura de gestión ambiental (energías alternas, tratamientos de agua y desechos).



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.3.4 La comercialización en los mercados emisores

Este análisis tiene como objetivo evidenciar los exponentes principales que confirman la oferta comercial del departamento del Huila y que actualmente se venden o se ofrecen al público, desde la ciudad de Bogotá D.C., como foco emisor de turistas a las regiones.

Fueron escogidas aleatoriamente 25 agencias de viajes mayoristas de la capital, a partir de conocer cuáles son las mejor posicionadas y con mayor trayectoria en el mercado; fueron tenidas en cuenta algunas especializadas en turismo cultural y natural, acordes con la vocación turística del Departamento; no obstante, luego de la revisión, solo 3 de ellas incluyen en sus oferta atractivos del Huila, por lo que el análisis se centró en ellas: Grupo Aviatur, Panamericana de Viajes y Despegar, clasificada como OTA (On line Travel Agent).

El análisis arrojó que la oferta comercial del destino turístico Huila, no es uniforme. Mientras el Grupo Aviatur apuesta por una oferta completa en cinco municipios del departamento, Panamericana de Viajes se limita a vender San Agustín; y Despegar.com incluye servicios del destino, como el hospedaje y paquetes turísticos parciales que integran únicamente transporte y alojamiento. Es importante indicar que esta agencia de viajes en línea no promociona atractivos ni actividades en el destino, pero sí municipios como Neiva, Pitalito, San Agustín y Garzón. Las tipologías de turismo que se están ofertando son coherentes con la vocación del destino turístico: cultural, natural y de aventura. Para el caso de Aviatur y Panamericana de Viajes, la duración de los paquetes oscila entre los 4 y los 6 días; incorporan varios atractivos y una buena gama de actividades a realizar, muchas de las cuales se enfocan en la experiencia. Un ejemplo de lo anterior es el taller de astronomía para observar las estrellas en el Desierto de La Tatacoa. Los precios varían, dependiendo de la duración del plan turístico y de los servicios.

### 8.3.5 La operación del receptivo Huila

Se realizó un análisis de la oferta comercial de 6 agencias de viajes operadoras, con el fin de identificar los principales aspectos que conforman los planes turísticos que operan y factores diferenciales. Estas fueron: Viajes y Eventos Yimmy Tours, Huiltur Viajes y Turismo, Chaska Tours, Vladetur, Ecoaventura y Naventura.





## 8. MARKETING TURÍSTICO

La revisión de los componentes confirma que son expertas en el territorio Huilense y esto se percibe en la oferta comercial que, aunque gira en torno a atractivos centrales como el Parque Arqueológico de San Agustín, La Cueva de los Guacharos y el Desierto de La Tatacoa, considerados de mayor impacto en los mercados, dan la opción de conocer atractivos turísticos de cada municipio. En este sentido, la oferta comercial es mucho más amplia en comparación con la de las mayoristas bogotanas.

El liderazgo receptivo es un punto a favor del Departamento. Así mismo, se evidencia un claro aprovechamiento de la vocación turística del territorio vendiéndose como un destino multiproducto: naturaleza, aventura, cultura, astronomía, arqueología y agroturismo, con un portafolio de actividades diversificado e interesante. Como algo positivo, la oferta comercial turística del departamento del Huila trasciende el turismo cultural urbano de la ciudad capital y se presenta una dinámica territorial rural destacable.

Por otra parte, se subraya la vinculación de la comunidad en la prestación del servicio, guías regionales, algunos bilingües; así como fincas cafeteras como atractivo experiencial y alojamiento rural comunitario. En lo relacionado con la duración de los planes, estos oscilan entre 1 y 4 días, preponderando la oferta de planes pasadía en destinos de fácil acceso para el cliente residente y planes turísticos completos para no residentes. En lo relacionado con los niveles de precios, se presentan diferentes escalas, en las que además de las actividades y duración de cada uno, se tienen en cuenta la cantidad de turistas que adquieren el servicio.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.3.6 Operación a través de redes sociales

Las redes sociales como instrumentos de comunicación y de información para planificación de viajes se han convertido en una herramienta esencial en la identificación de los aspectos generales y turísticos de los diferentes destinos tanto para residentes como para turistas. En estas líneas se hace un análisis de los sitios web especializados en turismo y redes sociales institucionales como Facebook y Twitter a nivel departamental y en los municipios de San Agustín, Garzón, Villavieja y Rivera.

Para el caso del departamento, este cuenta con el Sistema de Información Turística y Cultural del Huila de la Gobernación, a través del cual se configura una amplia base de datos de eventos culturales; se incluye el inventario de atractivos turísticos del departamento, así como el directorio de prestadores turísticos e información de interés de la región. A su vez, dispone de una página institucional que desarrolla publicaciones periódicas de artículos de interés turístico, promociones y atractivos; además cuenta con más de 31.197 visitas desde el 01 de enero del 2018.

En cuanto al municipio de San Agustín, se desarrolló el portal web turístico que ofrece información detallada de la oferta turística del lugar, así como testimonios y noticias. Se destaca el completo directorio de prestadores de servicios turísticos. También tiene cuenta en Facebook con publicaciones periódicas de noticias de interés turístico del destino y promociona sus principales atractivos a través de videos y foros. El contenido no se actualiza desde finales del mes de noviembre de 2016; gusta a 10.393 personas y es seguido por 10.320 personas.

Respecto de los municipios de Garzón, Villavieja y Rivera, no poseen un dominio institucional, especializado en la actividad turística. Utilizan los sitios web y redes sociales de las alcaldías para organizar la información turística existente, así como para promocionar en algunos casos atractivos, en especial eventos como ferias y fiestas.

En lo concerniente a la red social la Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento tiene perfiles en Instagram como @huilaunparaisopor descubrir con 8.822 seguidores, en Facebook @huilatravelparadise con 46.947 seguidores los principales seguidores son colombianos, pero también tiene seguidores residentes en Estados Unidos de América, México, Brasil, Filipinas, España entre otros y en Twitter como @Huilaunparaiso con 1021 seguidores. En la que se manejan contenido fotográfico en las secciones de "Turismo Huila", "Paisajes Huila" y "Fiestas Huila", entre otros.

Además, cuentan con una canal institucional YouTube con 206 seguidores llamado "Huila, un paraíso por descubrir", lo que se encuentra diferentes videos subidos por la secretaria de cultura y turismo departamental.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

### 8.3.7 Presencia del destino Huila en las Guías de Turismo

Las guías turísticas son una herramienta fundamental para proyectar la imagen de un destino turístico en los mercados nacionales e internacionales porque los turistas las consultan y las adquieren antes y/o durante sus viajes.

Se analizó la información turística del Departamento contenida en cuatro guías de viajes de amplia circulación e importancia (dos de alcance nacional y dos internacionales). Este análisis sirve de base para mejorar la información divulgada del Huila, en aras de cumplir la promesa de valor que se le transmite al visitante antes de su viaje, de identificar oportunidades de aperturas de nuevos mercados, de mejorar la promoción y el posicionamiento del destino en los mercados, doméstico y externo.

En cuanto a las guías nacionales, se tomaron como referencia Colombia.travel de Procolombia y la Guía Rutas por Colombia. Para el caso de las internacionales, fueron consultadas Petit Futé y Lonely Planet.

Colombia.travel es la guía oficial del país. Agrupa los atractivos por tipología de turismo, regiones y ferias y fiestas. Así mismo ofrece tips de visita, fomenta la interacción entre viajeros y permite la planificación del viaje dependiendo de los requerimientos del turista, dando respuesta a preguntas como ¿Qué hacer?, ¿A dónde ir?, ¿Qué comer?, ¿Dónde dormir?, entre otras.

Para el caso del departamento del Huila, se destacan las principales actividades a realizar, como la visita al Museo de Arte Contemporáneo del Huila; los principales eventos, como el Reinado Nacional del Bambuco. Además, presentan los principales destinos del departamento, la oferta gastronómica y las experiencias que están dispuestas para el turista.

Los municipios promocionados en la guía turística son: San Agustín, El Hobo, Neiva, Pitalito e Inzá (Cauca); por cada uno describe los principales atractivos, oferta gastronómica y de alojamiento, así como los principales eventos. También refiere características generales como la ubicación (mapas) y el clima. En cuanto a la oferta gastronómica, se resalta la relación entre los platos autóctonos de la región y los valores patrimoniales. El municipio de San Agustín se promociona como atractivo arqueológico, junto con otros destinos de los que se subrayan sus bellezas patrimoniales y/o naturales.



## 8. MARKETING TURÍSTICO

Por otra parte, la Guía de Rutas por Colombia es on line y de carretera, apoyada por empresas privadas, en la búsqueda de fomentar el turismo y asegurar la movilidad exitosa de los viajeros por las vías del país. Respecto del Huila, contempla una descripción general de las características del territorio, complementada con ayudas gráficas como mapas e información de las condiciones climáticas; así mismo, enumeran los lugares y atractivos turísticos más relevantes dentro del destino: Rivera, Villavieja, Desierto de la Tatacoa, Yaguará, Palermo, San Agustín, Estrecho del río Magdalena, Cueva de los Guacharos, Pitalito, Isnos, Gigante y Palestina (Movistar, 2016). La información disponible es básicamente una descripción general de sus características e importancia turística, desglosando además los principales establecimientos de alojamiento. En lo relacionado con los eventos, también se destaca el Reinado Nacional del Bambuco.

A pesar que ambas guías poseen información ciertamente parecida, para el caso de Colombia.travel existe un factor diferenciador porque muestra el destino y el producto turístico a través de los ojos de quienes la consultan, en tanto que la Guía de Rutas por Colombia, reduce la información turística y presenta un documento de consulta general, aunque especializado en lo que se refiere a vías terrestres y otras recomendaciones de acceso y movilidad.

En lo relacionado con las guías internacionales, Petit Futé brinda una descripción de Colombia relatando detalladamente los principales aspectos: historia, política, estilo de vida, festividades, etc. De otro lado, lista los sitios esenciales para visitar, brinda tips de seguridad y ofrece diferentes posibilidades de estadía para los viajeros, detallando los lugares susceptibles de visita en un tiempo determinado, que podría oscilar entre una semana y un año. En cuanto al Huila posee un lugar privilegiado al resaltar su importancia "Les sites archéologiques mystérieux de San Agustín"- Los sitios arqueológicos de la misteriosa San Agustín, resaltándolo como uno de los principales atractivos de la región Andina (Petit Futé, 2016).

Finalmente, Lonely Planet publica las mejores guías para viajeros independientes, famosos por su fiabilidad y rigurosa información, sus mapas, fotografías y sus referencias históricas y culturales. Adicionalmente, las guías se actualizan periódicamente, en la mayoría de los casos cada dos años. Brinda la posibilidad de interactuar y conocer las experiencias de turistas de primera mano (Lonely Planet, 2016). Un punto interesante de esta guía es su sección "off the beaten track" donde se incluye información considerada por fuera de los circuitos convencionales. La información suministrada principalmente hace relación a la descripción general del país, historia, clima y noticias. Permite la interacción con turistas reales y potenciales respecto de sus experiencias en el destino. Se incluye un ranking de los atractivos turísticos imperdibles. Para el caso colombiano, las estatuas de San Agustín se encuentran en el puesto número 6. Se incluye una pequeña reseña del atractivo, así como entradas de Blog relatando por qué San Agustín es un destino turístico ineludible si se viaja a Colombia.



## 9. INFRAESTRUCTURA, CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD PARA EL TURISMO

Uno de los grandes desafíos del departamento del Huila en materia turística está relacionado con la inversión en infraestructura, entendida esta como el conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de la actividad turística; es claro que la inversión en infraestructura y planta turística generan valor al destino, mejoran la conectividad y la dotación de servicios, permitiendo el aprovechamiento de las ventajas comparativas del departamento en relación a otros destinos.

En este sentido, el desarrollo en infraestructura resulta transversal a todas las Apuestas Productivas, turismo entre ellas, al Estado le, es perentorio invertir en este sector pues el asociado la percibe como mejoramiento a su calidad de vida, mientras que el turista la percibe como la confortabilidad y seguridad que el destino le ofrece para hacer amable su estancia mientras ejerce su derecho al disfrute del ocio productivo.

En este momento, en que como por ensalmo colapsó la estructura vial del Departamento se hace necesario recabar sobre la necesidad de reconstruir y llevar a formato 4G las vías que conectan al departamento del Huila con los mercados emisores de turistas, reconociendo como la más importante la que recorre el territorio opita en paralelo al río Magdalena desde Aipe hasta San Agustín, así como, las vías transversales que unen al departamento del Huila con sus vecinos, entre ellas, Pitalito-Mocoa, Suaza-Florencia; Isnos-Popayán; La Plata-Popayán; Colombia -La Uribe.

De capital importancia resulta la construcción de las vías que forman circuito a partir de la Troncal del Magdalena y las ya mencionadas vías transversales, entre ellas, Isnos-Morelia-Saladoblanco-Oporapa -La Argentina que articula el Circuito Arqueológico del Sur con Tierradentro y Cali, incorporando nuevos escenarios paisajísticos, diversificando la oferta turística y contribuyendo a una mayor estancia del turista en el Huila; por su parte, el turismo rural reclama para su desarrollo la construcción o mejoramiento de las vías: Altamira-Naranjal; Tarqui-Maito- Sicana que adicionalmente mitigan el Paso de Pericongo cuando se activa la falla de la serranía de La Ceja; en este mismo sentido se hace necesario optimizar los circuitos Garzón-Zuluaga-Gigante; y Garzón-El Pital-La Plata-Paicol - Tesalia que estimula el turismo rural en fincas cafeteras y haciendas ganadera y contribuye a mitigar el paso perimetral por el embalse El Quimbo. El hermoso paisaje del pie de monte de la cordillera Central también amerita el mejoramiento de su red vial, siendo las más importantes la que comunica a Tesalia con Pacarní-Iquira-Yaguará, y la que une a Iquira con Teruel, Palermo y Neiva; por supuesto que la región norte goza de extraordinarios escenarios y requiere de vías para su articulación al turismo rural, entre ellas: Neiva-San Luis-San Francisco; y Neiva- Villavieja - Doche-Baraya -Tello. Cabe resaltar que el desarrollo vial debe ir acompañado de la respectiva señalética de información vial y de información turística.



