



GOBERNACION DEL HUILA
SECRETARIA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO



1



HUILA

Eventos, Ferias y Fiestas

Neiva, diciembre de 2015



DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

1) PRESENTACIÓN.....	8
2) INTRODUCCIÓN	9
3) ASPECTOS GENERALES DEL HUILA	10
3.1) Aspectos geográficos del Huila.....	10
3.2) Economía huilense	11
3.3) Aspectos Ambientales	12
4) MARCO CONCEPTUAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS	13
4.1) Definición de Eventos.....	13
4.2) Tipos de Eventos	13
4.3) Eventos Religiosos.....	14
4.4) Eventos Culturales.....	15
4.5) Eventos Corporativos	15
4.6) Eventos Académicos.....	17
4.7) Eventos Deportivos	19
4.8) Ferias.....	20
4.9) Fiestas	23
4.10) Reinados	24
5) NORMATIVIDAD TURÍSTICA DE LOS EVENTOS	24
5.1) Constitución Nacional.....	24
5.2) Ley 300 de 1996	25
5.3) Ley 1101 de 2006.....	27
5.4) Ley 1558 de 2012.....	27
6) HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA	27
6.1) Plan Nacional Sectorial de Turismo	28
6.2) Plan Departamental de Desarrollo del Huila.....	28
6.3) Plan Departamental Sectorial de Turismo del Huila	28



6.4) Documento CONPES 3640 - Eventos.....	30
6.5) Norma Técnica Sectorial OPC 01	31
7) HISTORIA DE LOS EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS	32
7.1) Historia de los eventos corporativos en el mundo	33
7.2) Historia de las ferias	39
7.2.1) Ferias en Alemania	43
7.2.2) El caso Colombiano.....	43
7.2.3) La Evolución de Corferias	44
7.2.4) Las Ferias en el Huila	44
7.3) Origen de la fiesta huilense: “Evolución Histórica Del Festival Folclórico Y Reinado Nacional Del Bambuco”	46
7.3.1) Origen Cultural de las Fiestas de San Juan y de San Pedro.....	48
7.3.2) El Festival Folclórico y El Reinado del Bambuco	52
7.3.3) Análisis del Festival Folclórico y Reinado del Bambuco.....	58
7.4) Síntesis histórica de la religiosidad huilense	66
7.4.1) Comunidades aborígenes de los siglos XVI y XVII	67
7.4.2) Invasión: De La Conquista y Colonización.....	68
7.4.3) El Pueblo de Dios en la Diócesis de Neiva	69
7.4.4) Realidad actual	69
7.4.5) El significado de la religiosidad popular	70
7.4.6) Dificultades para evangelizar la religiosidad popular	72
8) METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA	74
8.1) Glosario Técnico de Producto Turístico	74
8.2) Estructura Del Producto Turístico.....	75
9) DISEÑO PRODUCTO TURÍSTICO EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL HUILA	77
9.1) Imagen de Marca	77
9.1.1) Manual de Imagen -Las Tipografías.....	78
9.2) Beneficios funcionales.....	81
9.2.1) Inventario Departamental de Alojamiento	81
9.2.2) Inventario Departamental de Restaurantes de Interés Turístico	82
9.2.3) Inventario Departamental de Agencias de Viajes y Turismo	84
9.2.4) Inventario Departamental de Operadores Profesionales de Eventos y Convenciones	86
9.2.5) Inventario Departamental de Transporte Terrestre	88
9.2.6) Inventario Departamental de Equipamientos de soporte para el desarrollo de eventos	89
9.2.7) Facilidades para el desarrollo de eventos, ferias y fiestas en el Huila.....	91
9.3) Beneficios vivenciales.....	97



9.3.1) Eventos Institucionales	97
9.3.1.1) Secretaria Departamental de Cultura y Turismo	97
9.3.2) Eventos Institucionales de los municipios del Huila	100
9.3.2.1) Municipio Acevedo	100
9.3.2.2) Municipio Agrado	101
9.3.2.3) Municipio Aipe	102
9.3.2.4) Municipio Algeciras	103
9.3.2.5) Municipio Altamira	104
9.3.2.6) Municipio Baraya	105
9.3.2.7) Municipio Campoalegre	106
9.3.2.8) Municipio Colombia	107
9.3.2.9) Municipio Elías	108
9.3.2.10) Municipio El Pital	109
9.3.2.11) Municipio Garzón	110
9.3.2.12) Municipio Gigante	111
9.3.2.13) Municipio Guadalupe	112
9.3.2.14) Municipio Hobo	113
9.3.2.15) Municipio Íquira	114
9.3.2.16) Municipio Isnos	115
9.3.2.17) Municipio La Argentina	116
9.3.2.18) Municipio La Plata	117
9.3.2.19) Municipio Nátaga	118
9.3.2.20) Municipio Neiva	119
9.3.2.21) Municipio Oporapa	120
9.3.2.22) Municipio Paicol	121
9.3.2.23) Municipio Palermo	122
9.3.2.24) Municipio Palestina	123
9.3.2.25) Municipio Pitalito	124
9.3.2.26) Municipio Rivera	125
9.3.2.27) Municipio Saladoblanco	126
9.3.2.28) Municipio San Agustín	127
9.3.2.29) Municipio Santa María	129
9.3.2.30) Municipio Suaza	130
9.3.2.31) Municipio Tarqui	131
9.3.2.32) Municipio Tello	132
9.3.2.33) Municipio Teruel	133
9.3.2.34) Municipio Tesalia	134
9.3.2.35) Municipio Timaná	135
9.3.2.36) Municipio Villavieja	136
9.3.2.37) Municipio Yaguará	137
9.4) Eventos Institucionales de carácter Religioso municipios departamento del Huila	138
9.5) Ferias municipios departamento del Huila	144
9.6) Reinados municipios departamento del Huila	147



9.7) Fiestas Cívicas municipios departamento del Huila	151
9.8) Eventos deportivos municipios departamento del Huila	153
9.9) Eventos Culturales municipios departamento del Huila	155
9.10) Eventos Gremiales.....	157
9.10.1) Cámara de Comercio de Neiva	157
9.10.2) FENALCO	158
9.10.3) COMFAMILIAR	158
9.10.4) Comité de Cafeteros del Huila	158
9.10.5) CONFETUR	159
9.10.6) Comité de Ganaderos del Huila	159
9.10.7) ASOCOOPH	159
9.10.8) Asociación de Contadores del Huila	160
9.10.9) CAMACOL	160
9.10.10) Sociedad Huilense de Ingenieros.....	161
9.10.11) Asociación EMPSE.....	161
9.10.12) ACIEM Capitulo Huila.....	161
9.10.13) CEAGRODEX.....	161
9.10.14) Sociedad Huilense de Economistas	162
9.10.15) COAGROHUILA.....	162
9.10.16) FENALCE.....	162
9.10.17) Asociación de Ferreteros	162
9.10.18) Colegio de Jueces y Fiscales del Huila.....	163
9.10.19) Consejo Gremial del Huila	163
9.10.20) FEDEARROZ.....	163
9.10.21) Sector de Autopartes.....	163
9.10.22) Coopimpresur	164
9.10.23) FEDECACAO	164
9.10.24) Sociedad Colombiana de Arquitectos.....	164
9.10.25) FENDIPETROLEO	164
9.10.26) INCIHUILA	165
9.11) Eventos Corporativos	165
9.11.1) Congresos	165
9.11.2) Convenciones	166
9.11.3) Ferias	166
9.11.4) Eventos Académicos	167
9.11.5) Eventos Médicos.....	167
9.11.6) Eventos Deportivos.....	168
9.12) Valor simbólico	168
9.13) Calendario de Eventos Institucionales del Huila.....	169
9.13.1) Eventos Institucionales mes de Enero	169
9.13.2) Eventos Institucionales mes de Febrero.....	170
9.13.3) Eventos Institucionales mes de Marzo	171

9.13.4) Eventos Institucionales mes de Abril	172
9.13.5) Eventos Institucionales mes de Mayo	173
9.13.6) Eventos Institucionales mes de Junio	175
9.13.7) Eventos Institucionales mes de Julio	176
9.13.8) Eventos Institucionales mes de Agosto	177
9.13.9) Eventos Institucionales mes de Septiembre	179
9.13.10) Eventos Institucionales mes de Octubre	180
9.13.11) Eventos Institucionales mes de Noviembre	181
9.13.12) Eventos Institucionales mes de Diciembre	182
10) Estrategia de Comercialización y Promoción	183
10.1) El mercado de los eventos, ferias y fiestas	184
10.1.1) Perfil del turista	185
10.2) El Turismo Corporativo en Colombia	186
10.3) El Turismo Corporativo En El Huila	187
10.4) Mercados Emisores para el Huila	188
10.4.1) ¿Cómo llegar al mercado internacional?	189
10.5) Estrategia de Comercialización.....	189
10.6) Constituir un grupo de trabajo que diseñe eventos corporativos	191
10.7) Construir la oferta de programas turísticos	191
10.8) Estructuración de la cadena de servucción	200
10.9) Cadena de distribución del Producto.....	202
11) Acciones de Comercialización.....	205
11.1) Participación en ferias	205
11.2) Misión comercial	206
11.3) Rueda de negocios	207
11.4) Viaje de familiarización.....	208
12) Campaña de Promoción Turística	209
12.1) Medios Electrónicos	209
12.2) Medios Impresos.....	209
12.3) Free Press	209
12.4) Publicidad	210
13) Proyección de la Inversión en Comercialización y Promoción Turística de los eventos, ferias y fiestas para el periodo 2016-2019.....	210



13.1) Participación en Ferias Nacionales	211
13.2) Participación en Ferias Internacionales	212
13.3) Misión Comercial.....	213
13.4) Participación en Ruedas de Negocios	213
13.5) Viajes de Familiarización.....	214
13.6) Material P.O.P.....	215
13.7) Material electrónico	215
13.8) Free Press	215
13.9) Publicidad	216
BIBLIOGRAFÍA	
GRÁFICAS	
CUADROS	



1) PRESENTACIÓN

El documento que está en las manos del lector surge como resultado de la Orden de Prestación de Servicio FM820-02, Orden emitida por el Fondo Mixto de Cultura y Turismo del Huila a Edna Victoria Andrade Laguna. La Orden atiende la el cumplimiento de la Meta denominada “Diseño del Producto Turístico Eventos, Ferias y Fiestas del Departamento del Huila”, meta plasmada en el Plan de Desarrollo Departamental 2013-2015 “Huila Competitivo”.

El documento se orienta a satisfacer la necesidad de dotar al departamento del Huila y en especial a la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo de una herramienta técnica que le permita apoyar a los municipios en la organización, comercialización, promoción y operación turística de los eventos institucionales, e identificar oportunidades para la organización de eventos corporativos que coadyuven al desarrollo socioeconómico de cada municipalidad.

Los contenidos del documento permiten conocer el Inventarios de Eventos, Ferias y Fiestas del departamento del Huila con información actualizada al año 2015; así mismo, permite conocer el inventario de los eslabones de la cadena productiva de los eventos institucionales, información que permite conocer la tipología de los eventos que se prospecten en el territorio opita; resulta importante, conocer cuántas empresas de profesionales en la Organización de Eventos operan en el departamento del Huila. Finalmente el documento aporta información útil para la implementación de la campaña de comercialización y promoción turística de los eventos, ferias y fiestas que se realizan en el Huila.

Especial mención para el acápite de diseño de producto, que aporta información relevante en imagen de marca y paquetes turísticos para atender los pre y pos eventos, como actividades que inciden positivamente en la productividad de las empresas prestadoras de servicios turísticos en el departamento del Huila.



2) INTRODUCCIÓN

En el año 2005 el Departamento del Huila levantó el Inventario de sus recursos, atractivos y eventos Turísticos, Inventario que permitió conocer que anualmente entre los treinta y siete municipios y la Gobernación del Huila se realizaban 321 eventos, de los cuales, el 46% correspondían a la tipología de los eventos religiosos, el 17% a los reinados, 13% a las fiestas cívicas, 12% a los eventos culturales, 9% a las ferias y 3% a los eventos deportivos, información que no se aprovechó para la estructuración del segmento productivo de los eventos, ferias y fiestas.

La construcción y remodelación de equipamientos para eventos, entre ellos, recinto ferial, parque de la música, casas de Cultura, teatros, templos, estadio de fútbol, ha creado la necesidad de diseñar un producto turístico fundamentado en el Inventario de Eventos, Ferias y Fiestas del Departamento del Huila, cuyo destino final será el Calendario Departamental de Eventos, Ferias y Fiestas e incorporar a la Agenda Nacional y en especial a los programas de apoyo que adelanta PROCOLOMBIA y FONTUR los eventos que se prospecten para este target.