## 9. INFRAESTRUCTURA, CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD PARA EL TURISMO

Recientemente la Aeronáutica Civil de Colombia elaboró el Plan de Desarrollo para los aeropuertos del país, entre ellos, el Benito Salas Vargas que sirve a la ciudad de Neiva y Contador que hace lo propio a Pitalito, priorizando en horizonte a treinta años inversiones en mejoramiento y optimización del servicio, inversiones que guardan armonía con el tamaño del mercado que hoy se estima moviliza anualmente 300.000 pasajeros, principalmente a la ciudad de Bogotá, adoptando como política diversificar destinos con el objeto de lograr mayores flujos de pasajeros.

El Programa de Transformación Productiva elaboró en el año 2013 el Plan de Negocios para el Turismo de Naturaleza, estudio que identificó el río Magdalena incluidos los embalses Betania y Quimbo como los escenarios ideales para el desarrollo del turismo náutico y de aventura, requiriendo para su implementación la construcción de puertos y embarcaderos. Puertos en los embalses de Betania y Quimbo; y embarcaderos en el río Magdalena en los sitios de Sombrerillos, Versalles, Saladoblanco, Oritoguaz, La Guaira, El Juncal, Las Damas, Caracolí y Remolinos.

Por supuesto que el mundo contemporáneo demanda se le soporte la operación en plataformas digitales y en general las comunicaciones articuladas a internet, el Huila debe ponerse a tono con esta necesidad no solo para el desarrollo turístico, sino, para mejorar su nivel de competitividad que en materia de tecnologías de la comunicación se muestra rezagado.

Finalmente, el departamento del Huila ha iniciado el desarrollo de algunos proyectos considerados como generadores de demanda turística, proyectos que no se han culminado en su totalidad o se han marchitado con el correr de los años, entre ellos encontramos, el Parque Islas de Aventura un proyecto enfocado en la recreación del ecosistema del río Magdalena desde su nacimiento en el Macizo Colombiano hasta su desembocadura en el Mar Caribe, proyecto que se convertiría en el ancla para la navegación turística entre El Juncal y puerto Nuevo en el municipio de Villavieja; el segundo proyecto corresponde a la dotación y puesta en marcha del área de alimentos y bebidas del Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera como un componente básico para ambientar la concesión a un operador profesional de eventos, congresos y convenciones que lo comercialice en el ámbito nacional. En esta misma situación se encuentra el Recinto Ferial de Neiva que ha logrado construir la primera fase y acusa la necesidad de un operador que lo comercialice con el objetivo de hacerlo sostenible. El Parque de la Música Jorge Villamil Cordobés presenta un avance del 75% y requiere de la financiación para la culminación y gestión con operadores profesionales de eventos culturales para que lo administren con criterio de sostenibilidad. Finalmente se debe continuar con la remodelación del Teatro Pigoanza para dotar a la ciudad de Neiva de un escenario adecuado para la realización de eventos escénicos.



## 9. INFRAESTRUCTURA, CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD PARA EL TURISMO

La exposición permite inferir que en materia de infraestructura el departamento del Huila tiene una extensa tarea por cumplir, tarea para la que debe crear sinergias con el gobierno nacional y los 37 municipios para lograr su financiación, puesta en marcha, mantenimiento y operación con criterio de sostenibilidad económica, ambiental y social, así como, un valioso aporte al propósito de hacer del Huila un territorio competitivo y materializar el concepto de la marca “Huila un Paraíso por Descubrir”.

Una vez hecho el anterior análisis, el grupo técnico que ha construido el presente plan sectorial para el departamento del Huila, considera pertinente dejar inmerso en este plan los proyectos de infraestructura que son de vital importancia para el desarrollo apropiado del turismo en el Departamento del Huila. Ellos son:

### 9.1 Infraestructura terrestre, aérea y fluvial al servicio del Turismo

#### Proyecto 1: Vías para la conectividad con los mercados emisores

**Subproyecto 1:** Construcción y mejoramiento de la infraestructura vial que conecta al Huila con sus principales mercados emisores. Resulta de vital importancia para el sector invertir en las vías que conectan al destino con los mercados emisores toda vez que estas permiten y facilitan la movilidad de carga y pasajeros, potenciando la actividad regionalmente.

Se han identificado y priorizado inversiones en materia vial necesarias para el fortalecimiento del turismo en el destino Huila, así:

- Diseño y construcción del viaducto de Pericongo en el municipio de Timaná.
- Terminación de la Pavimentación de la vía La Plata - Inzá - Popayán
- Terminación de la Pavimentación de la vía Isnos - Paletará - Popayán
- Terminación de la Pavimentación de la vía La Plata-Belén-Popayán
- Mejoramiento de la vía Neiva - Pitalito - Mocoa
- Mejoramiento de la vía Neiva - Suaza - Florencia.
- Construcción de la vía Baraya - Colombia - El Dorado - La Uribe - Mesetas - San Juan de Arama



## 9. INFRAESTRUCTURA, CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD PARA EL TURISMO

### Proyecto 2: Vías para la conectividad al interior del destino Huila

**Subproyecto 1:** La construcción y mejoramiento de la infraestructura vial que conecta los destinos turísticos al interior del departamento del Huila fortalece la movilidad de la cadena de suministros, carga y pasajeros

A continuación, se presentan algunas vías priorizadas para mejorar la conectividad de los destinos al interior del departamento:

- Terminar la pavimentación del Circuito Turístico del Sur
- Diseño y construcción de la vía Bordonos - Morelia - Saladoblanco
- Mejoramiento de la vía Pitalito - San Agustín
- Mejoramiento de la vía Cucará - Villavieja
- Pavimentación de la vía Neiva - Baraya - Colombia
- Pavimentación de la vía Palermo - Teruel - Yaguará
- Pavimentación de la vía Yaguará - Iquira - Tesalia
- Pavimentación de la vía Villavieja - Doche - Baraya
- Diseño y construcción puente Aipe - Villavieja
- Rediseño y construcción de la vía La Plata - El Pital - Agrado
- Rediseño y construcción de la vía Gigante - Zuluaga - Garzón
- Rediseño y construcción de la vía Altamira - Naranjal - Sicana
- Rediseño y construcción de la vía Agrado - Tarqui - Maito - Paso Maito - Elías - Vía Timaná.
- Rediseño y construcción de la vía Suaza - Acevedo - Pitalito
- Rediseño y construcción de la vía Acevedo - Palestina
- Rediseño y construcción de la vía Oporapa - la Argentina

### Proyecto 3: Mejoramiento y construcción de senderos para conectar los atractivos turísticos

**Subproyecto 1:** Mejoramiento y construcción de senderos e infraestructura para el acceso a destinos turísticos.

El mejoramiento y construcción de senderos e infraestructura para el acceso a algunos destinos turísticos con características especiales facilita la movilidad de turistas a lugares con dificultades de accesibilidad; en materia de aviturismo la construcción de senderos se tendrán en cuenta los priorizados en el proyecto "Diseño e Implementación de las Rutas de Aviturismo de los Andes Orientales y del Suroccidente Colombiano" en lo que al Huila corresponda.

Algunos senderos priorizados son:

- Mejoramiento del acceso al Parque Nacional Natural-PNN Cueva de Los Guacharos
- Mejoramiento de los Senderos de interpretación en el Desierto de La Tatacoa
- Mejoramiento y construcción Senderos para Aviturismo
- Mejoramiento de los senderos arqueológicos de la Cosmovisión Agustiniana o de la cultura Ullumbe.





## 9. INFRAESTRUCTURA, CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD PARA EL TURISMO

### Proyecto 4: Mejoramiento y Construcción de infraestructura que contribuya a la movilidad en los principales destinos

**Subproyecto 1:** Mejoramiento y construcción de terminales de transporte terrestre y zonas de parqueo.

Se propone mejorar y modernizar la infraestructura y dotación de los terminales de transporte terrestre existentes y diseñar, construir y poner en funcionamiento los terminales de transporte terrestre de San Agustín, Villavieja y Paicol; de igual manera se ha priorizado la construcción de zonas de parqueo en los Parques Arqueológicos y desierto de La Tatacoa a fin de contribuir tanto a la movilidad en el destino como a la gestión y planificación de los destinos y los impactos generados por el tránsito automotor.

### Proyecto 5: Plan de Señalización Turística

**Subproyecto 1:** Señalización de orientación a los atractivos Turísticos

El presente proyecto hace referencia a la señalización que orienta, informa, previene y asegura a todos los usuarios un desplazamiento seguro y confiable, mejorando la movilidad y las condiciones de accesibilidad de los turistas a los destinos.

**Subproyecto 2:** Señalización turística interpretativa en los destinos

Se hace necesario mejorar y complementar este tipo de señalización en los destinos que permita a los turistas la interpretación de la riqueza turística, cultural, ambiental y demás de los mismos, convirtiéndose en una herramienta educativa y comunicativa.

### Proyecto 6: Mejoramiento de la infraestructura aérea para el turismo

**Subproyecto 1:** Mejoramiento de la infraestructura aeroportuaria Huilense

El presente proyecto busca asegurar la financiación de los Planes Maestro de los aeropuertos Benito Salas de Neiva y Contador de Pitalito con el fin de mejorar la infraestructura, dotación y operación aeroportuaria con el cumplimiento de estándares y normas relacionadas.



## 9. INFRAESTRUCTURA, CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD PARA EL TURISMO

### Proyecto 7: Dotación de Infraestructura fluvial de apoyo al turismo

#### Subproyecto 1: Construcción de puertos fluviales y embarcaderos.

Se requiere mejorar la infraestructura fluvial y la construcción de puertos y embarcaderos que faciliten la movilidad -embarque y desembarque- de personas y mercancías, así como el desarrollo de actividades náuticas asociadas al turismo; se propone en tal sentido:

- Diseño construcción Puerto Yaguará
- Construcción de los puertos del embalse El Quimbo
- Terminar la construcción de Puerto Nuevo en Villavieja
- Diseño y Construcción Embarcadero en Sombrerillos en Versalles
- Diseño Embarcadero en Saladoblanco - Oritoguaz
- Diseño Embarcadero La Guaira - Tarqui
- Diseño Embarcadero El Juncal - Las Damas
- Diseño Embarcadero Caracolí - Remolinos
- Diseño Embarcadero Río Páez sitio de Nolasco - Puente Los Ángeles

### 9.2 Conectividad Digital para el turismo

El presente busca lograr la conectividad digital al servicio del turismo en los municipios con vocación turística tanto para la oferta por parte de los prestadores como para el acceso por parte del turista por los diferentes canales digitales de comercio electrónico.

#### Proyecto 1: Masificación del Internet de alta calidad en los municipios con vocación turística

##### Subproyecto 1: Corredores digitales fortalecidos en municipios con vocación turística

Teniendo en cuenta las tendencias del turismo mundial en donde la mayor parte de las transacciones se hacen por medio de plataformas digitales (búsquedas, reservas y compra de vuelos, alojamientos, itinerarios, entre otros) se hace necesario fortalecer y llevar conectividad digital de alta calidad y eficiente a los municipios con vocación turística con el fin de ofrecer acceso al sector a las nuevas posibilidades que ofrecen las tecnologías contemporáneas al sector del turismo, contribuyendo de esta manera al fortalecimiento del negocio turístico facilitando la conversión digital del modelo de negocio actual.



## 9. INFRAESTRUCTURA, CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD PARA EL TURISMO

### 9.2 Infraestructura y equipamiento de soporte para la actividad turística.

#### Proyecto 1: Servicios públicos para soportar el turismo

##### Subproyecto 1: Fortalecimiento de los sistemas de servicios públicos

Con el fin de brindar servicios públicos que respondan a la demanda del sector y a la sostenibilidad de los recursos naturales, se hace necesario fortalecer los sistemas para su óptima prestación (acueducto y alcantarillado, agua potable, saneamiento básico, energía, recolección de basuras, servicios de salud, transporte local, entre otros) en los municipios de vocación turística.

#### Proyecto 2: Construcción y mejoramiento de equipamientos MICE

##### Subproyecto 1: Terminación de obras adicionales del Recinto Ferial de Neiva

Se hace necesario para el óptimo funcionamiento del recinto ferial adelantar obras complementarias relacionadas con la adecuación de oficinas y del área administrativa, adquisición de luces y sonido profesionales adecuados a las necesidades de la infraestructura y contar con equipamiento logístico necesario para su operatividad y adecuado funcionamiento a fin de optimizar servicios

##### Subproyecto 2: Dotación del área de alimentos y bebidas del Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera.

Se hace necesario dotar al Centro Cultural y de convenciones José Eustasio Rivera del área de alimentos el fin de brindar servicios adicionales y complementarios, contribuir al fortalecimiento de los servicios y crear una nueva unidad de negocio y sostenimiento al mismo.

##### Subproyecto 3: Terminar la construcción y dotación del Parque de la Música Jorge Villamil Cordovez.

Se hace necesario la construcción del bloque B; la adquisición de luces y sonido profesionales y demás equipamiento logístico adecuados a las necesidades de la infraestructura y para prestar servicios de alta calidad.