Para el diseño y estructuración de este producto turístico se utilizó como herramienta metodológica los lineamientos plasmados por el MINCIT en el documento elaborado en el año 2006, documento al que denominó, "Diseño del Producto Turístico, un Enfoque y una Propuesta Metodológica". Se trabajó entonces en el diseño de un concepto que interpretara el sentir de los huilenses en torno a sus eventos de carácter regional, la identificación de los beneficios funcionales que desea encontrar el turista en el destino, así como, los beneficios vivenciales que motivan la visita del turista y por supuesto las facilidades que en el departamento del Huila se encuentran para la operación comercial de los eventos, ferias y fiestas.

Se espera entonces, se cree la sinergia necesaria entre los sectores público y privado para implementar la estrategia de marketing que le permita a los 37 municipios que conforman el departamento del Huila, participar activamente en la organización y operación de eventos institucionales y corporativos que contribuyan a generar dinámicas económicas para beneficio de las comunidades locales y la formación de la imagen de un Huila como destino turístico especializado en eventos, ferias y fiestas.



3) ASPECTOS GENERALES DEL HUILA

El departamento del Huila se desarrolla sobre una extensión territorial de 19.890 kilómetros cuadrados, dotado de importante riqueza biótica, hídrica y paisajística, lugar donde sus habitantes ha construido su acervo cultural y patrimonial que en suma contribuye al desarrollo social, económico y ambiental de Colombia.

3.1) Aspectos geográficos del Huila

El departamento del Huila está localizado al suroccidente de Colombia, entre los 3°55'12" y 1°30'04" de latitud norte (entre el nacimiento del río Riachón, municipio de Colombia y el pico de la Fragua, municipio de Acevedo), y los 74°25'24" y 76°35'16" de longitud al oeste del meridiano de Greenwich (entre el Alto de Las Oseras, municipio de Colombia y el páramo de Las Papas, municipio de San Agustín).

Neiva está ubicada entre la cordillera Central y Oriental, en una planicie sobre la margen oriental del río Magdalena, en el valle del mismo nombre, cruzada por el Río Las Ceibas y el Río del Oro. Está en las coordenadas 2°59'55"N 75°18'16"O, su extensión territorial de 1.533 km², su altura de 442 metros sobre el nivel del mar y su temperatura promedio de 27°C.

El territorio huilense está habitado por un millón ciento cincuenta y cuatro mil setecientos setenta y siete personas, de las cuales el 59.85% residen en los cascos urbanos y el 40.15% lo hace en la zona rural.

Cuadro 1 Proyección Población Huila 2015

POBLACIÓN	
CIUDAD CAPITAL	NEIVA
Población 2015(censo 2005- DANE)	1.154.777
Cabecera	691.025
Resto	463.652

Fuente: DNP

En el departamento del Huila se registran los diferentes pisos térmicos, desde el Desierto de La Tatacoa ubicado a 400 metros sobre el nivel medio del mar, hasta el Volcán Nevado del Huila cuya altura es de 5.750 metros sobre el nivel medio del mar, siendo el pico más alto de la Cordillera Central en los Andes en Colombia.



La variación de temperatura en el departamento del Huila oscila entre 28° C experimentados en su parte más baja, especialmente en el valle de Neiva, extendiéndose hasta el extremo norte, atravesando toda la región semiárida de Yararaka (Tatacoa). En esta región se encuentran todos los climas y una gran variedad de suelos que facilitan la diversidad y extensión de la producción agrícola y ganadera; predomina el clima templado, con una temperatura media de 24°C; como puntos extremos están las cumbres montañosas del Nevado del Huila, que forma parte del Parque Nacional Natural que lleva su mismo nombre, donde la temperatura permanece bajo 0°C y las regiones cálidas de los valles de Neiva, Aipe y Villavieja, donde se encuentra el imponente desierto de La Tatacoa, con 35° C.

11

3.2) Economía huilense

La economía del departamento del Huila se basa principalmente en la producción agrícola y ganadera, la explotación petrolera, el comercio y en las últimas dos décadas se percibe el turismo como una nueva actividad económica. La agricultura se ha desarrollado y tecnificado en los últimos años y sus principales cultivos son café, algodón, arroz riego, frijol, maíz tecnificado, maíz tradicional, sorgo, cacao, caña panelera, plátano, yuca, iraca y tabaco. En materia pecuaria, además de la ganadería bovina doble propósito que se desarrolla de manera extensiva, la piscicultura ha surgido como una actividad económica productiva y sostenible, el departamento del Huila produce 60.000 toneladas/año de tilapia de las cuales el 10% van al mercado internacional, el criadero más importante es el embalse de Betania, sitio donde la actividad se desarrolla en jaulones flotantes. Los tímidos asomos agroindustriales del Huila se fundamentan en la transformación de las materias primas ya mencionadas.

Los campos de petróleo se encuentran en el norte del departamento y para la distribución de gas el Departamento está conectado al gasoducto Vasconia – Neiva en donde las reservas representan el 1.2% del total nacional. Adicionalmente en la cordillera Central se extrae plata y oro, este último se explota en 13 municipios. Otros minerales no preciosos que se explotan son cuarzo, calcita, mármol y azufre. La producción artesanal es prolífica, especialmente se elaboran piezas en cerámica y sombreros. La industria fabril está poco desarrollada, no obstante, en Neiva se han instalado fábricas de productos alimenticios, bebidas, jabones, cigarros y



licores. Los centros de gran actividad comercial son Neiva, Garzón y en menor escala Gigante, La Plata y Campoalegre.

La actividad turística se fomenta con base en los atractivos naturales, culturales y los eventos. En materia de naturaleza los huilenses se enfocan en el desarrollo de actividades de aventura en los escenarios naturales del Macizo Colombiano, los Parques Nacionales Naturales, los ríos Magdalena, Páez, los embalses de Betania y El Quimbo, así como, las fuentes de agua termal; la cultura se concentra en la arqueología, la paleontología, la astronomía y las tradiciones orales en gastronomía, música, danza y artesanía. Neiva se erige como un destino para el turismo corporativo con base en los equipamientos urbanos: centro de convenciones, recinto ferial y parque de la música; remodela su Villa Olímpica y el teatro Pigoanza. El Huila ha posicionado en el ámbito nacional el Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco como un evento cultural que se mezcla con actividades de rumba y entretenimiento familiar.

En materia de llegada de turistas, el Huila en el año 2013 registró la llegada de 874.000 turistas, de los cuales el 1% fueron de origen internacional; el promedio de estancia fue de dos noches, siendo negocios con el 78% el líder de la motivación de viaje al Huila y el 15% llegan motivados por ocio y el 7% por otros motivos, entre ellos, eventos.

3.3) Aspectos Ambientales

El territorio huilense se desarrolla sobre el eje del río Magdalena, a su derecha lo enmarca la Cordillera Oriental y a su izquierda la Cordillera Central, en el extremo sur está ubicado el Macizo Colombiano lugar caracterizado por la UNESCO como Reserva de la Biosfera y Estrella Fluvial del Pacífico, pues allí nacen los cinco principales ríos de Colombia (Magdalena, Cauca, Patía, Putumayo y Caquetá); en el extremo norte se encuentra ubicada el Desierto de La Tatacoa un bosque tipificado como muy seco tropical, cuyo piso está formado por arcillas expansivas y arenas, siendo su subsuelo un importante manto de agua; los dos ecosistemas están conectados por el corredor biológico del río Magdalena.

4) MARCO CONCEPTUAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS

El glosario técnico que se presenta en este acápite tiene como propósito facilitarle al lector una mejor comprensión de la temática a desarrollar en el ejercicio de diseño del producto turístico de eventos, ferias y fiestas del Huila.

4.1) Definición de Eventos

Para los efectos del trabajo en desarrollo se traen dos definiciones de evento, la primera la promulgada en la Norma Técnica Sectorial OPV-001 concepto de vital importancia por su directa relación con el turismo, específicamente los eventos de carácter turístico y la definición que trae el Diccionario de la Real academia de La Lengua.

- **Evento¹:** Término genérico que designa cualquier tipo de reunión de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas o conocimientos y de experiencias entre los participantes.
- **Evento²:** El término evento proviene del latín eventus, tiene tres acepciones:
 - 1) Suceso imprevisto
 - 2) suceso de importancia que se encuentra programado
 - 3) Acontecimiento que sucede, puede estar programado o suceder de manera espontánea.

4.2) Tipos de Eventos

El vocablo evento es de uso general y frecuente, la comunidad lo utiliza para significar actividades cuya realización ocurre con cierta periodicidad, pero también se utiliza para promover actividades que ocurren por primera y única vez. Desde el ámbito de lo económico y específicamente en el campo turístico, los eventos se tipifican en institucionales y en turísticos.

- **Los eventos institucionales:** son aquellos que se organiza y operan en un municipio o región como respuesta a las tradiciones de la comunidad local. A manera de ejemplo podemos citar una fiesta patronal, un evento que anualmente organiza la comunidad

¹ Fuente: Norma Técnica Sectorial OPC-001-2009

² Fuente: Consulta en internet del diccionario de la Real Academia Española (RAE)

parroquial o un reinado que anualmente organiza la comunidad en asocio con la administración municipal; los eventos institucionales que con mayor frecuencia se organizan son: religiosos, Culturales, Feriales, Reinados, Fiestas Cívicas y Eventos Deportivos.

- **Eventos turísticos:** En el mundo contemporáneo se considera como evento turístico aquellos que se organizan con el propósito de motivar la llegada de turistas a un destino; los eventos turísticos son entonces el resultado de ejercicios de planeación participativa que se construyen entre los diferentes actores de la actividad turística en el municipio o en la región. Los principales eventos turísticos son: corporativos, académicos, deportivos, ferias y fiestas.

4.3) Eventos Religiosos

Los eventos religiosos se definen como un conjunto de actividades programadas para convocar una comunidad vinculada a un credo, comunidad que está ávida de comunicación con Dios, la virgen, los santos, la energía universal.

- **Fiesta Patronal³:** Es un evento de carácter religioso que conmemora la consagración de un pueblo a un santo para que este interceda ante Dios en busca de bendiciones o beneficios de diferente orden, generalmente asociados a salud, bienestar, prosperidad y protección para toda la comunidad.
- **Peregrinación⁴:** Es un viaje a un lugar sagrado por la acción de Dios, motivado por la solicitud de un milagro, la continuación del bienestar, ganar indulgencias o pagar promesas.
- **Ofrenda⁵:** Ofrecimiento (acción de ofrecer) cuando se dirige a una causa noble, a Dios, a una divinidad, a un santo, etc.
"presentar una ofrenda; realizar ofrendas a los dioses; un altar para depositar ofrendas; una ofrenda a la Virgen"
- **Santuario⁶:** Iglesia u otro lugar sagrado al que, por un motivo peculiar de piedad, acuden en peregrinación numerosos fieles, con la aprobación del Ordinario del lugar.

³ Fuente: Alcaldía de Neiva-Neiva Peregrina, 2009

⁴ Fuente: Phil Cousineau. 2004: "Sentido del peregrinaje

⁵ Fuente: Diccionario Manual de la Lengua Española, Larousse, 2009

⁶ Fuente: Phil Cousineau. 2004: "Sentido del peregrinaje



- **Turismo Religioso⁷:** Desplazamiento que realiza una persona desde su lugar de origen a un destino predeterminado, motivado por su fervor y devoción religiosa, así como por participar en eventos que le permitan un acercamiento espiritual con Dios, los Santos, o con La Virgen.

4.4) Eventos Culturales

Los eventos culturales son aquellos que se organizan con base en la presentación de la producción artística de una comunidad, como también, aquellos soportados en las tradiciones de los pobladores de una determinada región.

- **Exposición de Arte⁸:** es un espacio donde se da a conocer al público determinados objetos artísticos.
- **Concierto⁹:** espectáculo en el que interpretan obras musicales
- **Salón de Artistas¹⁰:** Es un concepto creado para presentar en público la producción artística de un colectivo de autores.
- **Presentación de obra literaria¹¹:** Es un concepto creado para presentar en público la producción literaria de un colectivo de autores.
- **Festival de Teatro¹²:** Es un concepto creado para presentar en público la producción teatral de un colectivo de autores locales que bien pueden interactuar con invitados nacionales e internacionales.

4.5) Eventos Corporativos¹³

Se ha definido por eventos corporativos: el conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. Este segmento de mercado, incluye reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes. El concepto incluye congresos, convenciones, viajes de incentivos, ferias y exposiciones y eventos deportivos.