##### Subproyecto 4: Puesta en funcionamiento del Teatro Pigoanza.

Se requiere adelantar las acciones necesarias para poner en funcionamiento el Teatro Pigoanza como un escenario para las artes y la cultura, y demás actividades asociadas al turismo.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Los seis lineamientos estratégicos que se proponen en el Plan Departamental Sectorial de Turismo surgen del detenido análisis del diagnóstico realizado con corte a junio de 2018, diagnóstico que se socializó con los honorables miembros de la Mesa Sectorial de Turismo.

### 10.1 Innovación

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, la globalización de la economía y las nuevas tendencias del desarrollo productivo del turismo, se hace necesario adelantar acciones en el destino tendientes a dar respuesta y satisfacer las nuevas necesidades del mercado de manera innovadora, implementando nuevas ideas, productos, servicios y prácticas que cambien hábitos empresariales obsoletos, crear nuevas experiencias para los consumidores con el fin de ser más productivos, aprovechando al máximo y de manera sostenible los recursos disponibles, contribuyendo así a la innovación y gestión del destino Huila.

Para innovar en turismo se hace necesario desarrollar investigación (científica y aplicada), fortalecer los sistemas de información como herramientas para la planificación y toma de decisiones, invertir en transferencia de tecnología, ventas por innovar, emprendimiento digital, aumentar el gasto empresarial en I+D, potenciar las patentes y diseños industriales para el sector, entre otras.

### Programas

El lineamiento estratégico Innovación se desarrolla en el planteamiento de un programa que traza para su desarrollo tres proyectos y tres Subproyectos.

#### 10.1.1 Programa 1: Innovación y Gestión del Destino Huila

##### Proyecto 1: Implementar componentes creativos, innovadores y diferenciados

**Subproyecto 1:** Diseño de actividades, servicios, productos, experienciales innovadoras adaptadas a los atractivos identificados y caracterizados incorporando instrumentos para la gestión y la sostenibilidad.

Con el presente proyecto se busca potenciar los recursos del Departamento para estructurar productos destinados a atraer y satisfacer la demanda nacional con proyección al mercado internacional desarrollando acciones innovadoras, competitivas y sostenibles en función del desarrollo turístico.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Metas

Cuatro (4) productos turísticos implementados articulado al diseño de producto turísticos Fontur 2017.

### Presupuesto

El presupuesto estimado es de quinientos millones de pesos (\$500.000.000) mcte, por producto turístico es decir dos mil millones de pesos (\$2.000.000.000) mcte, anualmente.

**Subproyecto 2:** Crear el Cluster Turístico del Departamento del Huila identificando el Sub-Cluster Norte, Centro, Occidente y Sur.

Con el presente Proyecto se busca consolidar el encadenamiento productivo entre las administraciones locales y las empresas que están interrelacionadas, para hacer alianzas comercial y productivamente para el desarrollo turístico del Huila

### Metas

Cuatro (4) Clúster implementados articulado al diseño de producto turístico Fontur 2017.

### Presupuesto

El presupuesto estimado es de quinientos millones de pesos (\$500.000.000) mcte, por producto turístico es decir dos mil millones de pesos (\$2.000.000.000) mcte, anualmente.

**Subproyecto 3:** Realizar la capacidad de carga de los atractivos turísticos focales del departamento del Huila

Con este proyecto se busca mitigar el deterioro de los atractivos, el cual le sirve al destino como herramienta para garantizar la sostenibilidad del mismo.

### Metas

12 capacidades de cargas de atractivos turísticos.

### Presupuesto

El presupuesto estimado es de ciento veinte millones de pesos (\$120.000.000) m/cte, cada capacidad de carga tiene un costo de \$10.000.000 mcte.

**Subproyecto 4:** Estudio de Mercado de la Oferta y Demanda del Departamento del Huila.

Se busca caracterizar los nichos de mercado, que permita identificar la oferta del destino, para posicionar el departamento en los mercados nacionales e internacionales.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Metas

1 Estudio de Demanda Turística

### Presupuesto

El presupuesto estimado es de setenta millones de pesos (\$70.000.000) m/cte.

### Proyecto 2: Promover la investigación científica y aplicada para el desarrollo del destino turístico Huila

**Subproyecto 1:** Incentivar la realización de investigación aplicada y científica en el sector articulando las investigaciones desarrolladas por las organizaciones de conocimiento con las necesidades y problemáticas del sector productivo.

Con el presente proyecto se busca crear la política departamental de ciencia, tecnología e innovación del sector turístico articulada a la red asociada con el Sistema de investigación científica y aplicada por parte de las Universidades, centros de desarrollo tecnológico, centros de investigación, parques tecnológicos y centros regionales de productividad.

### Metas

Ocho (8) iniciativas de investigación aplicada y científica apoyadas.

### Presupuesto

El aporte presupuestado para el apoyo de las iniciativas está estimado en cien millones de pesos (\$100.000.000) mcte, por iniciativa durante el cuatrienio, es decir ochocientos millones de pesos (\$800.000.000) mcte, durante el cuatrienio.

### Proyecto 3: Crear la Red de Centros de Ciencia del Departamento del Huila

**Subproyecto 1:** Parque Temático de Astronomía y la paleontología del desierto de la Tatacoa

El Parque temático de la Astronomía y la paleontología del desierto de la Tatacoa será un espacio para las ciencias exactas, físicas, sociales y la tecnología. Es concebido como un espacio para la educación informal de la ciencia y la tecnología, promueven el acceso democrático a la información y al conocimiento; estará conformado por un Museo de historia natural, un Observatorio Astronómico y un Sendero

### Meta

Un (1) Parque temático de la astronomía y la paleontología del desierto de la Tatacoa construido y operando

### Presupuesto

El presupuesto estimado es de veinte mil millones de pesos (\$20.000.000.000) mcte, para la construcción y operación de Parque temático de la astronomía y la paleontología del desierto de la Tatacoa para el cuatrienio.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### 10.2 ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y MEDIO AMBIENTE

El ordenamiento territorial permite a los municipios orientar el desarrollo del territorio bajo su jurisdicción y regular la utilización, transformación y ocupación del espacio, en función de los objetivos económicos, sociales, urbanísticos y ambientales.

Sobre el ordenamiento territorial a escala supramunicipal es importante resaltar las competencias de las entidades públicas de nivel departamental y municipal, las cuales se enmarcan en la Constitución y las leyes, atendiendo los principios de coordinación, concurrencia y subsidiariedad.

De conformidad con el artículo 29 de la ley 1454 de 2011- LOOT sobre la distribución de competencias articuladas con las decisiones de ordenamiento, de las cuales se hace principal énfasis en las relacionadas con la planeación sectorial para el fortalecimiento de la actividad turística propuesta en este plan, corresponde al nivel departamental orientar la proyección espacial derivada del plan de turismo en articulación con los municipios y las entidades territoriales indígenas, mediante la definición de lineamientos y políticas para la complementariedad de los asentamientos y centros urbanos, principalmente asociados al control en la aparición de nuevos asentamientos humanos y su localización en zonas no aptas, en zonas de riesgo o con conflictos de usos; orientar la localización de infraestructura y equipamientos de soporte al turismo y definir acciones de asistencia técnica, gestión y financiación para fortalecer las capacidades locales que permita a los municipios el aprovechamiento de las ventajas competitivas en perspectiva regional.

Frente a las competencias locales para lograr la consolidación y articulación de las dinámicas funcionales propuestas entre los diferentes centros urbanos, la viabilidad de los proyectos estratégicos de infraestructura y actividades para el mejoramiento de la competitividad económica local y regional, el mejoramiento y puesta en valor de los recursos ambientales, físicos, arquitectónicos, sociales y económicos para el fortalecimiento del sector turismo propuesto en este plan, corresponde al municipio, en desarrollo de su plan de ordenamiento territorial, definir las condiciones de uso, ocupación y aprovechamiento de los suelos urbanos, rurales y de protección. También le corresponde definir la localización de la infraestructura de soporte a las actividades urbanas productivas, fijar las normas urbanísticas para regular los usos, edificabilidades y mitigar los impactos ambientales, sociales y urbanísticos que se puedan generar por ejecución de los proyectos aquí establecidos, definir en articulación con el departamento, la priorización de los proyectos estratégicos y estructurantes, y la definición y operatividad de los instrumentos y mecanismos de gestión urbana para la adquisición de suelos y la financiación de infraestructura.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Programas

El lineamiento estratégico Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente se fundamenta en el planteamiento de un programa que traza para su desarrollo dos proyectos y cuatro Subproyectos.

#### 10.2.1 Programa 1: Destino Huila: ordenado y sostenible para el turismo

A través de este programa, el plan de desarrollo turístico tiene como objeto principal brindar los lineamientos para la articulación y coordinación interinstitucional para el ordenamiento territorial y el fortalecimiento de la actividad socio-económica derivada del turismo, orientando acciones y proyectos estratégicos que deben necesariamente contar con la participación de los municipios vinculados, con el propósito de garantizar la ejecución de las acciones, programas y proyectos aquí previstos, en articulación con los respectivos planes de ordenamiento territorial.

Para dar cumplimiento a este marco normativo, se proponen dos proyectos específicos para el mejoramiento del ordenamiento territorial, uso apropiado de áreas turísticas y certificación de Destinos Sostenibles en el Departamento del Huila.

Este programa lo conforman dos (2) proyectos. El primer proyecto se denomina Ordenamiento territorial para el desarrollo turístico del destino Huila con tres (3) Subproyectos, y el segundo proyecto se denomina Destinos sostenibles y sustentables para el desarrollo turístico del Departamento del Huila con un (1) Subproyecto.

### Proyectos

#### Proyecto 1: Ordenamiento territorial para el desarrollo turístico del destino Huila.

**Subproyecto 1:** Integración del componente turístico en el Plan de Ordenamiento Territorial departamental - POT - y en los Planes de Ordenamiento Territorial, Plan Básico de Ordenamiento Territorial - PBOT-, y Esquemas Básicos de Ordenamiento Territorial -EBOT- de los municipios con vocación turística priorizados en el destino Huila.





## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Este proyecto busca lograr la vinculación del componente turístico en los POT/PBOT/EBOT del departamento del Huila y de los 18 municipios priorizados con vocación Turística, con el fin de fortalecer la presencia de elementos turísticos en el ordenamiento municipal y departamental, como herramientas para la planificación y administración del territorio, preservación del patrimonio ecológico y cultural y ejecución de acciones urbanísticas eficientes, estableciendo un reparto equitativo de cargas y beneficios para el desarrollo ordenado del Destino Huila. Este es un proyecto de gestión que se deberá trabajar en articulación con las secretarías de planeación municipal y el Departamento Administrativo de Planeación del Huila.

### Meta

Dieciocho (18) municipios con esquema de ordenamiento territorial o POT actualizado incluido el turismo como un uso licito de suelo.

### Presupuesto

El presupuesto estimado para el cuatrienio es de cuatrocientos cuarenta millones de pesos (\$440.000.000) mcte, para atender los 18 municipio de vocación turística.

**Subproyecto 2:** Diseño e implementación de un “Plan Maestro de Desarrollo Turístico Especial del Desierto de la Tatacoa” en el Municipio de Villavieja - Huila.

Este proyecto busca que el Municipio de Villavieja, y más específicamente el Desierto de la Tatacoa, por su fragilidad y necesidad de conservación y preservación en el esquema de Distrito Regional de Manejo Integrado- DRMI La Tatacoa”, cuente con un “Plan Maestro de Desarrollo Turístico Especial del Desierto de la Tatacoa” diseñado e implementado que permita la integración de los aspectos de planificación y ordenamiento, para la oferta de productos turísticos innovadores; incluyendo componentes de infraestructura para el desarrollo competitivo y sostenible del turismo en la zona, en donde se determinen además las capacidades de carga como base para el desarrollo sostenible del destino y convertirlo en una Zona Turística Prioritaria . Todo este proceso en articulación con la Certificación de Destino Sostenible que se viene implementado en este atractivo turístico focal de la zona norte del departamento. Este proyecto se deberá trabajar en articulación con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y gestionar los recursos a través del FONTUR, la Gobernación del Huila y la Alcaldía de Villavieja.

### Meta

Un (1) “Plan Maestro de Desarrollo Turístico Especial del Desierto de la Tatacoa” en el Municipio de Villavieja - Huila.

### Presupuesto

El presupuesto estimado es de setecientos millones de pesos (\$700.000.000) mcte, para el cuatrienio.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

**Subproyecto 3:** Incidencia para la conservación de las cuencas hidrográficas de los ríos Magdalena, Ceibas, Páez, Cabrera y Suaza por su potencial para actividades turísticas de Naturaleza (ecoturismo y aventura) en el destino Huila.

Este proyecto busca apoyar desde la institucionalidad del sector turístico, la conservación de las cuencas de los ríos Magdalena, Las Ceibas, Páez, Cabrera y Suaza toda vez que son fuentes hídricas muy importantes que recorren zonas y corredores biológicos estratégicos para la conservación y preservación de los recursos naturales del departamento, y que actualmente se están aprovechando para el desarrollo turístico, específicamente en la tipología de Turismo de Naturaleza.

Se debe continuar con la identificación de potencialidades turísticas en torno a la navegación, actividades de aventura y ecoturismo con énfasis en aviturismo; entre otras, tomando como referencia el trabajo que ha hecho la corporación ambiental en la cuenca alta del río Las Ceibas que surte de agua a la ciudad de Neiva, y que ha consistido en desarrollar modelos exitosos de conservación y preservación a través del trabajo y empoderamiento comunitario, y el aprovechamiento sostenible para actividades turísticas. El proyecto es de responsabilidad directa de la CAM en articulación con la Gobernación del Huila y las alcaldías municipales. También pueden contar con el apoyo de cooperantes internacionales interesados en este tipo de proyectos.