⁷ Fuente: Rosa Margarita Figueredo – Conferencia de Marketing Turístico – Marzo 2008

⁸ Fuente: Consulta en Internet, Wikipedia, 2015

⁹ Fuente: Diccionario Manual de la Lengua Española, Larousse, 2009

¹⁰ Fuente: construcción de la Consultoría con base en el concepto de Arte Conceptual, Wikipedia 2015

¹¹ Fuente: construcción de la Consultoría con base en el concepto de Arte Conceptual, Wikipedia 2015

¹² Es un concepto creado para presentar en público la producción literaria de un colectivo de autores.

¹³ Fuente: Turismo de Convenciones – Eduardo Yarto

- **Congreso:** Es una reunión formal que se organiza con el fin principal de deliberar ampliamente acerca de un tema en particular; es decir, para dar a conocer, analizar o intercambiar opiniones acerca de los avances, investigaciones o conocimientos del tema o ciencia de que se trata, por lo cual el contenido es científico, cultural, educativo, económico, político o de otra índole. Usualmente no tiene una orientación comercial y se dan cita los investigadores y profesionales que quieren estar al día. Los delegados son autónomos y desempeñan una función interactiva. Cada participante paga una cuota de inscripción y generalmente tienen la opción de elegir el hotel al que van a ir y los servicios adicionales que requiera. En un congreso se llega a conclusiones o recomendaciones susceptibles de ser hechas públicas y difundidas con la mayor amplitud.
- **Convención:** es un evento de convocatoria cerrada y sólo participan los miembros de una empresa o personas invitadas para el fin particular de cada convención, para ello deben reunir los requisitos necesarios para lograr los objetivos que la empresa se haya propuesto; es decir, participan las categorías o departamentos, fuerza de ventas, agentes de seguros, publicistas, proveedores, clientes, etc, y por tanto, son privadas. La empresa que convoca es quien patrocina el evento, elige el hotel y demás servicios y, generalmente, no hay cuota de inscripción.
- **Viajes de Incentivo:** son viajes-premio, organizados por las empresas para sus empleados, distribuidores o clientes más destacados. Estos viajes forman parte de un elaborado plan comercial diseñado por la empresa cuyo fin principal es la motivación y el estímulo para garantizar y mantener un elevado nivel de productividad comercial y de servicio. Aunque en este tipo de viajes predomina un programa de ocio, casi todos requieren instalaciones y facilidades para las reuniones, debido a que la mayoría de éstos incluyen seminarios motivacionales, actividades para mejorar la autoestima y las relaciones, u otro tipo de actividades de negocios, como introducción de nuevos productos, campañas promocionales o programa de entrenamiento para empleados.
- **Ruedas de Negocios:** Llamase así a un ciclo de operaciones comerciales realizadas en la bolsa de negocios y que tiene una exacta delimitación de fecha y hora de inicio y de su fecha y hora de

término, así como un balance y resultado de las operaciones realizadas (Tanda de negocios).

- **Work Shop:** Espacio físico donde son acordados y firmados los diferentes contratos de compra-venta internacional u otros resultantes de los objetivos de la feria y de los distintos expositores.
- **Asamblea:** Reunión ordinaria o extraordinaria de los miembros de una organización local, regional, nacional o internacional; constituye un escalón supremo en la decisión de todos los asuntos de la vida administrativa, política y social de dicha organización. Es presidida por una mesa directiva compuesta de presidente, secretario, vocal o vocales, y escrutadores para el conteo de votos. Por el otro lado, se encuentra el auditorio, conformado por los demás miembros de la organización.

4.6) Eventos Académicos¹⁴

Los eventos académicos son considerados como herramientas de comunicación institucional que transmiten conocimientos, desarrollos, resultado de investigaciones, evolución de los negocios y que coadyuvan al cumplimiento de las metas empresariales e institucionales.

- **Seminario:** es una reunión de carácter educativo donde un número determinado de personas, que no supera los 30, comparten de manera personal sus experiencias acerca de un tema en particular, bajo la dirección de un experto en la materia. Es una forma de trabajo intelectual, que es propia de los niveles de estudio medio y superior, que tienen por finalidad la investigación científica, el trabajo en equipo, la actividad y la participación en grupos pequeños de alumnos.
- **Grupos de Trabajo:** Son reuniones de un pequeño grupo de personas elegidas por un órgano representativo de una asociación, con el fin de estudiar en detalle un problema concreto acerca del cual establecerán una serie de recomendaciones a los órganos superiores de decisión.
- **Simposio:** Es una técnica de intercambio de información que se utiliza para profundizar acerca de un tema, actualizar el estado de una cuestión, integrar informaciones acerca de un problema y

¹⁴ Fuente: Organización Integral de Eventos – Antonio Di Génova

coordinar las actividades de una investigación. La técnica básica admite modalidades diversas, y con frecuencia incluye preguntas, diálogo con los asistentes, etc., al final de cada exposición o sesión.

- **Coloquio:** Reunión semiformal multidisciplinaria formada por un número restringido de especialistas de reconocido prestigio en el ámbito científico (máximo 25) e invitados a título particular por parte de la institución promotora (generalmente un instituto científico) para analizar y discutir un problema. El objetivo del coloquio consiste en analizar un tema científico desde diversas perspectivas. No se produce una subdivisión en grupos de trabajo, sino que los participantes intercambian las memorias acerca del tema que van a tratarse antes de la reunión.
- **Foro:** reunión informal y sin orden del día con participación abierta a todos los asistentes en la que cada uno tiene la oportunidad de desarrollar y exponer libremente un tema general (sin previa preparación); no es necesario redactar conclusiones. Para su desarrollo se requiere un moderador, pues los participantes sólo disponen de un periodo determinado para su exposición. La mayoría de los foros inician con el planteamiento de los objetivos y probablemente con la intervención de alguno o algunos expertos iniciadores del tema que, de manera informal y sin dar un discurso extenso, exponen sus puntos de vista y opiniones con un tiempo limitado de 15 o 20 min. Una vez hecho esto, el grupo en su totalidad inicia la discusión el tema, conducido por el coordinador. Los foros normalmente tienen como objetivo conocer la opinión del público acerca del tema que se está tratando. Son muy usuales, por ejemplo, para tener mayor conocimiento de los problemas sociales o políticos de una comunidad determinada, o la opinión de ciertos colectivos.
- **Panel:** Reunión de un grupo multidisciplinario, conformado generalmente por cuatro a seis personas, que discuten entre sí un asunto público, frecuentemente ante un auditorio, a modo de diálogo o conversación. En el transcurso de éste, los participantes van exponiendo su particular punto de vista acerca de un tema propuesto inicialmente pero no lo hacen como oradores, sino con cierta interacción entre ellos mismos, cada uno desde la perspectiva del campo que dominan, tienen experiencia o son especialistas. La conversación se desarrolla básicamente de manera informal.

Para su realización se requiere de un coordinador o moderador que intercale preguntas, y controle y coordine el tiempo de las intervenciones.

- **Mesa Redonda:** es una técnica de dinámica de grupos, en la que un equipo de expertos, que sostienen puntos de vista diferentes o contradictorios acerca de un mismo tema, exponen sus opiniones en forma sucesiva moderados por un coordinador. Cuando se da ante un auditorio, puede darse el caso de que este también participe. El grupo de participantes, que pueden ser de tres a seis, deberá reunir ciertas características, como un gran conocimiento del tema o materia que va a tratarse, habilidad para exponer y defender sus opiniones, así como mantener el ambiente en un tono de conversación informal, y la capacidad de hablar y escuchar, ya que no se permiten diferencias de jerarquía entre ellos ni discursos a los integrantes ni al moderador. De esta forma, se despertará el interés y se evitara la pasividad e indiferencia de los miembros del grupo al que va dirigida.
- **Dramatización:** Es aquel en el que dos o más personas representan una situación de la vida real asumiendo las funciones del caso, con objeto de que pueda ser mejor comprendida y tratada por el grupo. Se puede utilizar para entrenamiento en materia de negociación colectiva, aprender tácticas de negociación entre empresarios y sindicatos. Por ejemplo, un grupo puede hacer de empresa y otro de sindicato.

4.7) Eventos Deportivos

Son actividades recreativas de carácter competitivo, o de encuentro, organizadas con base en la presentación de deportes como el fútbol, baloncesto, tenis, golf, motonáutica, etc.

- **Olimpiada¹⁵:** Las Olimpiadas son uno de los eventos más importantes que actualmente se realizan ya que congregan a todos los países del planeta. Las Olimpiadas representan la unión de todos los pueblos que cada cuatro años se reúnen en un lugar designado para celebrar diferentes tipos de deportes y competir sanamente en diversas disciplinas. Además de ser uno de los pocos momentos de

¹⁵ Fuente: Consulta en Internet al Diccionario Definición ABC-2015

completa unión e integración entre las diferentes naciones del mundo, las Olimpiadas son el momento perfecto para establecerse como potencia deportiva, económica, política y hasta cultural. Su logo actual, la unión de cinco círculos de colores diferentes, representa la unión de los cinco continentes.

- **Campeonato deportivo¹⁶:** etimológicamente el vocablo emana del latín campus que se refiere al campo de batalla. Un campeonato es una competencia, un certamen o un torneo en que se disputa un premio. Quine termina en el primer puesto resulta ganador del campeonato, es el campeón.
- **Competencia deportiva¹⁷:** la palabra competencia se deriva del latín competentia tiene dos grandes vertientes: enfrentamiento o la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo; en el mismo sentido se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo. En el ámbito del deporte la competencia implica una clasificación con ganadores y perdedores, y la entrega de algún tipo de premio, trofeo o reconocimiento. Existen distintos sistemas de competencia según la modalidad deportiva.
- **Trail de Aventura¹⁸:** es una actividad deportiva que se realiza por senderos de montaña, huellas, rastros o caminos secundarios, cruzando arroyos y ríos, con grandes subidas y abruptas bajadas. En suma, los recorridos superan los 12 kilómetros que se pueden realizar en varios días de competencia.
- **Encuentro:** Es un evento pensado para que un grupo de practicantes de una misma actividad deportiva, cultural, académica, religiosa, etc., coincidan en un solo lugar para compartir o presentar sus trabajos, experiencias o logros ante una comunidad.

4.8) Ferias¹⁹

Del latín feria, la feria se define como un evento económico, social o cultural que puede estar establecido o ser temporal, y que puede tener lugar en sede fija o desarrollarse de forma ambulante. Las ferias suelen estar dedicadas a un tema específico o tener un propósito común.

¹⁶ Fuente: Consulta en Internet al Diccionario Definición ABC-2015

¹⁷ Fuente: Consulta en Internet al Diccionario Definición ABC- 2015

¹⁸ Fuente: Consulta en internet Wikipedia -2015

¹⁹ Fuente: Consulta en internet del diccionario de la Real Academia Española (RAE)

Para el caso del turismo se considera como evento corporativo las ferias que convocan a turistas de origen internacional y en algunos casos los de origen nacional, relevando las organizadas para población local.

La NTS OPC 001-2009 define las ferias como un evento donde se expone bienes y/o servicios por un tiempo -determinado en un mismo recinto a un grupo de personas interesadas, con el fin de estimular las relaciones comerciales²⁰.

- **Ferias Generales o Universales:** Eventos abiertos para todo tipo de productos; tiene acceso el público en general y su duración es de 15 a 21 días. Este tipo de evento no tiene relación directa con las fiestas y eventos culturales populares que se realizan a nivel nacional y que utiliza la definición de feria.
- **Ferias Sectoriales, Monográficas o Especializadas:** son ferias especializadas en un sector o producto determinado. Están destinadas especialmente a compradores, estando prohibida o limitada la venta al por menor, su duración es de 3 a 15 días.
- **Ferias Importadoras:** son las que se realizan en países con un desarrollo industrial relativo y en consecuencia imposibilitado de cubrir la necesidad de las demandas de mercado interno, necesitando importar aquellos artículos que no produce. Estas ferias son siempre generales, con alta concurrencia de expositores extranjeros, ya que el mercado del país ferial le ofrece grandes posibilidades de penetración.
- **Ferias Exportadoras:** son en su gran mayoría monográficas. Se realizan en países con desarrollo industrial y tecnológico capaz de competir con el mercado internacional y con una producción suficiente como para cubrir las necesidades del mercado interno y tener saldos exportables.
- **Ferias Comerciales:** son aquellas cuyo objetivo es vender no tan solo la muestra de productos exhibidos, sino además, generar a través de ella una corriente futura de exportación y de ventas, logrando de esta forma una diversificación de mercados y productos exportados. En Colombia se realizan en simultánea con las fiestas municipales.