### Meta

Dos (2) iniciativas para potencializar actividades turísticas de ecoturismo y turismo de aventura

### Presupuesto

El presupuesto estimado es de (\$100.000.000) mcte. por cada iniciativa, es decir doscientos millones de pesos (200.000.000) mcte, para el cuatrienio



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Proyecto 2: Destinos sostenibles y sustentables para el desarrollo turístico del Departamento del Huila.

**Subproyecto 1:** Certificación de destinos turísticos sostenibles en el Departamento del Huila.

Este proyecto busca que a través la Norma Técnica Colombianas, se certifiquen los requisitos de sostenibilidad ambiental, socio cultural y económico aplicables a los destinos turísticos del Huila. Además de la normalización y certificación, se busca apoyar a los destinos en su proceso de recertificación.

Esto le permitirá al destino Huila un mayor posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales mediante la armonización del crecimiento económico, el respeto al medio ambiente y los aspectos socioculturales. También lograr la corresponsabilidad conjunta del destino entre los diferentes actores e instituciones relacionados con el sector, y la coordinación de acciones en materia de calidad turística entre las entidades públicas, privadas, academia y comunidad. Para este proyecto se priorizaron los siguientes destinos: Desierto de la Tatacoa en Villavieja (que se encuentra actualmente en implementación), San Agustín, Isnos, Paicol y Rivera.

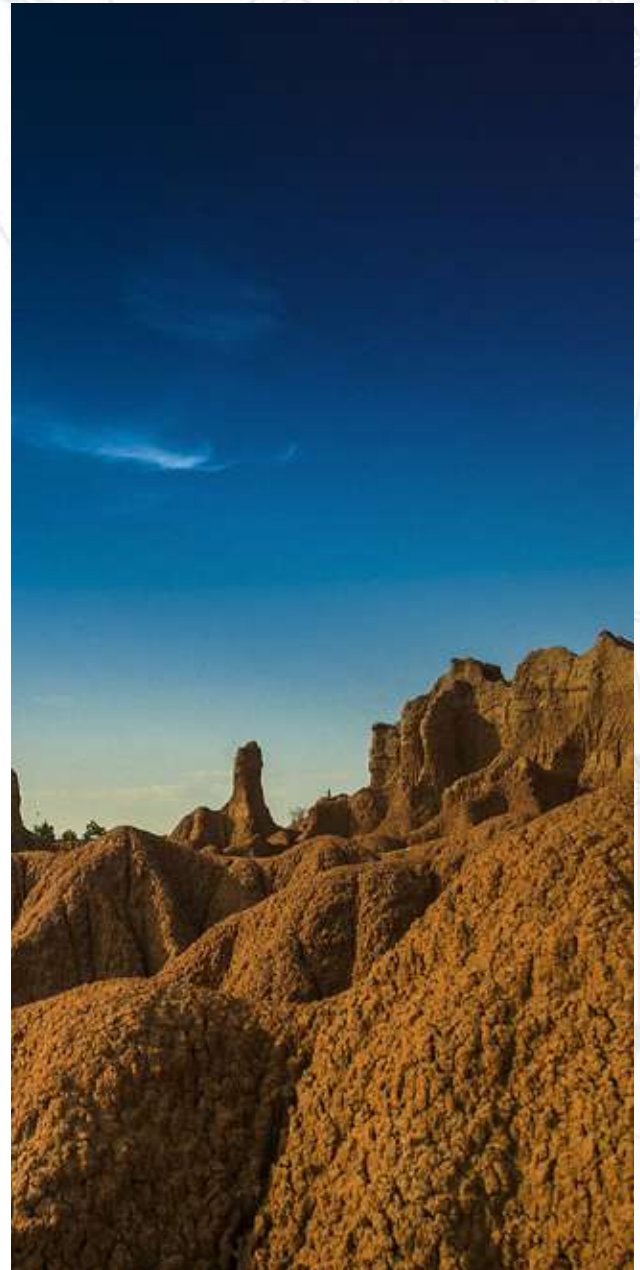
Adicionalmente, se busca apoyar los aspectos relacionados con la Certificación de Cielos Oscuros - Starlighth - para el Desierto de la Tatacoa, la cual, integra ciencia y turismo, aprovechando la astronomía y la observación del firmamento para promocionar una nueva forma de turismo sostenible en el Departamento del Huila. El proyecto debe ser liderado por la Gobernación del Huila a través de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo y el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el FONTUR.

#### Meta

Una (1) Certificación de destinos turísticos sostenibles en el Departamento del Huila.

#### Presupuesto

El presupuesto estimado para la certificación es de doscientos millones de pesos (\$200.000.000) mcte, para el cuatrienio



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### 10.3 Formación del Talento Humano

La educación turística es uno de los pilares que hacen posible la construcción de destinos turísticos competitivos y sostenibles, su construcción se asocia a la articulación del turismo a la cadena de formación desde la básica primaria hasta la profesional, requerimiento que se percibe en los planes educativos institucionales conocidos como PEI. Adicionalmente se considera la capacitación de los empleados que laboran en las empresas prestadoras de servicios turísticos articuladas a la cadena productiva del turismo. Cuando la comunidad se ha empoderado de este conocimiento se dice que ha logrado formar cultura turística, cultura que se evidencia en la satisfacción del visitante y en el bienestar de la comunidad local que forma patrimonio con equidad social. En este sentido, el lineamiento estratégico Formación del Talento Humano desarrolla objetivos, dos programas, tres proyectos y diez Subproyectos que en suma le permitirán al Huila en el año 2032 el reconocimiento de la institucionalidad del turismo nacional como destino turístico cualificado en cultura turística.

#### Programas

Para cumplir con el objetivo propuesto de cualificar el talento humano huilense en turismo, se han estructurado dos programas: profesionalización del turismo huilense y cualificación de los prestadores de servicios turísticos.

#### 10.3.1 Profesionalización del turismo huilense

El programa de profesionalización del turismo huilense se enfoca en la inclusión del conocimiento del turismo como actividad económica de alto impacto social y ambiental, en los diferentes componentes de los planes educativos institucionales en concordancia con los Microcontextos Turísticos del entorno de cada institución educativa, programa que prospecta su desarrollo a través de cuatro proyectos.

#### Proyectos

##### Proyecto 1. Formar Cultura Turística:

La apuesta de incluir el conocimiento del turismo en los planes educativos institucionales tiene como propósito lograr la formación de la cultura turística en las comunidades de los municipios que se han reconocido como de vocación turística para atender los visitantes tanto de origen nacional como internacional; propósito que se percibe como un logro cuando el turista se muestra satisfecho con los servicios que le han prestado y la comunidad se muestra satisfecha con los beneficios derivados de la prestación de los servicios turísticos, que le permite mejorar sus ingresos y formar patrimonio con equidad social.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Subproyecto 1: Incluir el Microcontexto Turístico como cátedra transversal

Cada uno de los municipios identificados con vocación turística debe construir su documento de Microcontexto Turístico, documento que se convierte en la guía para que los docentes construyan los proyectos de aula en las asignaturas de sociales, ciencias naturales, lengua castellana, educación física, matemáticas y emprendimiento. El Microcontexto se construye a partir de la observación de las actividades turísticas que se pueden realizar en la localidad, en armonía con el producto turístico departamental que se fundamenta en cultura y naturaleza.

#### Meta

La meta para el cuatrienio es construir 12 Microcontextos turísticos de municipios con vocación turística.

#### Presupuesto

El presupuesto estimado para la construcción de los 12 Microcontextos turísticos es de treinta y seis millones de pesos (\$36.000.000) mcte para el cuatrienio, esto es, que la construcción de cada Microcontexto Turístico tiene un costo de tres millones de pesos (\$3.000.000) mcte.

### Subproyecto 2: Ampliar la cobertura del servicio social en turismo

Mediante acuerdo entre el Municipio con vocación turística y la Institución Educativa se adopta el servicio social en turismo con el propósito de implementar el Punto de Orientación al Turista, como un ambiente de aprendizaje para el estudiante y un componente de cualificación del municipio como destino turístico competitivo y sostenible.

#### Meta

Doce (12) nuevas instituciones educativas, para instituir durante el cuatrienio el servicio social en turismo, esto es, tres instituciones educativas cada año.

#### Presupuesto

El presupuesto requerido para instituir doce (12) cohortes anuales durante el cuatrienio asciende a la suma de quinientos noventa y nueve mil cuarenta pesos (\$599.040.000) mcte. El presupuesto incluye crear el ambiente de aprendizaje (carpa, mesa, sillas) para cada una de las doce (12) instituciones educativas; las prendas emblemáticas para un grupo de quince (15) alumnos y cinco (5) docentes en cada institución educativa, dotación que anualmente se debe entregar a cada institución educativa; tres millares de flyers promocionales del municipio que se deben entregar anualmente a cada institución educativa; y los honorarios mensuales de un tutor del programa para que realice el acompañamiento a la institución educativa en la implementación del servicio social en turismo.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

**Subproyecto 3:** Ampliar la cobertura del Programa Colegios Amigos del Turismo.

El MINCIT creó el programa Colegios Amigos del Turismo con el propósito de formar la cultura turística en los estudiantes de básica secundaria y bachillerato a través de la intervención del Plan Educativo Institucional, adoptando el turismo como una transversalidad en las diferentes áreas del conocimiento. Es el MINCIT entonces quien en acto administrativo reconoce la vinculación de la Institución Educativa al Programa CAT, le corresponde entonces al Departamento del Huila a través de la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo postular la Institución Educativa ante el MINCIT para su reconocimiento, se espera entonces que cada municipio huilense con vocación turística registre por lo menos una Institución Educativa vinculada al Programa Colegios Amigos del Turismo.

### Meta

Doce (12) nuevas instituciones educativas del departamento del Huila en el Programa Colegios Amigos del Turismo, gestionar con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la inclusión durante el cuatrienio.

### Presupuesto

Doce (12) nueva institución educativa gestionadas ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para incluir en el Programa Colegios Amigos del Turismo demanda de la elaboración de documentos y el acompañamiento a las visitas de validación, en promedio se estiman en un millón (\$1.000.000) mcte de pesos es decir doce millones de pesos (\$12.000.000) mcte para el cuatrienio.

**Subproyecto 4:** Instituir el bilingüismo como cátedra transversal

La universalización de las comunicaciones a través de los medios electrónicos, redes sociales, así como, la movilidad del ciudadano por el mundo demanda que los habitantes de los destinos turísticos hablen al menos una lengua complementaria a la nativa, para el caso colombiano se ha elegido el inglés, razón por la cual, resulta oportuno instituir la enseñanza del inglés como una cátedra transversal en el Plan educativo Institucional-PEI desde la básica primaria hasta el bachillerato.

### Meta

Un (1) curso anual de inglés básico en cada una de las doce (12) instituciones educativas.

### Presupuesto

El presupuesto para dictar un curso de inglés básico anual durante los cuatro años en cada una de las doce (12) instituciones educativas es de mil doscientos millones de pesos, esto es, que mensualmente el costo será de dos millones quinientos mil pesos (2.500.000.000) mcte durante diez meses del calendario escolar para el cuatrienio.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Proyecto 2: Formar profesionales en turismo

El turismo como actividad económica requiere para su desarrollo, además, de la vinculación de profesionales en el área de la administración de empresas, en las áreas específicas que soportan el producto turístico como lo son la cultura y la naturaleza. En materia cultural está clara la necesidad de formar antropólogos, astrónomos y folcloristas, mientras que para el turismo de naturaleza resulta básico el conocimiento del ecoturismo y las actividades de aventura. Reconociendo que la Universidad Surcolombiana abrió el programa de formación profesional en Antropología.

#### Subproyecto 1 Formación de formadores para el turismo de aventura

En el mundo contemporáneo al turismo de aventura se le reconoce como una tendencia en constante crecimiento, entre ellas, el rafting, biciturismo, rappel, cañoning, espeleología, actividades que se operan con éxito en el territorio huilense y que demandan mano de obra calificada y certificada en su correspondiente Norma Técnica Sectorial. En este sentido, la Universidad Surcolombiana desarrolla la formación profesional de Licenciados en Educación Física, licenciatura que podría incluir el conocimiento de las actividades de aventura en su Plan Educativo Institucional posibilitándole a sus egresados vincularse como instructores o docentes tanto del SENA como de las Instituciones Educativas de Básica Primaria y Básica Secundaria para fundamentar el conocimiento de las ya mencionadas actividades de aventura.

#### Meta

Una (1) cohorte de ocho (8) instructores de actividades de aventura, formados en convenio con la Universidad Surcolombiana-Programa de Educación Física durante el cuatrienio.

#### Presupuesto

Para formar una cohorte de ocho (8) instructores de aventura se requiere de un presupuesto de cuarenta y ocho millones de pesos (\$48.000.000) mcte cuatrienio. Esto es que a cada estudiante se le otorga una beca por el valor de la matrícula que estima en promedio dos millones de pesos (\$2.000.000) mcte, semestrales.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

**Subproyecto 2:** Ampliación de cobertura del programa de Articulación a la Media Técnica en Turismo.

La Media Técnica es un programa que generalmente se desarrolla a través del SENA aplicado a los jóvenes que estudian los grados décimos y once de bachillerato. En el grado décimo se implementa el componente conceptual o de fundamentación y en el grado once, se desarrolla la fase de práctica empresarial; los programas que se ofrecen están perfilados hacia el conocimiento de los servicios y actividades productivas típicas del emprendimiento turístico, entre ellas, alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes. El proyecto prevé que en cada municipio con vocación turística, la Institución Educativa celebre convenio con el SENA para la implementación de este programa rotando bianualmente la actividad con el fin de no saturar la oferta de mano de obra calificada en una sola actividad de la cadena productiva del turismo.

### Meta

Doce (12) nuevas instituciones educativas al Programa de Articulación a la Media Técnica en Turismo Gestionadas con el SENA la adopción durante el cuatrienio.

### Presupuesto

El presupuesto requerido para la realización de talleres intra o extramurales con los alumnos del Programa de Articulación a la Media Técnica en Turismo tiene un valor de doscientos cuarenta millones de pesos (\$240.000.000) mcte. Esto es, que cada institución recibirá un apoyo anual de cinco millones de pesos (\$5.000.000) mcte para la realización de talleres durante el cuatrienio.

**Subproyecto 3:** Fomento a los convenios de movilidad académica entre instituciones educativas de secundaria y las universidades

Este Subproyecto apunta a la celebración de un convenio entre la Institución Educativa de bachillerato con el SENA y una universidad que ofrezca programas de formación profesional en turismo para que los estudiantes que reciban adicional al título de Bachiller el Certificado de Formación Técnica en Turismo se les homologuen algunas asignaturas y puedan acceder a la continuación de la formación profesional en turismo. Estrategia para formar profesionales que acompañen el desarrollo turístico del Municipio.

### Meta

Doce (12) acuerdos de movilidad académica entre instituciones de educación superior que desarrollen programas de formación profesional en turismo e instituciones educativas de bachillerato que desarrollen programas de articulación a la Media Técnica en Turismo.





## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Presupuesto

Para apoyar la celebración de los convenios de movilidad académica se requiere de un presupuesto de doce millones de pesos (\$12.000.000) mcte, en promedio un millón de pesos (\$1.000.000) mcte por convenio para el cuatrienio, representado en logística para la ambientación del convenio, el estudio de la articulación de las mallas curriculares y la elaboración del documento.

**Subproyecto 4:** Crear oferta de especializaciones en turismo teniendo en cuenta las vocaciones del turismo huilense

El Huila ha identificado como vocaciones turísticas el turismo de naturaleza y el turismo cultural, pero adolece de profesionales formados y especializados en estas disciplinas, requiriéndose de las universidades al menos la oferta de una cohorte de veinte alumnos para cada vocación, entre ellas, especialistas en Gestión Pública del Turismo; especialista en Operación de Actividades de Turismo de Naturaleza y especialización profesional en Operación de Empresas Culturales, se requiere que el Departamento apoye con diez millones de pesos a cada alumno.

### Meta

Sesenta (60) especialistas en turismo, veinte (20) de ellos en Gestión Pública del Turismo; veinte 20 en Operación de Actividades de Turismo de Naturaleza y veinte 20 en Operación de Empresas Culturales.

### Presupuesto

El presupuesto requerido para apoyar a sesenta (60) profesionales en su especialización en turismo es de seiscientos millones de pesos (\$600.000.000) mcte, esto es, que cada alumno recibirá un apoyo de diez millones de pesos para financiar su especialización.

**Subproyecto 5:** Programa Turismo Joven

Establecer una estrategia para vincular los jóvenes del departamento para apropiar el conocimiento del turismo que tiene como propósito lograr la formación de la cultura turística en los niños y niñas y adolescentes del Huila, como semilleros futuros para profesionalizar el recurso humano en la región.

### Metas

Aplicación en 18 municipios con vocación turística.

### Presupuesto

El presupuesto estimado es de setecientos millones de pesos (\$700.000.000) m/cte.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### 10.3.2 Cualificación de los prestadores de servicios turísticos.

La certificación en Competencias Laborales de los funcionarios y operarios vinculados a los prestadores de servicios turísticos es uno de los requisitos para acceder a la certificación en el Norma Técnica de Sostenibilidad tanto del ya mencionado empresario como del destino turístico, adicionalmente, el destino se debe preocupar por la formación bilingüe del talento humano de los empresarios prestadores de servicios turísticos.

#### Proyecto 3: Capacitar a los prestadores de servicios turísticos

El proyecto de capacitación a los funcionarios y operarios vinculados a los empresarios prestadores de servicios turísticos apunta a calificarlos en las competencias laborales de la prestación del servicio en alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes y transporte turístico, entre otras.

#### Subproyecto 1: Realizar programas de formación complementaria en turismo

Tradicionalmente los prestadores de servicios turísticos han vinculado a su planta operativa personas empíricas que adquieren experiencia con el transcurrir de su permanencia en la actividad, hoy ante la necesidad de cualificar el servicio al turista, se requiere que los operarios se Certifiquen por Competencias Laborales en los servicios de alojamiento, gastronomía, agencias de viaje y transporte, requerimiento que obliga a los destinos y en especial a los municipios de vocación turística a construir alianzas estratégicas con el SENA para estructurar programas de formación complementaria en las actividades académicas ya mencionadas que conduzcan a obtener la Certificación por Competencias.

#### Meta

Ochenta (80) operarios vinculados a prestadores de servicios turísticos certificados en Competencias Laborales, de los cuales se espera certificar veinte (20) en alojamiento, veinte (20) en gastronomía, veinte (20) agencias de viajes y veinte (20) en transporte turístico.

#### Presupuesto

El presupuesto requerido para la Certificación de los ochenta (80) operarios en Competencias Laborales es de cuatro millones de pesos (\$4.000.000) mcte, representados en gastos de logística y protocolarios para la celebración del respectivo convenio con el SENA para el cuatrienio.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Subproyecto 2: Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en inglés técnico

La observación del origen de los turistas que visitan el departamento del Huila permite inferir que el 90% son de origen nacional y el 10% son de origen internacional, tendencia que siguiendo los lineamientos de la Organización Mundial del Turismo, se prevé crezca a una tasa anual del 8%, razón por la cual se requiere masificar el uso del inglés como una segunda lengua para los empresarios prestadores de servicios turísticos, en especial para los funcionarios y operarios vinculados a la operación turística en cada uno de los municipios de vocación turística.

#### Meta

Cuatro (4) cohortes de inglés técnico en turismo, cada cohorte de veinte alumnos vinculados a prestadores de servicios turísticos

#### Presupuesto

El presupuesto requerido para la formación de las cuatro cohortes en inglés técnico en turismo es de ochenta millones de pesos (\$80.000.000) mcte, cada cohorte estará conformada por veinte alumnos, y su frecuencia será anual.

### Subproyecto 3: Capacitación Gestión Integral de Destino

Fortalecer a los empresarios y actores del turismo en la apropiación del conocimiento para integrar el destino turístico con temas de Marketing Digital y Costes de paquetes y servicios turísticos

#### Meta

Capacitar a los prestadores de servicios turísticos del Departamento

#### Presupuesto

El presupuesto requerido para la formación es de doscientos millones de pesos (\$200.000.000) mcte.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### 10.4 Gobernanza

Los profundos cambios operados en el sector turístico a lo largo de las dos últimas décadas, donde la interacción entre oferta y demanda se ha intensificado notablemente en el contexto de un mercado cada vez más globalizado, han tenido una incidencia notable desde el punto de vista de los destinos turísticos. En un marco de fuerte competencia territorial, la reestructuración productiva de numerosos destinos turísticos maduros y la consolidación de otros emergentes se ha convertido en una prioridad y ámbito de cooperación entre las diferentes administraciones (nacional, departamental y local) y los agentes privados.

Para hacer frente a este reto, una parte importante de las actuaciones previstas dentro de las grandes líneas de la política turística se han ideado para su aplicación dentro del ámbito local, poniendo el énfasis en la creación de instrumentos de gestión y planificación cuya filosofía ha evolucionado desde criterios de competitividad meramente económicos a otros basados en la calidad, en un esquema de gobernanza, y que son atendidos a través del programa que se propone, con los proyectos y subproyectos que se describen a continuación:

#### Programas

El lineamiento de gobernanza está fundamentado en el planteamiento de un programa que se desarrolla a través de cuatro proyectos y siete subproyectos, lineamiento que apunta a regular el armónico desarrollo turístico del departamento del Huila.

#### Programa 1: Gestión integral del destino Huila

Este programa pretende fortalecer la planificación del turismo que se ha realizado a través del Departamento Administrativo de Planeación, con proyectos turísticos como el Parque Temático de La Tatacoa, el Spa Rivera Termales, Recinto Ferial, el Parque Islas de Aventura y otras iniciativas que han servido de insumo técnico y presupuestal para la fase de planificación que se ha surtido con diferentes planes sectoriales tanto departamentales como municipales, y para la actualización del Plan de Desarrollo Turístico del Huila 2032 que será llevado a Política Pública de Turismo departamental.

También busca fortalecer la institucionalidad turística del departamento, bajo un marco institucional fundamental que se encargue de la gerencia del turismo en el destino Huila, en el marco de la Mesa Sectorial de Turismo. Difícilmente logrará el departamento avanzar en el desarrollo turístico si no existe una institucionalidad pública y privada articulada y con una visión compartida del sector.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Finalmente, en todas las actividades económicas, los empresarios exigen seguridad y tranquilidad para el disfrute del espacio y los atractivos por los que vienen los turistas. Ningún inversionista coloca capital en un lugar al que no puede llegar. De igual modo, las comunidades aspiran a esa seguridad: los alcaldes, gobernadores y las fuerzas de seguridad son las responsables de garantizar la seguridad ciudadana y de mantener el orden público.

Este programa lo conforman cuatro (4) proyectos y seis (6) subproyectos.

### Proyectos

#### Proyecto 1: Consolidación de los procesos de planificación turística en el Departamento del Huila.

##### Subproyecto 1: Actualización del Plan Departamental Sectorial de Turismo del Huila.

Este proyecto busca que el departamento cuente con un Plan Sectorial de Turismo, debidamente tramitado como ordenanza, con los lineamientos dados por el Viceministerio de Turismo, construido colectiva y participativamente con los actores del sector de los municipios con vocación turística, y que se actualice cada 4 años. Uno de los objetivos, es contar con una política pública departamental de turismo, que sea divulgada y apropiada por los actores del sector: se constituya en el insumo más importante y estratégico tanto para el departamento como para los municipios con vocación turística del destino Huila. Una vez formulada deberá ser aprobada por las instancias gubernamentales correspondientes y socializadas con la comunidad y actores involucrados en el quehacer turístico. Este proyecto debe ser liderado por la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, con el apoyo de la Oficina de Productividad y Competitividad.

### Meta

Una (1) actualización al plan sectorial cada cuatro (4) años.

### Presupuesto

El presupuesto estimado es de cien millones de pesos (\$100.000.000) en cada cuatrienio.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

**Subproyecto 2:** Formulación y/o actualización de los planes municipales sectoriales de turismo en los municipios con vocación turística del destino Huila.

Este proyecto busca formular y/o ajustar los planes sectoriales municipales de turismo que están formulados actualmente (Neiva, Yaguará, Nátaga, Garzón, Pitalito, Timaná, Paicol, San Agustín, Salado blanco, Tesalia, Acevedo); y apoyar la formulación y construcción colectiva de los planes sectoriales de municipios con vocación que no cuentan actualmente con esta importante herramienta de planificación (Villavieja, Rivera, Gigante, Aipe, Palermo, La Plata, Palestina, Suaza e Isnos), de tal manera que estos puedan ser llevados a acuerdos municipales. Estos planes deberán estar articulados con el Plan Sectorial de Turismo Departamental, el diseño del Producto Turístico del Huila, y contar con el apoyo económico de las alcaldías municipales, la Gobernación del Huila y el FONTUR.

### Meta

Dieciocho (18) municipios con el plan municipal sectorial de turismo, actualizados cada cuatrienio.

### Presupuesto

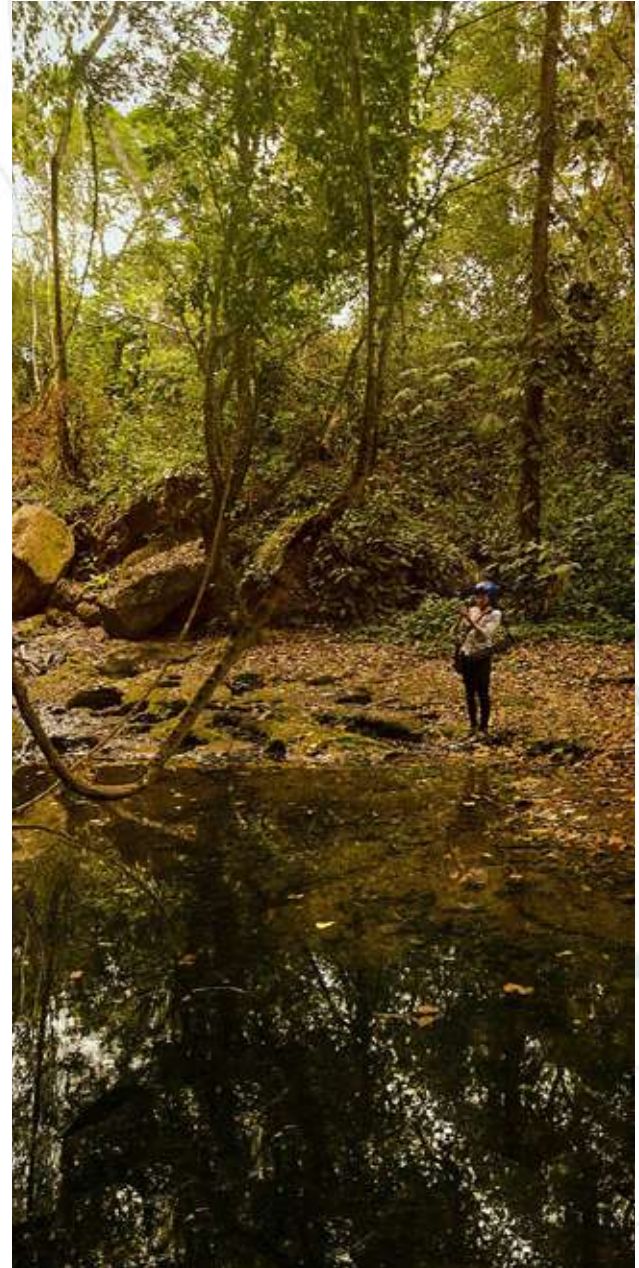
El presupuesto estimado es de treinta millones de pesos (\$30.000.000) por municipio en cada cuatrienio.