²⁰ Fuente: Norma Técnica Sectorial OPC-001-2009

- **Exposiciones:** Es un instrumento de comunicación, promoción e información de productos bienes y servicios con carácter similar a una feria cuyo fin principal es la exhibición de estos y su venta al detal. Es un término que señala toda operación que tiene por objeto mostrar productos a visitantes. Una exposición puede ser permanente o temporal, fija o móvil o ambulante; estar organizada en un terreno especialmente adecuado a este fin o en un local generalmente destinado a otros fines. Las exposiciones Internacionales o Universales son manifestaciones no periódicas que tienen por objeto hacer el inventario de los medios que dispone la actividad humana para satisfacer las necesidades de una civilización, haciendo destacar los progresos realizados desde una época determinada tomada como término de comparación y que garantiza una presentación racional (Oficina Internacional de exposición) ; las exposiciones económicas nacionales tratan de mostrar una parte de las actividades de un país.
- **Exposición o Muestra Internacional:** Es un evento de gran magnitud y prolongada duración, realizada en sedes variables, en las cuales, los países y las grandes empresas exhiben el grado de desarrollo integral logrado. No tiene objetivos comerciales directos y se realiza con el fin de obtener prestigio a niveles masivos.
- **Exposición para consumidores:** Son aquellos eventos generales o especializados dirigidos a los consumidores finales.
- **Exposición Regional – Nacional – Internacional:** Las exposiciones regionales atienden mercados locales y se promueven solo para ese mercado. Las exposiciones nacionales se promueven para atraer asistencia de todo el país. Las exposiciones internacionales son eventos importantes que tienen por objeto atraer gran cantidad de expositores extranjeros y delegados.
- **Expositores Mipymes:** Son las micro, pequeñas y medianas empresas industriales, comerciales o de servicios que participan en ferias y/o exposiciones con el objetivo de ofrecer sus productos y servicios calificados.
- **Muestra Comercial:** Es un encuentro entre vendedores y compradores, prefijados en lugar y fecha. De realización cíclica y duración constante, en el cual los industriales y/o exportadores, exhiben sus productos, con el fin de promocionarlos o venderlos. Los compradores y/o importadores seleccionan y adquieren los artículos

necesarios para cubrir la demanda de los mercados que abastecen, de acuerdo con las características y exigencias de los mismos.

- **Salón:** Manifestaciones internacionales especializadas, educativas, técnicas, comerciales, con carácter periódico. Tienen como objeto hacer resaltar los progresos realizados por los productores en actividades bien determinadas durante el periodo comprendido entre dos manifestaciones. Son también a la vez un mercado de negocios y una obra de enseñanza.

4.9) Fiestas²¹

El vocablo latino festum es el plural de festa: de allí proviene la palabra fiesta. Se trata de un rito social, compartido entre un grupo de personas, donde se marca un cierto acontecimiento a modo de celebración. Los cumpleaños y las bodas son dos ejemplos de ocasiones que se festejan. El hecho de que una fiesta sea un rito implica que los participantes adopten un rol para la ocasión, por lo general desinhibido. La fiesta puede incluir música, baile, disfraces y comida

En lo pertinente a turismo, algunos tipos de fiestas se convierten en motivación para atraer visitantes al destino o localidad organizadora, las de mayor relación son: Aniversario de fundación de la municipalidad, festival del retorno, concursos y reinados, fiesta patria y/o acontecimiento histórico, patronales y encuentros.

- **Aniversario de Fundación:** Es un evento de carácter cívico, organizado generalmente por la entidad que conmemora la efemérides con el propósito de mantener viva en la mente de sus asociados su historia, valores y logros alcanzados.
- **Festival del Retorno:** Evento de carácter cívico organizado por entidades territoriales que buscan a través de una programación académica, lúdica y recreativa, convocar a sus hijos que han decidido vivir en otras regiones para que regresen a compartir sus éxitos, vivencias y animen a los locales a valorar su ciudad de origen.
- **Concurso Cultural:** Es un evento organizado por entidades que bien pueden ser públicas o privadas para premiar a quien mejor

²¹ Fuente: Consulta en internet del diccionario de la Real Academia Española (RAE)

cumpla con las bases que se han publicado. Para el caso que nos ocupa, se asocia a concursos en diversas disciplinas de la cultura como las artes, música, fotografía, gastronomía, etc, y que se convierten en atractivos turísticos.

- **Fiesta Patria:** Son eventos de carácter cívico que organizan las entidades territoriales o públicas, para conmemorar un suceso histórico de trascendencia para la localidad, región o país.

4.10) Reinados

El Reinado es un evento de carácter cívico popular, en el que se elige como Reina a quien mejor cumpla con las exigencias de la convocatoria; la programación generalmente se fundamenta en actividades académicas, lúdicas, recreativas y de rumba; las regiones organizan estos eventos con el propósito de promocionarse y generar turismo para su localidad.²²

5) NORMATIVIDAD TURÍSTICA DE LOS EVENTOS

El turismo es una actividad económica para la que se ha desarrollado una legislación específica, dicha legislación se sustenta en los lineamientos de la constitución de 1991.

5.1) 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 en el municipio de San Agustín, a las cuales les reconoció como destinos turísticos para los mercados doméstico y receptivo.

La constituyente de 1991, aborda el complejo tema de la centralización, brindándole especial trascendencia a la temática de la descentralización, definiendo en el artículo primero de la magna Carta a Colombia como una república unitaria pero descentralizada, acentuando la autonomía de sus entidades territoriales.

²² Fuente: Construcción de la consultoría, 2015

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 abordo 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 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, 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.

5.2) 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 Municipales.

26

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 desarrollo 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 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.



5.3) 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.

5.4) Ley 1558 de 2012

En el año 2012 se hizo una nueva modificación a la Ley 300 a través de la Ley 1558, norma que redefinió conceptos, reorganizó la institucionalidad, amplió la base de prestadores de servicios turísticos obligados al registro y la contribución parafiscal, de igual manera, se reorganizó el Fondo de Promoción Turística y se le asignó a las Cámaras de Comercio la competencia de llevar el Registro Nacional de Turismo.

6) HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

El anterior acápite nos permitió conocer que el turismo es una actividad económica para la que se ha elaborado un conjunto de normas, leyes, decretos, resoluciones y acuerdos, derivadas todas de la Constitución Política de Colombia promulgada en el año 1991, algunas de ellas en concordancia con los lineamientos emitidos por la Organización Mundial del Turismo.

En materia de planeación, se sigue el mismo patrón, es así como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo perfila el Plan Nacional Sectorial de Turismo documento que de manera consensuada con el Departamento Nacional de Planeación y el Ministerio de Hacienda se inserta en el Plan Nacional de Desarrollo. Adicionalmente el Mincit estructura políticas sectoriales y documentos CONPES para promover el desarrollo turístico en Colombia. Si bien, en materia de Política Pública se han promulgado nueve Políticas específicas y tres documentos CONPES, en particular al desarrollo este trabajo se trae como referencia del ámbito nacional el Plan Nacional Sectorial de Turismo y el Documento CONPES 3640; del ámbito departamental se trae el Plan Departamental de Desarrollo 2013-2015 y el Plan Departamental Sectorial de Turismo 2012-2015.



6.1) Plan Nacional Sectorial de Turismo

El Plan Nacional Sectorial de Turismo 2014-2018 “Turismo para construcción de la paz”, trazó como su principal objetivo posicionar a Colombia como un destino turístico para el mercado internacional y fortalecido en el mercado doméstico, un sector sostenible, competitivo con fundamento en sus patrimonios natural y cultural; como meta se fijó captar cinco millones de turistas de origen internacional, turistas que en suma generen gastos del orden de los seis mil millones de pesos. Para lograr estos objetivos se trazó cuatro estrategias: competitividad para el desarrollo turístico regional, conectividad competitiva, promoción y articulación institucional nación-región.

28

6.2) Plan Departamental de Desarrollo del Huila

El Plan Departamental de Desarrollo 2013-2015 “Huila Competitivo” se adoptó mediante Ordenanza Número 017 del 9 de agosto de 2013.

El Objetivo General del Plan es: “Contribuir a la reducción de la pobreza y al desarrollo social de la población, dinamizando la economía del Departamento con mejores niveles de productividad y competitividad”.

Como acciones puntuales para el desarrollo turístico del Departamento que se prevé contribuya a la implementación del Plan Municipal de Desarrollo de Acevedo, se identifican las siguientes:

- 1) Fortalecimiento de los artesanos con asistencia técnica en diseño, comercialización y estructura organizacional.
- 2) Consolidar el proyecto Parque Temático del Macizo Colombiano.
- 3) Gestionar y apoyar dos proyectos de turismo de naturaleza.
- 4) Impulsar el programa de créditos e incentivos al sector privado de prestadores de servicios turísticos.

6.3) Plan Departamental Sectorial de Turismo del Huila

El plan sectorial departamental de turismo del Huila es un aporte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo al proceso de planeación turística del Huila, documento que aún no ha surtido tránsito por la Honorable Asamblea Departamental del Huila y que no fue incorporado en el Plan de Desarrollo 2013-2015, pero que por supuesto trae consigo



importantes lineamientos que bien se pueden considerar en el diseño del producto turístico de eventos, ferias y fiestas.

Como Visión se planteó: “En el año 2015, el departamento del Huila será reconocido como un destino turístico competitivo con una oferta de productos históricos y culturales en arqueología, astronomía y ferias y fiestas; de naturaleza en ecoturismo, agroturismo y aventura; y en eventos, y se habrá posicionados en mercados especializados.

Los actores del sector turístico, públicos y privados, trabajarán de manera articulada, orientados desde la Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila y avanzarán especialmente en la gestión para estructurar mejores productos y destinos sostenibles y conseguir recursos para el sector.

El departamento tendrá un talento humano competente que responderá a las necesidades del sector como consecuencia de la articulación Universidad-Empresa-Estado, que habrá logrado una oferta académica pertinente, diversa y especializada. Personal bilingüe y capacitado en gestión de proyectos contribuirá al fortalecimiento del sector.

Los prestadores de servicios turísticos habrán consolidado procesos asociativos y la eficiencia de sus empresas habrá mejorado mediante un proceso de capacitación continua y aplicación de las Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad, que serán de obligatorio cumplimiento y permitirán ofrecer un servicio de calidad y valor agregado, generado por procesos de investigación aplicada, innovación y desarrollo tecnológico del sector”

Objetivo General

Posicionar al Huila como un destino turístico competitivo, especialmente en su oferta de turismo histórico cultural (arqueología, astronomía y ferias y fiestas), de naturaleza (ecoturismo, agroturismo y aventura) y eventos.

Objetivos Específicos

- 1) Consolidar los productos turísticos que se ofrecen actualmente.
- 2) Desarrollar y diversificar la oferta turística del destino
- 3) Regular el aprovechamiento sustentable de las áreas turísticas



- 4) Poner en valor los recursos naturales y culturales con potencial turístico.
- 5) Generar productos y servicios con mayor valor agregado y de calidad.
- 6) Mejorar la estructura y paisaje urbano que ofrece el destino
- 7) Incrementar la estadía y el gasto de los visitantes en el destino
- 8) Incrementar el nivel de satisfacción de los visitantes y mejorar la experiencia turística integral en el destino
- 9) Mejorar la accesibilidad, conectividad y comunicaciones dentro del destino y hacia fuera.
- 10) Mejorar la capacitación del recurso humano, de servicio y gerencial
- 11) Generar una amplia aceptación social de la actividad turística entre la población local
- 12) Incrementar la satisfacción del residente respecto al desarrollo de la actividad turística
- 13) Lograr la coordinación eficiente entre las distintas dependencias del sector público y entre éstas y el sector privado.
- 14) Promover la articulación estratégica de los distintos actores del sector privado.

En suma, el Plan Sectorial de Turismo del Departamento del Huila traza claros lineamientos para que el sector de eventos, ferias y fiestas se desarrolle de manera competitiva en el departamento del Huila.

6.4) Documento CONPES 3640 - Eventos

El espíritu del Documento CONPES 3640 de 2010 se fundamenta en la estructuración de una estrategia para convertir el segmento de congresos y convenciones en un producto de talla mundial. El Documento busca apoyar a las ciudades y regiones colombianas en la identificación de sus potencialidades para el desarrollo del sector, de ser viable impulsar la construcción de centros de convenciones o infraestructuras que permitan su desarrollo.



También busca el documento apoyar las regiones para el diseño del producto turístico de congresos y convenciones, incluida la estrategia de comercialización y promoción turística del producto y del destino.