**Proyecto 2: Fortalecimiento Institucional para gerenciar el turismo en el destino Huila.**

**Subproyecto 1:** Fortalecimiento de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo del Huila.

Este proyecto busca fortalecer la institucionalidad turística del departamento incrementando la inversión per cápita pública que hace la Gobernación del Huila a través de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, bajo un marco institucional fundamental que se encargue de la gerencia del turismo en el destino Huila. Fortalecer los diferentes espacios de participación como lo son la Mesa Sectorial de Turismo, los comités o concejos municipales de turismo, comité de seguridad turística, así mismo la creación y/o fortalecimiento de oficinas municipales de turismo en los municipios con vocación turística.

Este fortalecimiento institucional debe verse reflejado en la asignación de recursos públicos en los presupuestos municipales y departamentales, y en la participación activa en convocatorias nacionales y regionales con formuladores de proyectos competentes en las metodologías requeridas, que gestionen recursos nacionales o internacionales para el sector. Este proyecto debe ser liderado por la Gobernación del Huila.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Meta

Una (1) inversión anual del presupuesto departamental en el fortalecimiento de la secretaria Departamental de Cultura y Turismo del Huila.

### Presupuesto

El presupuesto anual del Departamento del Huila en la Secretaría de Cultura y Turismo para el fortalecimiento del turismo se estima en mil millones de pesos (\$1.000.000.000).

### Proyecto 3: Seguridad Turística para el destino Huila.

**Subproyecto 1:** Gestión para aumentar del pie de fuerza de la Policía de Turismo y el fortalecimiento de la dotación logística para su eficiente funcionamiento en los 18 municipios con vocación turística priorizados en el destino Huila.

El proyecto busca ampliar la presencia del pie de fuerza de la Policía de Turismo en los 18 municipios con vocación turística del departamento, que anteriormente sufrió procesos de deterioro del orden público en sus zonas urbanas y rurales con nocivos efectos sobre el turismo como la reducción del número de los visitantes extranjeros a San Agustín entre los años 1997 y 2002. Para contar con un destino seguro, se propone un proyecto que permita el mejoramiento de las condiciones generales de seguridad en cada uno de los productos turísticos que se priorizaron en el departamento.

Lo anterior se logra con una concertación entre la Secretaría de Cultura y Turismo y el departamento de Policía Departamental y Metropolitana Neiva. Se requiere un diagnóstico operativo, diseñar un plan de mejoramiento que apunte a resolver las debilidades encontradas, y a través de una propuesta operativa, determinar los mecanismos para el monitoreo y ejecución de dicho plan. Este proyecto lo liderará la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo en articulación con la Policía Nacional a través del Comité Departamental de Seguridad Turística.

### Meta

18 municipios de vocación turística fortalecidos con aportes en dotación logística para garantizar su seguridad turística.

### Presupuesto

El presupuesto estimado es de novecientos millones de pesos (\$900.000.000) durante el cuatrienio, esto es, cincuenta millones de pesos (\$50.000.000) en cada uno de los dieciocho (18) municipios identificados como de vocación turística.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

**Subproyecto 2:** Elaboración e implementación del Plan de Gestión de Riesgos para destinos turísticos en el departamento del Huila.

Este proyecto busca apoyar la elaboración e implementación del Plan de Gestión de Riesgos para el turismo en los 18 municipios priorizados con vocación turística en el destino Huila, identificando la presencia de riesgos que, en algunos casos, pueden atrasar el cumplimiento de los planes, o bien cambiarlos, pero que en otros pueden significar la desaparición de la actividad turística en el territorio. Estos planes son de obligatorio cumplimiento por lo que es muy importante presentar una propuesta integral que vincule a los municipios priorizados. Se puede apoyar su financiamiento a través del FONTUR. Deberá ser presentado por la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo en articulación con las alcaldías municipales.

### Meta

18 municipios con plan de gestión de riesgo para la operación de actividades turísticas implementados en el cuatrienio

### Presupuesto

El presupuesto estimado para el cuatrienio es de quinientos cuarenta millones de pesos (540.000.000), esto es, una inversión de treinta millones de pesos (\$30.000.000) en cada uno de los dieciocho (18) municipios identificados como de vocación turística.

**Proyecto 4: Información turística para la planificación y desarrollo del sector turístico del destino Huila.**

**Subproyecto 1:** Fortalecimiento del Sistema de Información Turística y Cultural - SITYC Huila.

El objetivo del proyecto es asociar el Sistema de Información Turística y Cultural del Huila -SITYC- con organizaciones de conocimiento (universidades, centros de desarrollo tecnológico, centros de investigación, parques tecnológicos y centros regionales de productividad) y el sector empresarial para la planificación, la innovación, la investigación, el desarrollo tecnológico y productivo del sector turístico del Huila.





## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Por consiguiente, se propone mejorar la planificación articulada del destino Huila mediante el fortalecimiento del Sistema de Información Turística y Cultural del Huila en articulación con la academia y el sector productivo. También resolver de manera efectiva las necesidades del sector productivo turístico con las soluciones que brinden las organizaciones de conocimiento en materia de investigación, innovación, transferencia de conocimiento y tecnológica; priorizar eficientemente las inversiones en el sector turístico y formular técnicamente los proyectos de inversión que apunten al desarrollo de la innovación, el desarrollo tecnológico; y finalmente, fomentar la inversión articulada de actores de la cadena turística en actividades de ciencia, tecnología e innovación. Proyecto liderado por la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo para el mejoramiento del portal web y la aplicación móvil.

### Meta

Un (1) sistema de información turístico y cultural fortalecido y apropiado.

### Presupuesto

El presupuesto estimado para cuatrienio es de ochocientos ocho millones de pesos (\$808.000.000), esto quiere decir que anualmente se requiere inversión de doscientos dos millones de pesos (202.000.000).

**Subproyecto 2:** Fortalecer los Puntos de Información Turística del destino Huila.

Con este proyecto se propone fortalecer los 5 Puntos de Información Turística que existen actualmente en el departamento (Aeropuerto Benito Salas y Terminal de Transporte de Neiva, Aeropuerto Contador de Pitalito, Cámara de Comercio de Neiva sede Pitalito y San Agustín), como espacios que sirvan para brindar información turística a los visitantes nacionales y extranjeros de manera gratuita y especializada, con el fin de orientar, facilitar y atender sus necesidades y poder hacer promoción de los destinos turísticos del Huila.

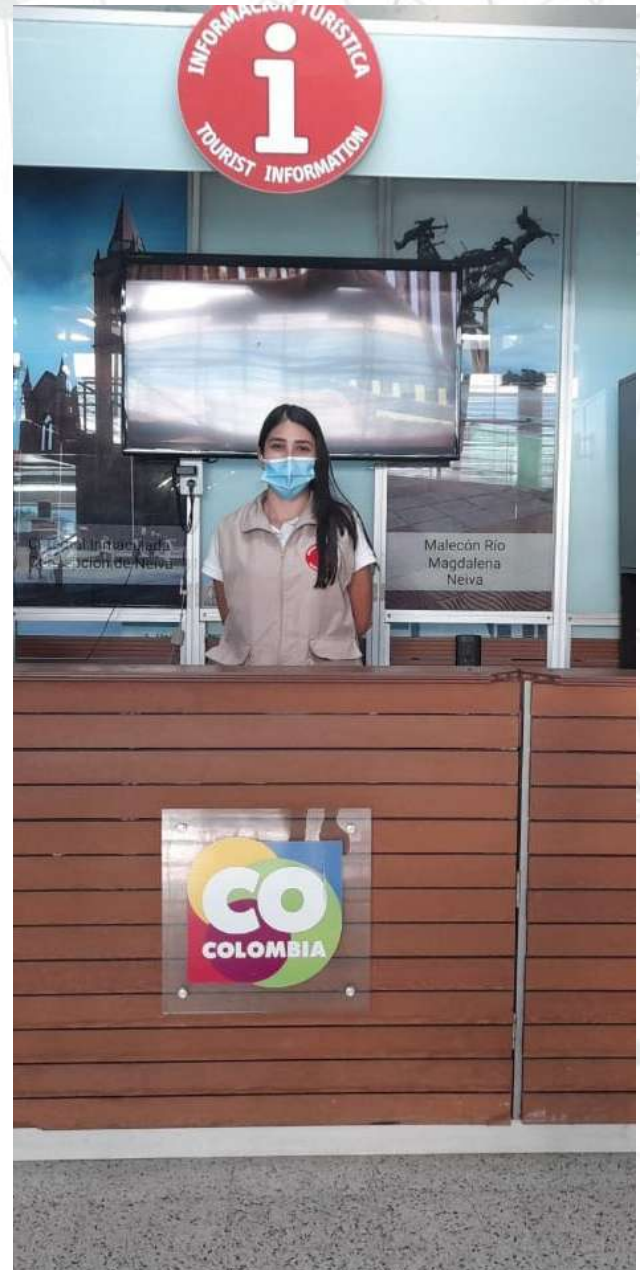
Así mismo, propone la creación de 5 nuevos (Isnos, Villavieja, Gigante, Paicol y Rivera). Para llevar a cabo el proyecto se debe determinar el presupuesto requerido para su puesta en operación, establecer el presupuesto de funcionamiento y determinar la entidad que lo tendrá a cargo. Finalmente, se debe formular el proyecto para buscar cofinanciación del FONTUR, cuando sea necesario.

### Meta

10 puntos de información turística PIT's en operación.

### Presupuesto

El presupuesto estimado para el cuatrienio es de cuatrocientos millones de pesos (400.000.000) esto es, que en cada Punto se deben invertir anualmente diez millones de pesos (\$10.000.000).



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### 10.5 Desarrollo Empresarial

Se hace necesario desarrollar estrategias integrales que busquen el aumento constante de la productividad y competitividad del sector turístico huilense priorizando acciones por una parte, en materia de innovación que facilite en el sector el uso de nuevas plataformas tecnológicas, por otra parte, que busquen el mejoramiento del ambiente de negocios, el fortalecimiento empresarial y el emprendimiento en el sector contemplando la implementación de estándares de calidad que satisfagan las necesidades de los usuarios y contribuyan a la organización empresarial.

Se hace necesario, desarrollar acciones para combatir la informalidad que de acuerdo a cifras del Gobierno Nacional puede estar cercana al 50% del total de las actividades empresariales relacionadas con la industria turística.

#### Programas

Para el lineamiento de desarrollo empresarial se propuso el desarrollo de un programa "Prestadores de Servicios Turísticos Productivos, Competitivos y Sostenibles" tres proyectos y siete subproyectos.

#### Proyectos

##### Proyecto 1: Formalización Empresarial para la productividad turística

##### Subproyecto 1: Fomentar la formalización y normalización de los prestadores de servicios turísticos

Con este proyecto se pretenden desarrollar acciones coordinadas y conjuntas entre entidades públicas, privadas y demás actores de la cadena de turismo para la promoción de la formalidad y la lucha contra la informalidad en el sector propiciando la inscripción en el Registro Nacional de Turismo y demás normatividad relacionada con el turismo a fin de acceder a la oferta de servicios para el fortalecimiento empresarial, ampliar mercados, acceder a mejores oportunidades de financiación, entre otras.

#### Meta

Cincuenta (50) empresarios prestadores de servicios turísticos formalizados anualmente, para un total en el cuatrienio de doscientos (200) empresas.

#### Presupuesto:

El presupuesto estimado es de doscientos millones de pesos (\$200.000.000) para los cuatro años.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Proyecto 2: Turismo Huilense Ético y Responsable

#### Subproyecto 1: Prevención de actividades ilícitas asociadas al turismo

Mediante el desarrollo de un trabajo interinstitucional se pretende a través de este proyecto, prevenir actividades ilícitas asociadas al turismo, tales como: explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes - ESCNNA - trata de personas, tráfico ilícito de flora y fauna y del patrimonio cultural, consumo de sustancias psicoactivas a fin de generar conductas responsables y constructivas; para ello, se desarrollarán campañas de prevención, información y definición de rutas de actuación.

#### Meta

Una (1) campaña anual para la prevención de actividades ilícitas asociadas al turismo.

#### Presupuesto

El presupuesto estimado ochenta millones de pesos (\$80.000.000) anuales.

#### Subproyecto 2: Creación de reconocimientos, incentivos y estímulos a destinos y prestadores de servicios responsables.

Se propone crear incentivos con el fin de fomentar las prácticas éticas, responsables y sostenibles dentro del sector, motivando a los destinos turísticos y a los prestadores de servicios que desarrollen este tipo de acciones en sus diferentes labores, adoptando las disposiciones del Código de Ética Mundial para el Turismo. La protección de los consumidores y las empresas, la defensa de los derechos humanos y la lucha contra la discriminación, que complementen los programas de fortalecimiento de la cultura turística para el desarrollo sostenible y responsable de los destinos, mejorando los impactos del turismo en materia ambiental, económico, cultural y social, promocionando el comercio justo en la cadena de valor del turismo, la adaptación al cambio climático, entre otras.

Los incentivos pueden ir dirigidos a beneficios en la contratación pública, estrategias de promoción pública, acceso a líneas de crédito, acceso prioritario a servicios de desarrollo empresarial, beneficios fiscales, a través de un premio al empresario de turismo responsable

#### Meta

Una (1) Creación y cuatro (4) entrega del premio turismo responsable del Huila.

#### Presupuesto

El presupuesto estimado es de treinta millones de pesos (\$30.000.000) anuales, es decir ciento veinte millones de pesos (\$120.000.000) en el cuatrienio.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Proyecto 3: Emprendimiento y Fortalecimiento Turístico para el desarrollo del sector

**Subproyecto 1:** Crear y/o Fortalecer los fondos para el financiamiento del emprendimiento, el fortalecimiento turístico, cultural y de investigaciones aplicadas al turismo para la Innovación y el desarrollo de base tecnológica.

Apoyar el apalancamiento financiero para el fortalecimiento empresarial, el emprendimiento en el sector turístico y de la economía naranja, promoviendo iniciativas que adopten las nuevas tendencias del mercado, la innovación, la implementación de tecnologías que mejoren la productividad y competitividad del sector, la generación de empleo de calidad complementado con asistencia técnica, investigación científica y aplicada, el desarrollo y la transferencia tecnológica.

#### Meta

Un (1) Aporte anual, a los fondos de financiamiento para el emprendimiento y fortalecimiento empresarial.

#### Presupuesto

El presupuesto es de mil millones de pesos (\$1.000.000.000) mcte anualmente.

**Subproyecto 2:** Crear e Impulsar el programa de asociatividad, cooperativismo y de economía solidaria para el desarrollo turístico Huilense.

Se hace necesario fortalecer el tejido empresarial por medio la creación y apoyo de redes de asociatividad, alianzas público - privadas y de cooperación entre empresas que generen cultura de trabajo en equipo y visión compartida de desarrollo, que cuenten con la participación activa de las instituciones y organizaciones locales.

#### Meta

Una (1) organización conformar y formalizar de prestadores de servicios turísticos anualmente.

#### Presupuesto

El presupuesto estimado es de cincuenta millones de pesos (\$50.000.000) anualmente.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Subproyecto 3: Fortalecer y promover iniciativas de desarrollo Local turísticas.

Apoyar las iniciativas de desarrollo local de base comunitaria en los destinos que cuenten con potencial endógeno basado en el turismo como herramienta para el crecimiento económico y el desarrollo social.

Propiciar que las diferentes iniciativas, inversiones e intervenciones en turismo, involucren a la comunidad receptora la cual debe formarse y cualificarse de acuerdo a las necesidades del sector, identificar los bienes y servicios de origen local con potencial global que existan en el territorio y fomentar la autogestión, la creatividad y la innovación utilizando los recursos propios, las tradiciones, la cultura, el saber ancestral, las características del territorio en materia geográfica, económica, social, natural, la organización institucional y comunitaria, entre otras.

#### Meta

Una (1) iniciativa apoyada en desarrollo local anualmente.

#### Presupuesto

El presupuesto estimado es de treinta millones de pesos (\$30.000.000) anuales.

### Subproyecto 4: Prestadores Huilense de Alta Calidad

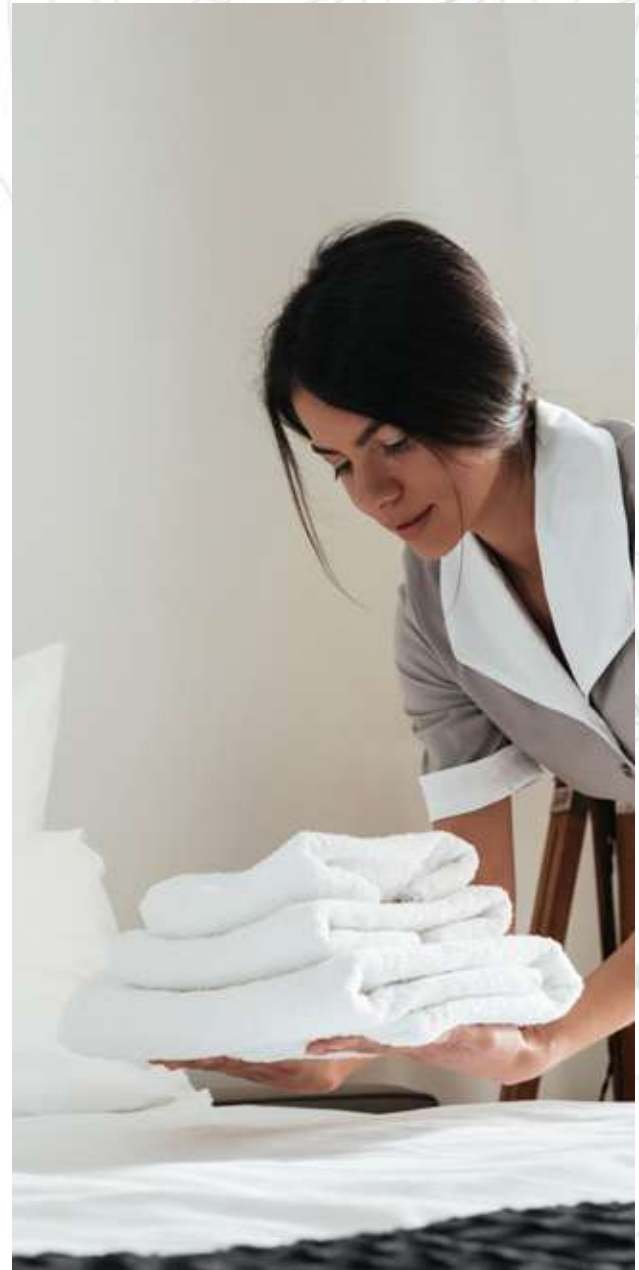
Crear mecanismos para incentivar y apoyar la implementación y obtención de certificaciones y estándares de calidad turística dirigida a los prestadores de servicios de los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo, para la prestación de servicios y productos bajo enfoques de sostenibilidad, innovación, productividad y competitividad.

#### Meta

Diez (10) empresarios servicios turísticos apoyados en la certificación de las normas técnicas de turismo sostenible anualmente.

#### Presupuesto

El presupuesto estimado es de tres millones de pesos (\$3.000.000) por empresario para un total de treinta millones de pesos (\$30.000.000) anualmente.



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

**Subproyecto 5:** Implementación y certificación de las normas técnicas colombianas para empresas de turismo

Se busca que la cadena de valor del turismo, garantice una buena calidad de servicio a los visitantes y turistas del destino Huila.

### Meta

Novecientos tres (903) empresarios servicios turísticos apoyados en la certificación de las normas técnicas Colombiana.

### Presupuesto

El presupuesto estimado por prestados es de dos millones quinientos mil pesos (\$2.500.000,00) un total de Dos mil millones doscientos cincuenta y siete mil quinientos pesos m/cte (2.257.500.000)

**Subproyecto 6:** Implementar rutas turísticas por ejes temáticos.

Se busca que la demanda de turismo en el Huila se estructure las rutas de acuerdo con los insumos atractivos turísticos, y la cadena de valor, para fortalecer los nichos de mercado nacional e internacional.

### Meta

10 rutas implementadas

### Presupuesto

El presupuesto estimado para la implementación de la ruta es de Cuatrocientos millones de pesos m/cte (\$400.000.000).



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### 10.6 Comercialización y Promoción

Los actores del sector turismo con el apoyo técnico y económico de la Gobernación del Huila a través de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo diseñaron la marca "Huila un Paraíso por Descubrir" y esta fue concedido a la Gobernación del Huila el registro de marca Comercial HUILA UN PARAISO POR DESCUBRIR, mediante la resolución No 23625, expediente No SD2016/0001359 expedida por Superintendencia de Industria y Comercio, para promocionar el departamento como un destino que alberga dos importantes productos turísticos: Cultura y Naturaleza, productos que se nutren de los paquetes turísticos que estructuran las agencias de viajes que operan en el territorio huilense. Por supuesto que, tanto el destino Huila como sus productos turísticos requieren para alcanzar su madurez económica de un sólido soporte de mercadeo y de promoción turística en los mercados emisores de turistas tanto de origen nacional como internacional. En este sentido, el Lineamiento Estratégico Mercadeo y Promoción se ocupa de perfilar un programa cuya estructura se fundamenta en dos proyectos y tres subproyectos.

#### 10.6.1 Programa Mercadeo y Promoción del Destino Huila

El programa está pensado para orientar las acciones que debe desarrollar el sector turismo del Huila, entendido este, como la sumatoria de los esfuerzos del Gobierno Departamental, los municipios, las instituciones y los prestadores de servicios turísticos para colocar los productos turísticos en los mercados emisores y promocionar el destino Huila y sus productos en los ya mencionados productos turísticos. Programa que se desarrolla a través de dos proyectos y tres subproyectos.

#### Proyectos

El desarrollo del programa demanda de la estructuración de un proyecto específico para atender el mercadeo de los productos turísticos que conforman el destino Huila y proyecto para promocionar el destino Huila.

#### Proyecto 1: Estudio de mercado para el destino Huila

**Subproyecto 1:** Realizar un estudio de mercado para el conocimiento y análisis de nuevos mercados tanto nacionales e internacionales para el producto turístico Huila.

Con este subproyecto se busca conocer las acciones requeridas para fortalecer el relacionamiento comercial de los prestadores de servicios turísticos con los actuales distribuidores del producto Huila e identificar nuevos mercados, nacional e internacional con potencial para el destino Huila (características, demanda, ubicación, tendencias de penetración de mercado, estrategias diferenciadas de mercadeo y promoción).



## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Meta:

Un (1) estudio de mercado que permita conocer y posicionar los canales de distribución de proyecto turístico del Huila cada cinco (5) años.

### Presupuesto:

El presupuesto estimado para el estudio de mercado es de cuatrocientos millones de pesos (\$400.000.000) mcte y según la tradición el estudio tiene una vigencia de cinco (5) años

### Subproyecto 2: Realizar acciones de comercialización

Este subproyecto se enfoca en la facilitación y apoyo a los prestadores de servicios turísticos del Huila para su participación en ferias turísticas nacionales e internacionales, viajes de familiarización, misiones comerciales y ruedas de negocios. Adicionalmente, el acompañamiento a la comercialización a través de medios electrónicos.

### Meta:

- La participar en cuatro (4) vitrina turística de ANATO, en el cuatrienio.
- La participar en dos (2) ferias de FITUR, en el cuatrienio.
- La participar en dos (2) ferias en Berlín, en el cuatrienio.
- La participar en dos (2) misión comercial a los mercados emisores Nacionales, en el cuatrienio.
- La participar en dos (2) misión comercial a los mercados emisores Internacionales, en el cuatrienio.
- La participar en dos (2) viajes de familiarización, en el cuatrienio.
- Habilitación del carrito de compras en la plataforma del Sistema turístico y cultural.

### Presupuesto:

El presupuesto estimado es de seiscientos millones de pesos (\$600.000.000) mcte.





## 10. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

### Proyecto 2: Diseño, formulación e implementación de la estrategia de promoción turística del departamento del Huila

**Subproyecto 1:** Canalizar la difusión del destino Huila y sus productos turísticos a través de los medios electrónicos contemporáneos.

Este subproyecto se enfoca en la promoción turística de los productos Huilenses con potencial para aprovechar los mercados nacionales e internacionales que lo demandan, cuya estructura se soporta en el desarrollo de las siguientes actividades:

- Diseñar piezas promocionales y contenidos para medios electrónicos y escritos.
- Fomentar la comunicación a través de influenciadores en redes sociales
- Elaborar material POP: impresos
- Difundir el destino Huila y sus productos turísticos a través de medios masivos de comunicación: televisión, prensa, radio e internet.

#### Meta

Una (1) campaña de promoción turística del Huila anualmente.

#### Presupuesto

El presupuesto estimado para las cuatro campañas de promoción turística cuatro mil ochocientos millones de pesos (\$4.000.000.000) mcte es decir mil ochocientos millones de pesos (\$1.800.000.000) anuales.



## 11. ANÁLISIS DOFA

Considerada herramienta útil para potenciar los puntos fuertes de un territorio (Fortalezas), neutralizar las fragilidades (Debilidades), aprovechar las coyunturas o circunstancias positivas del entorno (Oportunidades) y esquivar hábilmente las peligros del medio externo (Amenazas): las Fortalezas y Oportunidades son factores internos, por lo que son controlables; las Oportunidades y Amenazas corresponden a factores externos que, generalmente, no son de fácil control; unos y otros surgen del análisis pormenorizado de variables que permitan, en todos los casos, generar un conjunto de estrategias para mitigar los impactos de aquellos negativos (Debilidades y Amenazas) y maximizar los beneficios de los positivos (Fortalezas y Oportunidades).

El propósito del Plan Departamental Sectorial de Turismo es formar al departamento del Huila como un destino turístico con productos competitivos y sostenibles, razón por la cual se analizaron las siguientes variables:

- Accesibilidad
- Demanda
- Oferta
- Atractivos y Actividades
- Servicios

Su estudio permitió definir la matriz DOFA que se presenta a continuación y que constituye la base sobre la cual se defina el conjunto de estrategias, de manera concertada, que permita consolidar el producto turístico del Huila.