El Documento le recomienda al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo trabajar en la elaboración de una Norma Técnica Sectorial que trace los lineamientos básicos de calidad de los centros de convenciones, recintos feriales y salones para la operación de eventos de talla mundial. A Proexport hoy Procolombia se le asigna la responsabilidad de trabajar en la identificación de mercados emisores y el acompañamiento de los empresarios para acceder a dichos mercados. Al SENA y al Ministerio de Educación Nacional se le asignó la competencia de formar el talento humano especializado para la operación de los eventos, congresos y convenciones. Para la financiación de los proyectos y acciones que se deriven del Documento Plan el Ministerio de Comercio Industria y Turismo conjuntamente con el Departamento de Planeación Nacional gestionará recursos con el FONTUR y de Presupuesto Nacional incluyéndolos en el Marco Fiscal de Mediano Plazo.

6.5) Norma Técnica Sectorial OPC 01

Siguiendo los lineamientos del artículo 69 de la Ley 300 de 1996, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el apoyo técnico de Editada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación – INCONTEC, trabajó con los actores del sector la Norma Técnica Sectorial – NTS-OPC-001, norma que traza lineamientos sobre la calidad de la operación de congresos, ferias y convenciones.

Fundamentalmente la Norma establece la forma de construir políticas internas de calidad que cumpla con las expectativas del cliente y le genere beneficios económicos a la empresa, traza la política las principales acciones que debe tener en cuenta el empresario Operador Profesional de Congresos, ferias y convenciones, acciones que se sintetizan en:

- Planeación del servicio: Se define con el cliente el tipo de evento a realizar, el número de asistentes proyectado, el lugar o sede donde se realizara, así como la fecha en que el evento se llevara a cabo.
- Elaboración del Presupuesto: Con base en los requerimientos del cliente se estructurará el estimado de gastos o inversión para la realización del evento; si el evento se comercializa se elabora un



documento de consenso que estipule claramente los precios y tarifas de los bienes y servicios que se comercializan durante el evento, la forma como se manejarán los ingresos por ventas y el formato de informe del movimiento de caja que arroje la operación del evento.

- Control de participantes: se concertará con el cliente la forma como se controlará el acceso de los participantes, que bien puede ser: tarjeta de invitación, boleto de entrada, manilla u otro medio.
- Contratación de servicios turísticos y logísticos: definido la tipología del evento se contratará los servicios de personal, transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, mensajería, telemarketing, servicios financieros y bancarios, entre otros.
- Operación del evento: es el momento de verdad donde toda la organización se emplea a fondo para que el evento cumpla con las expectativas del cliente.
- Evaluación del servicio con el cliente interno: Se diseña una herramienta de medición de autoevaluación que permita conocer la percepción del cliente interno sobre su aporte a la calidad y éxito del evento realizado.
- Evaluación del servicio con el cliente externo: se diseña una herramienta de medición tipo encuesta que se diligencia con el cliente para conocer su percepción sobre la calidad del servicio recibido.
- Plan de mejoramiento: con la información suministrada por el cliente interno y externo, así como, la del equipo directivo de la OPC se elaborará un plan de mejoramiento del servicio que permita optimizar el servicio.

7) HISTORIA DE LOS EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS

La historia universal del turismo da cuenta de su evolución desde la época antigua hasta la contemporánea, en general ella, habla de los viajes, las motivaciones de viajes, el turismo masivo y el turismo alternativo, los eventos, ferias y fiestas se tipifican como turismo alternativo; sin embargo la historia sobre estos temas no es prolífica, a pesar de ello se ha auscultado la información disponible para traerla a este documento.



En sus inicios, los viajes realizados por motivos profesionales se registraron simplemente como viajes turísticos comunes debido a la poca o nula necesidad de clasificarlos en ese momento. Por tanto, no existe coincidencia entre los diversos estudiosos del turismo acerca de algún evento preciso que pueda considerarse como precursor del turismo de reuniones.

Podemos mencionar aquí la historia del turismo, o de los viajes grupales, como los que organizó Thomas Cook, por ejemplo; sin embargo, nuestra inquietud principal es resaltar aquellos que se realizaron con el propósito exclusivo de reunirse con intereses comunes hacia la política, cultura, ciencia, industria, arte, etc., pero, sobre todo, los que de alguna manera requirieron salas para ello. Por eso, intentaremos analizar los que por sus características particulares fueron considerados como viajes de reuniones.

33

7.1) Historia de los eventos corporativos en el mundo

Algunos estudiosos de los congresos y convenciones designan al Congreso Internacional de Medicina, que tuvo lugar en Roma del 10 de marzo al 8 de junio de 1681 (tres meses), como el primer congreso celebrado. Otros autores señalan como pioneros a las conferencias internacionales que pusieron fin a la Guerra de los Treinta Años (1618-1648); las cuales duraron cuatro años (1644-1648) y se llevaron a cabo en Münster y Osnabrück, Alemania.

No obstante, el nacimiento de los congresos modernos se atribuye al Congreso de Viena, primer congreso intergubernamental que duró de junio de 1814 a junio de 1815 (un año), el que fue convocado para restablecer las divisiones territoriales de Europa al final de las guerras napoleónicas. En aquella asamblea de representantes, aunque los principales Estados sólo incluían a Inglaterra, Austria, Rusia y Prusia y, por supuesto, a Francia, estuvieron representadas todas las potencias europeas.

Se puede imaginar el alto gasto necesitado y el gran estándar de servicios requeridos por Alejandro I, emperador de Rusia; Federico Guillermo III, príncipe de Hardenberg de Prusia; Francisco I de Austria, o por Lord Castlereagh y sus diplomáticos por parte del gobierno británico, o cuando ocupó su puesto del Duque de Wellington; el príncipe Talleyrand por Francia; y por otras personas que, como ellos, acudieron acompañados por



numerosas delegaciones de consejeros y socios que requerían hospedaje, alimentación, programa social y obviamente instalaciones para sus reuniones.

Los logros obtenidos por este congreso (sin contar que con este se consiguieron, al menos 40 años de paz) demostraron la conveniencia y los beneficios de reunirse. Esto dio lugar a que las reuniones tomaran fuerza como un fenómeno serio y valioso para lograr objetivos que podían aplicarse a cualquier campo (científico, cultural, social, etc.) y sin duda obtuvo la motivación suficiente para que se realizaran muchas otras conferencias internacionales tanto políticas como científicas, aunque al principio sólo fueron de manera un tanto infrecuente.

La unión of International Associations (UIA), considera que los congresos no se convirtieron en manifestaciones formales y periódicas sino hasta mediados del siglo XIX, que en un principio fueron convocados por iniciativa individual y gradualmente fueron adquiriendo una periodicidad fija, después se crearon cuerpos permanentes hasta que finalmente se constituyeron en asociaciones internacionales plenamente legalizadas, cuyo primer periodo de colaboración internacional terminó en 1900, año en que se realizó la exposición universal de París, cuando por primera vez el número de congresos celebrados ese año superó el centenar.

Aunque cuando el turismo de reuniones no es reciente, su desarrollo más acusado se dio en las dos décadas que siguieron a la segunda Guerra Mundial debido a diversos factores como los que ya hemos mencionado dentro de los cuales pueden considerarse, como los más notorios, la creación de muchos Estados Independientes, el avance de los medios de transporte, la introducción de nuevas tecnologías de comunicación (como la televisión, traducción simultánea, publicidad profesional, etc.), así como la considerable mejora en los estándares sociales, culturales y económicos. Así mismo, se incrementó la interdependencia universal y hubo un mayor entendimiento de ellas en asuntos económicos, políticos y científicos y, al mismo tiempo, se buscó resolver problemas y realizar avances con bases multinacionales, multilaterales y multidimensionales; con lo que aparecieron asociaciones internacionales, incremento del comercio mundial y mayor incidencia en viajes nacionales e internacionales.



Este desarrollo y el deseo de impulsarlo condujo a las asociaciones internacionales a una intensa actividad en la realización de reuniones de una u otra clase: congresos, convenciones, simposios, seminarios, etc. Las empresas y otro tipo de instituciones científicas, educativas y no educativas también mostraron la misma tendencia.

Las organizaciones promotoras del turismo pronto se dieron cuenta de que esta nueva motivación para viajar con el fin de asistir a algún tipo de evento se estaba desarrollando más rápidamente que el turismo en general, lo que representaba para los destinos anfitriones una mayor contribución económica, por cada persona, que la de cualquier otro visitante (con excepción del viajero individual de negocios), creando además más empleos y nuevas profesiones como, por ejemplo, traductores, técnicos, secretarías para escribir las minutas, azafatas e incluso organizadores de conferencias.

Sin embargo, fue notorio que el “Fenómeno de las conferencias” reflejara condiciones especiales para su desarrollo y el esfuerzo para motivarlas efectivamente no podía ser exitoso si no se cumplía, por lo menos, con dos requisitos esenciales: primero, la existencia de una infraestructura adecuada para ello, así como camas y servicios turísticos; y en segundo lugar, la conformación de cuerpos o instituciones especializadas para la promoción de este tipo de reuniones.

Aunque el origen y el desarrollo de este tipo de turismo tuvieron lugar a mediados y fines del siglo XIX, no se le dio el reconocimiento de “industria” sino hasta mediados del siglo XX, especialmente en Europa. El nacimiento de asociaciones y oficinas especializadas en congresos así lo confirman, además de los centros de convenciones y las oficinas de convenciones y visitantes.

Una muestra del auge que han tenido estas reuniones es el número de asociaciones nacionales e internacionales que han surgido para profesionalizar y potenciar este importante subsector del turismo y, sólo como ejemplos mencionamos las siguientes: Unión of International Association (UIA), international Congress convention association (ICCA), European Federation of Conference Towns (EFCT), Meeting Professionals International (MPI), International Association of Professional Congress Organizers (IAPCO) , Society of Incentive Travel Executives (SITE),



International Association of Convention and Visitors Bureaus (IACVB), American Society of Association Executives (ASAE), Joint Meetings Industry Council (JMIC), European Meetings Industry Liason Group (EMILG), Asiam Association of Convention and Visitors Bureaus (AACVN), British Association of Conference Destinations (BACD), Spain Convention Bureau (SCB), Etcétera.

A nivel internacional se reconoce a la Convention Bureau de Bélgica, creada en 1958, como la primera oficina de convenciones internacional, que se dio a iniciativa de la Administración de Turismo del mismo país. El ejemplo de Bélgica fue seguido por algunos otros países, como Francia, Gran Bretaña, Suiza y Yugoslavia en los siguientes 10 años. A todo esto contribuyó grandemente la UIA, al empezar a realizar y publicar estadísticas de congresos internacionales a partir de 1949.

En los Estados Unidos de América la situación, aunque se dio con anterioridad que en Europa, tuvo menos relevancia e influencia a nivel internacional. La primera oficina de convenciones y visitantes (OCV) fue establecida en 1896 en Detroit, Michigan, por iniciativa de un grupo de hombres de negocios de la ciudad, que vieron en las exposiciones, convenciones y reuniones, en general, un beneficio de “utilidades económicas” para las ciudades anfitrionas. Esto fue seguido por otras localidades que también establecieron sus propias oficinas de convenciones: Cleveland, en 1904; Atlantic City, en 1908; Denver y St. Louis, en 1909; así como Louisville y Los Ángeles, en 1910. La primera asociación internacional de convenciones fue creada en 1914, llamada entonces The International Association of Convention Bureaus (IACB), que desde 1974 se llama International Association of Convention and Visitors Bureaus (IACVB), inició operaciones sólo con una ligera misión, la coordinación y estudios de mercado. A pesar de todo esto, no tuvo mucho éxito, sino hasta finales de 1960 al crearse el Organismo Nacional de Promoción de Conferencias, como un departamento dentro de la oficina de Turismo, y que fue llamada United States Travel Service (USTS). La creación creció muy lentamente desde su fundación. Pero para 1966, ya contaba con poco menos de 70 miembros, habiéndose iniciado con 28. El número de miembros creció rápidamente después de 1966, alcanzando, en 1973, 394 miembros en 25 diferentes países, aunque no todas las OCV



eran miembros de la IACVB, se estimaba que en ese mismo año, sólo en Estados Unidos, existían alrededor de 900 oficinas o más.

En 1989, el Departamento del Trabajo de Estados Unidos reconoció por primera vez en su directorio de ocupaciones el cargo de meeting and convention planner, el mismo año en que los convention managers se unieron para formar su propia asociación profesional, llamada The Association for Convention Operation Management (ACOM).

El despegue realmente importante se dio a partir de 1970 y aún en la actualidad sigue creciendo fuertemente este fenómeno. En Europa, a pesar de la recesión económica, emergieron muchas de ellas; por ejemplo, en la entonces República Federal de Alemania, Dinamarca, Finlandia, Irlanda e Italia, así como en Asia y América, incluyendo Canadá, República de Corea, Hong Kong. Indonesia, Israel, Filipinas y Singapur. Durante la primera mitad de los años ochenta Tailandia, Malta, Japón, Holanda y Australia también crearon oficinas de convenciones, lo cual muestra que el crecimiento también se dio en países no europeos.