# 11. ANÁLISIS DOFA

## Accesibilidad

VARIABLE	FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ACCESIBILIDAD	Cercanía de algunos de los municipios en relación a la capital; y de otros (Sur) con los departamentos del Cauca y del Caquetá.	Malla vial secundaria y terciaria en regular estado	Interés del Gobierno Nacional por el mejoramiento de la red vial nacional	Cierre esporádico y/o espontáneo de vías por mal estado.
	Existencia de dos aeropuertos: uno en el norte, otro en el sur.	Aeropuerto de Neiva sin gestor directo	Existencia de una política nacional de Atención Primaria en Salud.	Destinos cercanos con señalización vial y turística.
	Existencia de varias terminales de buses pertenecientes a los municipios priorizados en el diseño de producto turístico: Neiva, Pitalito, Garzón y la Plata.	Baja calidad de las instalaciones y servicios en el aeropuerto Contador de Pitalito.	Proyectos viales en construcción y doble calzada Espinal-Neiva-Pitalito	Incertidumbre en la entrega de proyectos viales en construcción.
	Variedad en aerolíneas, rutas y frecuencias.	No hay accesibilidad ferroviaria ni fluvial al departamento ni los municipios turísticos.	Anillos turísticos del sur del Departamento	Retraso en la entrega de los proyectos viales, por diferentes causas.
	Existe un buen portafolio de empresas de transporte terrestre que permiten el acceso a todos los municipios.	Falta señalización vial y peatonal en los municipios y ausencia total de señalización turística peatonal.	Proyectos viales de interconexión entre los municipios del sur del Departamento	Bajo seguimiento de la seguridad turística por parte del departamento, de la Mesa Sectorial de Turismo y de las entidades territoriales municipales.
	Mejora considerable en las condiciones de conectividad de la región	Atraso en cobertura de servicios de acueducto, alcantarillado, energía y gas	proyectos viales de incidencia intencional, conexión con Ecuador	Altos costos para la construcción de red vial nacional, secundaria y terciaria.
	Infraestructura hospitalaria existente	Aguas residuales sin canalización ni tratamiento en área urbana y rural.	Mejora de la accesibilidad traerá oportunidades de negocio, turismo y empleo	Altos costos de las obras de Putumayo y Ecuador, y construcción del aeropuerto Contador de Pitalito.
	Existencia de un anillo vial turístico que conecta los municipios del sur del Departamento.	Inadecuado manejo y disposición final de residuos sólidos y domésticos.	Realización de estudios de la conexión Buenaventura - Orinoquia: Palmira - Las Cruces - Colombia.	Altos costos de operación del aeropuerto de Neiva.
	Alto porcentaje de cobertura de servicios de agua, alcantarillado y aseo en el área urbana.	Deficiente recolección de residuos sólidos en áreas urbana y rural.	Realización de estudios y diseños para la rehabilitación de la vía Sombrenillos - La Portada-Pitalito, entre otros	
	Reciente renovación de las instalaciones y servicios del aeropuerto de Neiva.	Falta de integración de las mayores zonas de producción y consumo.	El anillo turístico existente puede propiciar nuevos procesos de desarrollo turístico.	
	Existencia de Puntos de Información Turística en algunos de los municipios priorizados en el producto turístico.	Alto índices de accidentalidad en las carreteras del Departamento	Existencia de Internet.	
	Poca vida útil de los rellenos sanitarios existentes. Falta de nuevos rellenos sanitarios.			

# 11. ANÁLISIS DOFA

## Demanda

VARIABLE	FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
DEMANDA	El turista es fiel al destino	El mercado potencial no identifica en el Huila un municipio susceptible de ser visitado	El buen clima es un atractivo	Altos precios de los servicios aéreos
	Familia, amigos e internet son las mejores referencias para llegar al Departamento	Escases de profesionales en ecoturismo y avistamiento de aves	Interés creciente de los turistas por realizar actividades diferentes	
	Destacan atributos como: la naturaleza, ambiente, tranquilidad, paisajes y San Agustín	Compleja relación entre los operadores y comunidades minoritarias en destinos de naturaleza	Proliferación de compañías de bajo costo	
	Interés por la cultura, el ecoturismo y la historia	Debilidad institucional a nivel local para la implementación de planes y acciones tendientes a la innovación y diferenciación	Tendencia al incremento del consumo de productos turísticos culturales y naturales	
	El turista cultural es muy apetecido porque es considerado como de alta calidad		Sostenibilidad	
	El ecoturista gasta tres veces más que el turista convencional		Desarrollo de nuevas competencias para la operación local	
	Las tipologías del turismo cultural y natural apoyan la gestión sostenible del territorio		Adecuación de las agencias de viajes a las nuevas tendencias del turismo de naturaleza	
	Calidez y buen trato a los visitantes		Flexibilización de la normativa para la formación de Guía Local, o Informador de Turismo	
	Recursos humanos disponibles con conocimiento del territorio a nivel local			
	Liderazgo de las Agencias de viajes operadoras			

# 11. ANÁLISIS DOFA

## Oferta

VARIABLE	FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
OFERTA	Variedad de rango de precios en los servicios turísticos ofertados	Falta de integración público-privada en la gestión de destinos	Percepción público-privada del turismo como jalonado económico generando cultura de asociatividad	Posibles altercados con la comunidad indígena en la búsqueda de recuperar su territorio
	Atractivos turísticos reconocidos y posicionados en los mercados turísticos nacionales e internacionales	Bajo desarrollo de planes turísticos de la región por parte de las agencias mayoristas	Tendencias del mercado por la búsqueda de experiencias naturales, culturales, étnicas y únicas	Sobre explotación de los atractivos principales
	Vinculación de criterios de sostenibilidad y calidad en la operación turística	Uso inadecuado de los sistemas de posicionamiento en los buscadores por parte de los prestadores de servicios turísticos haciendo invisible el producto	Certificación de calidad y sustentabilidad	
	Búsqueda de los operadores de la diversificación de actividades enfocadas en experiencia	Bajo aprovechamiento de las agencias de viaje de los reconocimientos nacionales e internacionales a los atractivos de la región	Nuevos segmentos de mercado con motivación de tipo insights	
	Elaboración de planes turísticos a la medida y previamente establecidos	Falta de gestión eficiente de las redes sociales y sitios web institucionales	Nueva estructuración del producto turístico huilense	
	Enfoque internacional de las agencias de viajes en la formulación de productos y estrategias de mercado	La oferta comercial de las agencias mayoristas no es uniforme		
	Presencia institucional en redes sociales y sitios web	Aprovechamiento de los reconocimientos al producto arqueológico		
	Presencia del destino turístico Huila en Guías de Viajes nacionales e internacionales			
	Buen tejido de agencias operadoras en el destino Huila			
	Oferta experiencial y diferenciadas			
	Atractivos en áreas rurales			
	Diversificación vocacional del destino convirtiéndose en multi producto			

# 11. ANÁLISIS DOFA

## Atractivos y Actividades

VARIABLE	FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ATRATIVOS Y ACTIVIDADES	Variada oferta artesanal y cultural en todo el territorio huilense.	Contaminación de fuentes hídricas consideradas atractivos turísticos como los ríos Magdalena y Páez	Articulación con el PCC en oferta cafetera, relacionada con el turismo	Deforestación que afecta el bosque seco tropical y otras zonas de valor ambiental.
	Declaratoria de La Tatacoa como Distrito Regional de Manejo Integrado DRM, que facilita su desarrollo sostenible para actividades productivas como el turismo.	Necesidades de inversión en infraestructura y facilidades para los atractivos y recursos turísticos del departamento.	Interés creciente del mercado en experiencias culturales y productos gastronómicos.	Aumento de temperaturas y precipitaciones en diferentes zonas del departamento a causa del cambio climático.
	Posicionamiento del Parque Arqueológico de San Agustín como ícono del turismo arqueológico en Colombia.	Ausencia de atractivos y destinos certificados o implementando la NTS TS 01	Recursos no reembolsables para mejorar infraestructura turística en atractivos y para la promoción de los mismos (FONTUR)	Aumento del costo de vida en los lugares turísticos.
	Escenarios naturales con potencial para el desarrollo de turismo de naturaleza	Ausencia de señalización interpretativa y de información de atractivos turísticos	Corredores turísticos impulsados por el MNCIT contribuyen a la promoción de destinos y sus atractivos	Falta control en la capacidad de carga de los atractivos naturales
	Actividades y atractivos ideales para realizar interpretación del patrimonio cultural.	Presencia de vestigios y hallazgos arqueológicos de la cultura agustiniana en varias zonas del departamento, sin explotación turística actual.	Turismo de Naturaleza es una de las apuestas del Gobierno Nacional	Aumento descontrolado del turismo en atractivos como San Agustín y el Desierto de la Tatacoa
	Cuerpos hídricos ideales para la práctica de deportes de aventura como rafting y kayaking.	Represa el Quimbo sin plan de manejo que permita actividades turísticas.	Proceso de paz y postconflicto permitirá el desarrollo turístico en otras zonas del Departamento	Destinos turísticos mejor posicionados en naturaleza y cultura.
	Espejo de agua de El Quimbo presenta características idóneas para desarrollo de turismo náutico y de aventura.	Direccionamiento de la oferta del Desierto de la Tatacoa para turismo científico	Posible Registro de Denominación de Origen por parte de la SIC	
	Formaciones geológicas con facilidades para la práctica de espeleología.		Articulación con Tierradentro para fortalecer el arqueoturismo	
	Mesa Sectorial de Turismo trabaja activamente por el sector y articula actores clave para el mismo.			
	Presencia de áreas protegidas de orden nacional y sitios UNESCO en el territorio.			
	Inclusión del departamento en los Corredores Turísticos que propone el MNCIT			

# 11. ANÁLISIS DOFA

## Servicios

VARIABLE	FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
SERVICIOS	Los alojamientos, analizados en campo, a pesar de su ruralidad, cuentan con facilidades muy interesantes para el turismo: spa, recorridos turísticos, wifi y muestras gastronómicas.	Bajo nivel de implementación de procesos de calidad y sostenibilidad en los diferentes prestadores de servicios turísticos que hacen presencia en el departamento.	caracterización de mercados internacionales para la práctica del turismo cultural y el de naturaleza	La Reforma Tributaria del 2017
	Presencia de organizaciones con modelo de asociatividad con interés hacia el turismo y la comercialización de productos autóctonos.	Ausencia de especialización en temáticas como el arqueoturismo, el avistamiento de aves y el ecoturismo por parte de los guías de turismo	Programas de fortalecimiento empresarial y de cadenas productivas (INNPulsa)	Caída en el precio del petróleo que genera dinámicas económicas negativas
	Posicionamiento en el mercado nacional e internacional del café del Huila, que podría usarse como motivación turística	Bajo dominio de idiomas en la prestación del servicio de Guianza turística	Créditos para el sector empresarial turístico con tasas de interés cómodas (Findeter y BancolDex)	
	Posibilidad de articular actividades productivas como el cultivo del cacao, la chulupa y la piscicultura, a la actividad turística.	Pocas agencias operadoras para atender la demanda turística (6)		
	Presencia del SITYC con estadísticas actualizadas que facilita la toma de decisiones.	Baja oferta de programas profesionales para el turismo		
	Las agencias de viajes operadoras locales tienen claro los elementos potenciales de cultura y naturaleza en sus ofertas.	Bajo dominio de otros idiomas en el servicio turístico.		
	Los restaurantes, en su mayoría, integran la gastronomía local en sus menús, fomentando el patrimonio cultural.	Concentración de los servicios de Guianza en San Agustín.		
	Apoyo constante del SENA para la formación en Guianza turística.			
	Emprendimientos turísticos enfocados en brindar experiencias de lujo y calidad en el destino. Caso de biohotel en La Tatocoa.			

## 12. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO

Auscultada la información disponible se perciben significativos avances en la gestión pública del turismo, especialmente en el ámbito departamental, pero se reconoce la debilidad de la gestión pública del turismo en el ámbito municipal, tan solo el 5% de los municipios han creado la Secretaría Municipal de Turismo, una dependencia de obligada presencia al menos en los municipios identificados como de vocación turística.

En materia de infraestructura se observa que los cascos urbanos cuentan con cobertura universal en servicios públicos domiciliarios, pero las zonas rurales, sitios donde se desarrollan las actividades típicas del ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, actividades que marcan la tendencia mundial y que en Colombia se espera su auge para la época del posconflicto, tan solo el 67% registra cobertura. Por su parte, la malla vial primaria y secundaria se ven en buen estado y con permanente mantenimiento, pero, las vías terciarias que son las que conducen a los atractivos turísticos requieren profunda intervención y mantenimiento, al igual que la señalización turística que oriente al turista desde los cascos urbanos hasta los sitios donde están ubicados los atractivos.

La formación de la cultura turística es un tema preocupante, reconociendo el compromiso de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo que capacitó 104 docentes en turismo para iniciar en el año 2018 el proceso de implementación del servicio social en turismo en 10 instituciones educativas, pero se requiere insertar el turismo en el Plan Educativo Institucional-PEI para que en los proyectos de aula se generalice el conocimiento del significado y valor del patrimonio turístico de la localidad y se identifique el turismo como una actividad productiva para la cual debe formarse como profesional del área.

Si bien es cierto, el departamento hizo el esfuerzo de aportar el diseño del producto turístico del Huila aderezado con la visión contemporánea del marketing turístico, se requiere con gran urgencia empoderar a las comunidades locales y empresarios de las oportunidades de negocios que de allí se generan, así como, la búsqueda de inversionistas que desarrollen las infraestructuras necesarias para su operación. Con respecto al marketing, también se identifica la necesidad de masificar el uso de la marca 'Huila un Paraíso por Descubrir' en las promociones, campañas publicitarias y en especial en los ejercicios de comercialización como un valor agregado de lo que en turismo significa el Huila para los colombianos y para el ciudadano del mundo.

La denominada época del posconflicto es una oportunidad para que el Huila se muestre ante el país y el mundo como un destino rico en cultura y naturaleza, reconvirtiendo la imagen de escenario inseguro por la del Paraíso por Descubrir que pregonaba en su marca. Propósito que se logrará en la medida en que se institucionalice la alianza público - privada para construir un destino sostenible y competitivo en el mercado turístico de Colombia y del mundo.