En relación con los hoteles, a pesar del incremento en el negocio de las conferencias, éstos no querían participar activamente en el turismo de reuniones, y no fue sino hasta que algunas cadenas hoteleras, como Holiday Inn, Sheraton, Hilton, Marriot y Hyatt, reconocieron las ventajas económicas que aquel les traía.

En los años cincuenta estas cadenas empezaron a construir el concepto funcional de las instalaciones para reuniones, a trabajar con meetings, convenciones y exposiciones. Se atribuye a Jim Collings, un joven ejecutivo de ventas del Chicago Conrad Hilton Hotel, el concepto de convention Service manager, ya que él creó este puesto de trabajo, porque decía que se necesitaba una persona especialmente dedicada para actuar a favor de los grupos en sus instalaciones y, al mismo tiempo, alguien que trabajara con los meeting planners y las asociaciones.

- **En el Huila**

Los neivanos en 1960 decidieron crear el Reinado Nacional del Bambuco como un evento para mostrar a Neiva ante el país y convocarlos a vivir en ella, una gran fiesta popular matizada con muestras de lo más representativo del folclor huilense. Hoy es el único evento posicionado en



el ámbito nacional, que le genera a Neiva efecto de recordación por parte de los colombianos.

En la década de los 80's, el Ministerio de Justicia, ante el avanzado deterioro del panóptico, decidió construir la Cárcel del Distrito Judicial de Neiva en un terreno rural del municipio de Rivera. Se visionó entonces, el lote de terreno donde funcionó el panóptico como un lugar ideal para la construcción de un centro Cultural y de convenciones, de manera tal que le brindará a Neiva la oportunidad de generar turismo y nuevas dinámicas socioeconómicas para la ciudad.

38

Una vez lograda la cesión del lote al Departamento para erigir en él, el centro Cultural y de convenciones, se convocó un concurso nacional de arquitectura que planteó utilizar el área para cuatro edificios básicos, el centro de convenciones, un teatro de plataforma inclinada, un módulo para la cultura y la sede administrativa del ente rector de la cultura en el Huila, hoy la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.

La construcción del conjunto de edificios, se inició en el trienio 92-94 con el módulo cultural y la sede administrativa de la Secretaría Departamental de Cultura, luego en el trienio 98-2000 se construyó la sede del centro de convenciones, quedando pendiente de construcción del teatro.

En el año 2000 se dio al servicio el centro de convenciones, asignándole el nombre de José Eustasio Rivera, sin que se hubiese realizado el montaje del área de alimentos y bebidas, esto es, la cocina, comedor y bar, estado que aún hoy subsiste. Llama la atención que el Departamento ha concesionado la administración del centro de convenciones y no ha estimulado la creación de un ente promotor o comercializador del mismo.

En el cuatrienio 2004-2007, la Administración Departamental logró, a través de la Presidencia de la República, la cesión del lote del Instituto Colombiano Agropecuario-ICA, para proyectar allí el Recinto Ferial de Neiva, complementario al centro de convenciones. A instancias del Departamento Administrativo de Planeación se proyectó el recinto ferial sobre el área de terreno que comprometían los lotes del ICA y del Albergue Infantil Lola Perdomo de Liévano. Finalmente se tomó la decisión de realizar una primera fase, en el lote del ICA, para lo cual se convocó un concurso nacional de arquitectura.



Simultáneamente se realizó un estudio de la oferta de eventos que los huilenses podrían desarrollar en Neiva, arrojando como resultado la proyección de 22 eventos, de los cuales once corresponden a ferias que tendrían como escenario el Recinto Ferial de Neiva y once de tipo cultural cuyo escenario sería el Teatro Pigoanza, vale anotar, que algunos de los eventos propuestos en el estudio de la referencia se han desarrollado y otros esperan su turno para probar suerte. Finalmente el Recinto Ferial de Neiva se dará al servicio en el mes de octubre de 2015.

39

Por su parte, las actuales administraciones Departamental y Municipal han realizado eventos deportivos de espectro mundial, dándole uso a los escenarios de la Villa Olímpica, sede deportiva que se construyó para la realización de los Juegos Nacionales del año 1978.

En suma, se infiere que las entidades del sector público han dotado a Neiva y otros municipios del Departamento, entre ellos, Pitalito y Garzón de algunos escenarios para la realización de eventos, de igual manera las diferentes entidades tanto del sector público como privado, han escogido a diferentes municipios del Huila como sede para la realización de sus eventos, se espera entonces, que el producto turísticos de eventos, ferias y fiestas aporte lineamientos técnicos para el desarrollo del sector.

7.2) Historia de las ferias²³

Con el renacimiento de muchas ciudades de Europa se fortaleció la producción de manufacturas y de las prácticas mercantiles, que conllevaban a la expansión en busca de mayor intercambio comercial.

Es así como nacen las ferias, que consistían en encuentros de mercaderes en fechas prefijadas en lugares señalados. Sus inicios tuvieron lugar en la región francesa de Champagne y en varias villas cercanas, siendo su periodo más floreciente entre los siglos XI y XII.

Sin embargo, con el paso del tiempo comenzaron a surgir las dificultades: deterioro de las vías, cobros exagerados de los señores feudales y para completar el panorama, los asaltos se volvieron cada vez más frecuentes.

²³ Fuente: Alcaldía de Neiva, Neiva Eventos, 2009

A partir de este momento se crean nuevos instrumentos que dan un giro al comercio, los préstamos, la letra de cambio, la banca y las compañías mercantiles anunciaban una nueva era, lo que implica el cambio de todo este proceso, de ser comercio itinerante, característica de estos siglos a otro sedentarios, vislumbrándose una nueva mentalidad al final del medioevo, prácticas capitalistas. El espíritu de acumulación, reinversión del capital y la búsqueda del provecho propio, dan impulso a una nueva experiencia, la contabilidad y la correspondencia mercantil.

De esta forma cambia el curso de las ferias del pasado, las cuales caen en declive como las de Champagne, dando paso a las pujantes ferias en toda Europa, las de Amberes, Ginebra, o las de Lyon, donde ya podemos incluir las de Medina del Campo, creadas a comienzos del siglo XV por Fernando de Antequera, las cuales aprovecharon sus potencialidades de concentración poblacional, estratégica ubicación geográfica y su red caminera que los unía con los más importantes centros poblados de la región.

Las ferias de Medina del Campo, las más fructíferas y reconocidas, sufrieron posteriormente un proceso de transformación, como consecuencia, entre otros factores, de las constantes prórrogas en los pagos y el desplazamiento poblacional hacia la ciudad de Madrid y su periferia.

En otras palabras, las ferias de Medina fueron perdiendo progresivamente su carácter de ferias de mercaderías para transformarse en ferias de "pagos" y de "cambios", donde lo que se negociaba, fundamentalmente, eran deudas y alcances pendientes al tiempo que se especulaba con el dinero y toda clase de efectos mercantiles y bancarios. Al consolidar esta transformación contribuyó de forma definitiva el levantamiento, a fines de 1551, de la prohibición de exportar metales preciosos, circunstancia que hasta ese preciso momento (al igual que entre 1560 y 1566, y luego esporádicamente en algunos años concretos) había obligado a los asentistas extranjeros de la corona a adquirir bienes en Castilla –materias primas básicamente– con destino a la exportación para poder reembolsarse, tras ser vendidos, en dichos mercados externos, de las cantidades previamente anticipadas al monarca español en Italia, Francia o los Países Bajos; como sin duda influyó también la ruptura del eje comercial Burgos-Bilbao-Amberes a raíz de la sublevación de los Países

Bajos y de la interrupción de la navegación directa con España que, aunque nunca fue total, no sólo supuso el comienzo del fin de la ciudad cabeza de Castilla sino que afectó además a otras localidades conectadas a ese sistema, y entre ellas a la propia Medina, provocando un desplazamiento de la contratación del tráfico mercantil exterior hacia el sur y hacia los puertos, tanto del Cantábrico y del Atlántico como del Mediterráneo.

No obstante, El "desorden de las ferias", expresión tomada de la documentación de la época y que ha sido utilizada por los historiadores para designar el período comprendido entre 1559 y 1578, demuestra hasta qué punto el edificio ferial se cimentaba sobre bases poco sólidas. Dicho desorden iba a estar provocado precisamente por las prórrogas de los períodos de pagos de las ferias, causadas a su vez por la incapacidad de la corona, el primero y más importante deudor de todos, para hacer frente a sus compromisos de pago en los tiempos convenidos. El fenómeno, aunque no era nuevo, se generalizará y alcanzará proporciones hasta entonces no conocidas después de 1562, llegando a atentar muy seriamente contra el reglamento general de créditos sobre el que se fundaba todo el sistema. Desde ese momento las quiebras de los hombres de negocios, presentes ya tras la primera suspensión de consignaciones de 1557, se suceden y la suerte de unos arrastra como en un torbellino a la de otros. Paralelamente, los grandes financieros extranjeros pierden la confianza en las ferias de Medina: en 1567, la República de Génova toma la decisión de prohibir los "cambios" con España si no fuese a tiempo limitado y a los lugares de feria, y poco después, en 1571, se decide lo mismo en Lyon. Por entonces, además, ya se habían comenzado a librar letras de cambio con vencimiento a fecha fija (y no sobre períodos de ferias, que no se sabía cuándo podían concluir) sobre Madrid en conexión con Alcalá de Henares, lo cual era una manifestación más de la decadencia de las ferias de Medina y, por ende, de la ciudad que las acogía.

Lo peor, empero, estaba aún por llegar. Después de unos años en que los retrasos se acumularon, el decreto de 1 de septiembre de 1575 por el que Felipe II suspendía por segunda vez los pagos de la Monarquía y anunciaba la revisión de los asientos hechos desde 1560, quebrantó todavía más el crédito e hirió de muerte a las ferias de Medina. El caso es que éstas no volvieron a celebrarse hasta finales de 1578, luego de la

conclusión, en 9 de diciembre de 1577, del medio general por el que se restablecía a los genoveses en la posición de la que se les había querido desplazar dos años antes. Pese al éxito de las reformas de 1578 y 1583 y a que una relativa regularidad presidió desde entonces su celebración, las ferias de Medina no volvieron a recobrar su antiguo esplendor. El volumen de los negocios, especialmente en su vertiente financiera, bajó muchísimo y la competencia de Madrid y de Alcalá era una realidad que las providencias dadas en 1571 y 1578 (mediante las cuales se intentó imponer la prohibición de "cambiar" del extranjero sobre otro lugar que no fuesen las ferias de Medina) no consiguieron disipar. Es más, la Real Cédula de 7 de julio de 1583 terminaría reconociendo la libertad de "cambiar" para otras plazas siempre que no fuese durante los cien días que duraban las ferias de Medina: en la práctica, sin embargo, ello suponía el fin del monopolio de los "cambios" de Medina del Campo y el reconocimiento de la emergencia de Madrid como gran mercado financiero, en donde desde hacía ya bastante tiempo venían concluyéndose los asientos de la Monarquía. Y aunque por esta razón la corona se abstuvo progresivamente de intervenir en las ferias, circunstancia que a partir de entonces garantizaría el regular funcionamiento de los pagos, tal alejamiento no podía traer, paradójicamente, sino fatales consecuencias para su futuro, al faltarles buena parte del lubricante que antes las animaba. El decreto de suspensión de pagos de 1596, en virtud del cual Felipe II retomó nuevamente para sí las rentas asignadas a sus acreedores, significó la muerte definitiva de las ferias de Medina, aun cuando legalmente su desaparición no se produciría hasta la creación, a comienzos del siglo XVIII, de la llamada Junta de Incorporación.

Pero la decadencia de Medina, que es en primer lugar la de sus ferias, nos ilustra también acerca de las responsabilidades que en este hecho particular (y en general en la inversión de la tendencia del siglo XVI) cupo a una determinada política dinástica y a los dispendios sin cuento que la misma traía aparejados. Porque fueron los avatares de las finanzas estatales y el incesante crecimiento de la deuda pública, junto con el incremento de la presión del fisco regio, los factores que a la postre dieron al traste con el edificio ferial. El crédito público, en su progresión desordenada, se impuso en la España del siglo XVI, con lo que ello suponía de absorción de capitales privados y de extensión de la fiscalidad, y acabó sometiendo a sus designios al crédito privado, ése que en su



desenvolvimiento armónico había facilitado, si no propiciado, la fase de crecimiento económico iniciada en Castilla a mediados del siglo XV y cuyo concurso inexcusable se convirtió en el fundamento de la actividad ferial. En suma, la ruina de las ferias de Medina del Campo constituye también una manifestación más de cómo los intereses del país y de la economía en general fueron supeditados a los de la Real Hacienda y a la voluntad de los Habsburgos españoles de conservar hasta la extenuación su hegemonía política en el exterior.

7.2.1) Ferias en Alemania

Alemania, “País de Ferias”, como se le conoce, es por su historia, su tradición y experiencia de siglos, el principal país organizador de ferias profesionales a nivel mundial. Las ferias alemanas, líderes en cada sector, son reconocidas por su excelencia y su alto grado de internacionalidad y especialización.

Hoy en día alrededor de las dos terceras partes de las ferias internacionales más importantes del mundo se celebran en Alemania, que cuenta con más de 2 millones de metros cuadrados de superficie de exposición y donde están ubicados cuatro de los cinco predios feriales más grandes del mundo.

Alrededor de 150.000 expositores, con más del 45% de participación extranjera y 10 millones de visitantes de más de 190 países, de los cuales aproximadamente 1,8 millones procede del extranjero, asisten año a año a más de 140 ferias internacionales y regionales que se realizan en Alemania.

7.2.2) El caso Colombiano

La historia de Colombia, cuenta que las primeras ferias se realizaron a finales de 1880, en el centro de Bogotá -más exactamente en inmediaciones de la Biblioteca Nacional y otras muestras se presentaron frente a ECOPETROL. Sin embargo, la creación de Corferias fue la que dio origen a que en el país existiera un recinto ferial, que agrupa hoy encuentros de talante nacional e internacional.

La iniciativa nació del General Gustavo Rojas Pinilla, quien consideró que el país debería tener un recinto ferial concentrado en Bogotá y encomendó a Luis Morales, gerente en ese momento del Banco Popular, ejecutar el proyecto.



Fue así como con un capital de 4 millones de pesos, Corferias inició con dos pabellones centrales, que actualmente se distinguen como el tres y seis. El primer evento que se hizo, fue la Feria Exposición Internacional de Bogotá, abierta el 29 de octubre de 1954.

Actualmente Corferias desarrolla 20 eventos al año de los diferentes sectores, reuniendo cerca de 6.500 expositores y más de 1.200.000 visitantes tanto nacionales como extranjeros. Genera además más de 100 empleos permanentes y un promedio de 40 mil puestos de trabajo temporales.

44

7.2.3) La Evolución de Corferias

Durante los últimos 50 años, Corferias ha tenido una importante transformación. En la actualidad posee un moderno recinto ferial con 27 pabellones y un área total de 150.400 mts², de los cuales 79.900 son para exhibición, 64.700 están cubiertos y 15.200 son áreas libre, además de contar con zonas verdes y pasos peatonales que hacen de Corferias un espacio ideal para expositores y visitantes.

También cuenta con un moderno auditorio con capacidad hasta de 800 personas; un salón de protocolo que alberga 160 personas; cinco salones alternos para 50 a 300 personas; una sala de prensa y pabellones con capacidad de 1.000 hasta 7.000 sillas. A esto se suma el Gran Salón CORFERIAS dotado para recibir 7.000 personas cómodamente sentadas y hasta 13.000 de pie. Su distribución espacial y estructura física permiten el óptimo desarrollo de múltiples eventos culturales, artísticos, sociales, académicos, deportivos y comerciales a la altura de los mejores del mundo.

7.2.4) Las Ferias en el Huila

La historiadora Marta Cecilia Cedeño, en el colectivo "Neiva Al Filo Del Milenio", recoge la historia de las Ferias en los cien años de vida institucional del Departamento. Parte la historiadora del escenario heredado de la guerra de los mil días. El Departamento nace entonces prácticamente postrado y en una muy difícil situación económica, agravada por el entorno nacional, donde el país entró en bancarrota. Colombia en los albores del pasado siglo contaba con escasos caminos, una red ferroviaria dispersa en tramos, baja cobertura en salud y educación, y tanto el comercio como la agricultura estaban en decadencia.



Una red vial precaria, que obligaba a los viajeros opitas a utilizar el caballo como soporte de transporte tanto de pasajeros como de carga, para llegar a los destinos importantes de la época, como Girardot, Ibagué y Popayán. Luego llegaron los champanes que permitieron la salida del Huila desde Neiva hacia el norte por el Río Magdalena.

El Huila desde su nacimiento se ha caracterizado por ser un departamento que ha sustentado su desarrollo económico en la ganadería y la agricultura.

Con la llegada del ferrocarril se crea un clima empresarial que permite la apertura de nuevos mercados para la exportación de los productos regionales y para la importación de nuevos elementos industriales como los artículos de ferretería, las telas, y nuevos productos perecederos como la harina, las verduras y otros elementos básicos para la vida cotidiana del huilense.

El auge del sector comercial, estimula la presentación en 1916 de un proyecto de ordenanza “por el cual se fomenta la industria agrícola y pecuaria” la que tan sólo produjo sus primeros efectos en 1919, fecha en la cual se oficializó la Feria de Exposición de Neiva y se creó mediante Decreto número 262 expedido por el gobernador Alejandro Villoría la Junta Municipal de Ferias. Los huilenses de la época, encontraron en la feria un vehículo apropiado para encausar la actividad comercial del sector pecuario y agrícola.

En los primeros años, se realizaron dos ferias anuales en Neiva, una por semestre, pero luego, por diversas situaciones, unas veces por la violencia política de la década de los cincuenta, en otras por la crítica situación económica y también por problemas fitosanitarios, hubo la necesidad de aplazar el evento ferial. Tal vez, el suceso más reciente que podemos recordar es el trágico abril de 1984 cuando cayó inmolado el Ministro Rodrigo Lara Bonilla, hecho que por supuesto obligó a la cancelación del evento.

La sede de la feria, también ha sufrido su evolución. Se inició su presentación en el lugar que hoy ocupa el estadio Roberto Urdaneta Arbeláez, luego se llevó al Puerto de Las Damas, y posteriormente se construyó el “Coliseo de Ferias del Quirinal”, uno de los mejores del país, que fue reemplazado por el coliseo de la “Cucaracha”. Tanto el Quirinal



como la Cucaracha fueron absorbidos por el crecimiento urbano de la ciudad, lo que obligó a la construcción de nuevos escenarios.

La consolidación de la Feria de Neiva, como una de las mejores del país, despertó el entusiasmo de los inversionistas del sector privado, del Fondo Ganadero y del sector público, para acometer la construcción de un nuevo coliseo de ferias en el área rural del municipio de Rivera, conocido como Ceagrodex, que además de servir de sede de la Feria Agropecuaria, incorporó una planta de sacrificio y cumple con la función de regular el mercado de ganado en pie.

La feria de exposición de Neiva está demarcada dentro del “Grado A”, puesto que cumple con los mínimos requeridos para este grado como son: coliseo homologado por las asociaciones de ganaderos; un mínimo de ejemplares participantes; que las personas participantes en el juzgamiento sean federadas; que la entidad organizadora muestre capacidad en el desarrollo de cada uno de los eventos, etc.

Actualmente se llevan a cabo dos tipos de feria. La primera, corresponde a una feria de formato Comercial de Ganado Bovino, que se realiza quincenalmente, el primer y tercer miércoles de cada mes.

La segunda, es una Feria de Exposición Agropecuaria, que se realiza una vez al año en el mes de mayo y que cumple con su papel de organizador y regulador del mercado de ganado, permite la concurrencia de ganaderos de diferentes regiones del país, y funciona además como un dinamizador de las actividades económicas de la región entre ellas la hotelería, pues se mejora el índice de ocupación hotelera de la ciudad de Neiva, pero también de los municipios periféricos que conforman el anillo de ciudad región como Rivera y Yaguará.

7.3) Origen de la fiesta huilense: “Evolución Histórica Del Festival Folclórico Y Reinado Nacional Del Bambuco”²⁴

El presente documento tiene como objeto hacer una breve reseña histórica sobre la forma cómo ha evolucionado el Festival Folclórico y Reinado del Bambuco, a fin de reconocer, en dichos certámenes, algunos de los elementos que hacen a Neiva un destino turístico de importancia en el concierto nacional y, posiblemente, también, en el orden internacional. Así

²⁴ Fuente: Reynel Salas Vargas



mismo, tiene como finalidad señalar algunas acciones que debería adelantar la ciudad con el propósito de hacer de las fiestas de junio un verdadero recurso turístico.

Para el desarrollo del trabajo propongo que el Festival Folclórico y el Reinado del Bambuco son opciones de valor turístico. Tanto uno como otro, aunque en diversa medida, resultan ser la manifestación festiva de un pueblo. Ellos expresan o intentan expresar tradiciones y costumbres empleadas por las gentes del Alto Magdalena, conocidas en el siglo XX como opitas, para divertirse. Dada su singularidad, dichas tradiciones y costumbres pueden ser compartidas y disfrutadas por aquellos visitantes que buscan ponerse en contacto con las manifestaciones culturales de los pueblos.

Este trabajo está dividido en tres partes. Primero: el origen cultural de las fiestas de San Juan y de San Pedro en el Huila. Segundo: la organización del Festival Folclórico y del Reinado del Bambuco como fiesta institucional de los huilenses. Tercero: una breve reseña de la forma como han evolucionado las fiestas a partir del momento en que fueron institucionalizadas por parte del gobierno departamental.

Entiendo que este esfuerzo académico, animado desde el Departamento Administrativo de Planeación Departamental a través de la Apuesta Productiva del Turismo, se inscribe dentro del propósito permanente de hallarle alternativas de mejoramiento al Huila y Neiva, a fin de elevar el nivel de vida de sus habitantes, no sólo en lo económico sino en su componente social como seres culturales e históricos que son.

Para la realización del presente trabajo me he basado, fundamentalmente, en el documento "El goce festivo de los opitas. Del San Juan y San Pedro al Festival Folclórico y Reinado del Bambuco", escrito por Bernardo Tovar Zambrano y publicado en el libro "Fiesta y Región en Colombia", Bogotá, 1998. Además, en la colecciones de periódicos Diario del Huila y La Nación que posee la Academia Huilense de Historia, así como en mi experiencia como educador, historiador y director de las fiestas durante los años 1998, 1999 y 2000, tarea que compartí con los experimentados directivos Albeiro Castro Yépez y Guillermo González Otálora.



7.3.1) Origen Cultural de las Fiestas de San Juan y de San Pedro.

Los términos Festival Folclórico y Reinado del Bambuco son las expresiones empleadas, desde 1960, en el Huila, para denominar las fiestas que celebran cada año los opitas durante los últimos días de junio, en el mismo periodo en que tradicionalmente habían celebrado el San Juan y el San Pedro, festividades que continúan viviendo bajo otras condiciones.

Hablar de las fiestas de San Juan y de San Pedro en el Huila es detenerse en el ser cultural del huilense, es penetrar el alma opita para reconocer la forma como ésta se ha creado a lo largo del tiempo y, concretamente, a partir de la conquista española. Por ello, asumir la fiestas tradicionales de junio como una opción turística que puede rentar mucho más de lo que lo ha hecho en el pasado inmediato, es ser consciente de que esas costumbres, esas tradiciones festivas, esa manera de ser y de comportarse es un recurso que, por valioso y único, puede interesar a un número cada vez mayor de personas.

El San Juan es una fiesta europea, de origen celta, que se cristianiza cuando la iglesia católica decide que el 24 de junio, fecha en que se produce el solsticio de verano, es el día dedicado a recordar la memoria de San Juan Bautista, el primo de Jesús que anunció su venida y lo bautizó en las aguas del río Jordán. Para los musulmanes, que también celebran esta fiesta, el Bautista es el mismo profeta Alí.

En España, según Julio Caro Baroja, citado por Tovar Zambrano, la fiesta de San Juan ha sido la más popular de todas y estaba dedicada a celebrar el sol y el agua como fundamentos de la vida. El modo de celebración de los españoles aún hoy sigue siendo a través de las "Hogueras de San Juan", rito que en el pasado se creía que alejaba los maleficios y preservaba de algunas enfermedades. Así mismo, se creía que las aguas del mar y de los ríos tenían ese día virtudes excepcionales y curativas, razón por la cual el baño a la madrugada formaba parte del rito festivo. A este se unían la cucaña, las carreras de caballos, las corridas de toros y la comida de cerdo, con lo cual la fiesta adquiría un sentido agrario y naturalista.

Resulta lógico pensar que una fiesta tan arraigada entre los hispanos se trasladase a América con su carga de simbolismos, no sólo por la presencia avasalladora de la cultura peninsular sino por el espíritu



evangelizador de sus autoridades civiles y eclesiásticas. Sin embargo, en nuestro continente la fiesta sufrió algunas modificaciones, particularmente por “la amplia difusión de los elementos ecuestres y pastoriles (que) le otorgaron un determinado énfasis lúdico a la celebración”

En la Nueva Granada, por ejemplo, la experiencia del agua y el baño se manejó de diversa manera. Mientras en tierra caliente, al igual que en España, se hizo tradicional el baño en el río o quebrada, bien a la madrugada del 24 o durante el día, en el altiplano andino se acostumbró, hasta finales del siglo XIX, lavar la imagen de San Juan en algún pozo o quebrada. Los restantes elementos constitutivos de la celebración, - cabalgata, descabezadura de gallos, comida abundante, beber chicha o aguardiente, bailar y participar en juegos populares-, siguieron siendo similares; con el correr del tiempo sólo se celebró en el Tolima Grande.

Hace algunos años, concretamente en 1990, la Academia Huilense de Historia publicó la revista Huila número 42, dedicada integralmente al tema de las fiestas tradicionales en el Departamento. Dicha revista, que trae valiosa información sobre diversos temas del folclor opita y sobre el Reinado del Bambuco, contiene un error imperdonable. Con alguna ligereza los directivos de la corporación publicamos un documento hallado en la Notaría Primera de esta ciudad, que se refería a unas magníficas fiestas populares. Dicho escrito fue calificado como el acta de institucionalización de nuestras fiestas cuando en realidad se trataba de la protocolización de la jura de los súbditos de la Provincia de Neiva al rey don Carlos IV. Parece ser que en el afán, muy propio de nuestra cultura, de tratar de hallar siempre un origen, la Academia se olvidó que las costumbres y tradiciones no tienen un momento determinado de nacimiento, sino que ellas son la expresión de la forma como el hombre reacciona ante la realidad, llámese celebración, duelo, reproducción, subsistencia, etc.

Si hubiésemos sido un poco más reflexivos habríamos descubierto el error oportunamente. Quienes han leído “Proceso Histórico de Pueblos y Parroquias” de Díaz Jordán, saben, por ejemplo, que el Padre Isidro Palencia, quien visitó la parroquia de la Inmaculada en 1755, dejó serias advertencias sobre la forma pecaminosa como el pueblo celebraba las fiestas de San Juan. Para el visitador clerical, por estar en bailes desde la víspera las gentes se privan de lo fundamental de la celebración religiosa

cual es el oír misa. Similares apuntes trae Fray Juan de Santa Gertrudis, quien recorrió la provincia en 1756, precisamente durante la época en que se celebraba la fiesta de San Juan. El 24 de junio lo vivió en la hacienda Túnez, en el actual municipio de Palermo. Allí vio como en la tarde, antes y después de la fiesta, los dueños de la hacienda y los esclavos toreaban novillos en el corral; por la noche se hacía lo mismo con otros vacunos, cuyos cuernos estaban untados de brea y prendidos con candela. El viajero describía de la siguiente manera la fiestas en Neiva: "Hacen muchos altares en las calles; se previenen muchos dulces y botijas de chicha; hay toros y corridas de caballos, y con la bebezón se cometen muchos absurdos "

En resumen, dice Tovar Zambrano " tenemos que para mediados del siglo XVIII las fiestas de San Juan y San Pedro constituían eventos de notoria importancia que se celebraban de modo regular, cada año, en la ciudad de Neiva; también se festejaban en las haciendas, por lo menos el San Juan. La sustancial participación que tenían los toros y los caballos, que ocupaban un lugar protagónico en el escenario festivo, marcaba una diferencia con respecto a la fiesta tradicional de San Juan que se celebraba en la Madre Patria. En esta diferencia, tomaba cuerpo, de hecho, el sesgo regional, es decir el acento que provenía de los elementos ecuestres y pastoriles que caracterizaban a la provincia de Neiva. En efecto, a esta provincia se le ha conocido desde los tempranos tiempos coloniales como una región ganadera"

Desarrollando la idea expuesta por el doctor Tovar Zambrano, es preciso recordar que, desde la llegada de Sebastián de Belalcázar, el Valle Alto del Magdalena optó por la ganadería como principal actividad económica. De ella derivaron sus habitantes el sustento, y este territorio, que hoy se llama Huila, fue el responsable de abastecer, legalmente, de carne y cebo a la población de Santa Fé y de manera no muy legal a Popayán y también a Quito. Como ejemplo de esta función se destaca, entre muchas otras, la hacienda de los Aposentos de Villavieja, de propiedad de los Padres de la Compañía de Jesús, de donde anualmente se llevaban a la capital del virreinato más de 10.000 novillos gordos. Los valles, a lo largo de los ríos Magdalena, Cabrera, Aipe, Baché, Tune, Yaguará, Páez, Plata, Neiva y Suaza, fueron una extensa dehesa dedicada a la cría de ganados y de las cabalgaduras que complementaban la tarea en la hacienda.

En un artículo que publiqué en el libro del arquitecto Fernando Torres Restrepo, "Haciendas Ganaderas", que apareció a finales del 2000, explicaba de qué manera esa vocación ganadera marcó la constitución del ser cultural del huilense. En dicho entorno el opita aprendió a vivir de conformidad con el ritmo de la vida en la hacienda, marcada por la cría de ganados y la producción de cultivos de pancoger, a disfrutar sin excesos ni lujos pero también a aprovechar los recursos de la naturaleza y a divertirse durante el tiempo de la "saca". A propósito, éste era el período en que se apartaba el ganado gordo que debía trasladarse a los diferentes mercados, circunstancia que era propicia para celebrar, no solo por el éxito de la empresa ganadera que llegaba a feliz término, sino porque al estar los pastos a punto de agotarse por el verano permitía cierto reposo en las actividades; además, porque pronto los hombres saldrían a otras tierras y se demorarían semanas en sus viajes de vaqueros; y finalmente, porque todos, dueños y trabajadores, podían experimentar juntos el gozo de los buenos tiempos.

Estos elementos, que fueron construyendo la cultura del Alto Magdalena, la manera de ser y de pensar del calentano, son los que se expresan en la fiesta. "La larga duración del modo de vida pastoril y ecuestre en el Valle del Alto Magdalena, dice Tovar Zambrano, había de hacer su legado al patrimonio cultural de la comarca opita.... Al goce de la fiesta se integraron entonces los factores básicos de la región: los caballos para las cabalgatas, los toros para las corridas y los cerdos para la comida festiva. Así, el Valle del Alto Magdalena había empezado a darse una tradición perdurable" Y más adelante plantea: "En esta diferenciación regional de la fiesta debe tenerse en cuenta, igualmente, la música y el baile (el bambuco, como se sabe), la integración de las leyendas y mitos con sus personajes del mundo mágico y maravilloso, y en fin, otras prácticas y elementos que se irán incorporando con el tiempo a la estructura de la festividad"

La terminación de la Colonia no fue motivo para que las gentes altomagdalenenses dejaran de celebrar las fiestas de San Juan, desde la víspera hasta San Pedro, pues la estructura social y económica en torno a la cual habían nacido estaba vigente en el medio, incluso bien entrado el siglo XX. La fiesta seguía siendo " un momento especial para renovar vínculos familiares, los nexos de compadrazgo y padrinazgo, las relaciones



de amistad con los vecinos, para comenzar un noviazgo o, en fin, para darle la oportunidad a más de una reconciliación afectiva o política.....nota primordial de esta sociabilidad era el envío de la vianda tradicional bajo la forma de “presente”, comida ritual compuesta por el laborioso asado de cerdo, los delicados bizcochuelos y las espirituosas mistelas; también hacían parte del agasajo los insulsos, los envueltos jurgon, las delicadas arepas de maíz y otros comestibles”

7.3.2) El Festival Folclórico y El Reinado del Bambuco

En el siglo XX, las décadas del veinte y treinta fueron preludio de cambios económicos y sociales para el Huila. La apertura de vías, la llegada del avión y del ferrocarril, la mecanización de la agricultura, la ampliación de la base educacional, la paulatina generalización de los medios de comunicación, la migración de muchos compatriotas procedentes de Cundinamarca, Tolima y el Eje Cafetero, el crecimiento de la caficultura que permitió la colonización de la ladera cordillerana por encima de los 1300 metros sobre el nivel del mar, fueron hechos y fenómenos que afectaron el tradicional aislamiento de Huila y su proverbial tranquilidad.

Así mismo, hacia principios de los años cincuenta, este territorio comenzaba a vivir con intensidad los conflictos de la modernidad, agravados por la violencia partidista, conflictos que parecían atentar contra la identidad de los opitas.

Las acciones adelantadas desde el gobierno departamental y desde el sector privado a mediados del siglo pasado hablan de una razonable preocupación por contrarrestar cualquier posibilidad de disolución cultural de esta región comprendida en el Valle del Alto Magdalena. Esta preocupación se hace evidente cuando con ocasión del conflicto con el Perú se destaca y promueve el heroísmo y entrega de los huilenses; así mismo, desde los primeros años de la década del cuarenta se comienza predicar La Gaitana como símbolo del huilense que es amante de la libertad y la independencia, conceptos que ha debido manejar porque, tanto ayer como hoy, este territorio ha sido la frontera que guarda la patria de los conflictos.

Es a mediados de siglo cuando se registran los triunfos de la Aplanadora Opita y comienza a escucharse por las emisoras nacionales al dueto cómico musical “Emeterio y Felipe, Los Tolimenses”. Además, es el tiempo



en que se crean la Biblioteca Departamental, el Conservatorio de Música y la Biblioteca de Autores Huilenses. A mediados de la década, cincuenta años después de su creación, se dota al departamento de bandera y escudo. A finales de 1955 se crea el Círculo de Periodistas del Huila y por las carreteras huilenses pasa la Vuelta a Colombia en Bicicleta. En 1956 se restablece la Academia Huilense de Historia. En ese mismo año se lleva a cabo el primer desfile folclórico con ocasión de las fiestas de junio, animado por algunos costeños residentes en Neiva que traen al interior la experiencia del Carnaval de Barranquilla. Poco después se plantea la necesidad de crear la universidad del Huila y se edita el libro del Padre Jenaro Díaz Jordán "Proceso Histórico de Pueblos y Parroquias", documentado recorrido por la historia de cada uno de los pueblos huilenses. Así mismo, por estos días se crea la Junta de Turismo. Finalmente, en 1960 se realiza en Neiva el primer festival típico y en 1961 el primer Reinado Nacional del Bambuco, también en la capital del Departamento.

El panorama descrito permite apreciar que el Festival Folclórico, como tal, es una creación oficial de la administración departamental del Huila que, interpretando la tradición del pueblo opita y animada por las posibilidades turísticas de esta tierra que se abría al país, entendió que en su folclor estaba la clave para consolidar una identidad vapuleada por la modernidad y la violencia, y para hacerse valer en el concierto de la nación. Singular estrategia, empleada por los gobernantes de la época, que apeló a una construcción de más de trescientos años para fortalecer la cohesión social de la comunidad huilense en los críticos momentos que vivía por la dolorosa experiencia de la violencia y la inquietante agitación de tener que compartir con otras culturas traídas por los miles migrantes procedentes de la región andina colombiana y por las ondas de la radio. Singular estrategia, digo, que otras regiones, como Bogotá, solo intentaron a finales del siglo pasado, cuando hicieron del Festival Iberoamericano de Teatro, de la Cultura Ciudadana y de la Feria Internacional del Libro los hitos para que la capital de la república fuese reconocida por una singularidad específica, al no haber podido sostener en el tiempo sus afamados carnavales.

El primero de diciembre de 1959 la Asamblea Departamental aprobó la Ordenanza 044, por medio de la cual se fomenta el "Festival Típico del



Huila” y se crea la Junta Folclórica Departamental, con el fin de hacer conocer el Departamento en sus diferentes aspectos. La tarea encomendada al ejecutivo departamental era concreta: reunir a todas las poblaciones del Departamento en la capital, al igual que a las colonias de huilenses residentes en diferentes regiones del país, para hacer la fiesta del folclor, el cual debía expresarse en carrozas, murgas, danzas, cabalgatas, cuadros típicos, etc. Así, dando muestras de su identidad, se podría promocionar la imagen del Huila como un Departamento festivo y dueño de una rica tradición folclórica. La nueva fiesta, reglamentada por el gobierno, en oposición a la que desde la antigüedad había regido la Iglesia, se unía a la de siempre en virtud del folclor inventado por las gentes.

La experiencia del primer Festival Típico del Huila realizado en 1960 fue exitosa. Los anhelos de quienes guardaban la tradición y temían que se perdiera, como Miguel Barreto, Bertha de Estrada, Gabriel Perdomo y Emilio Cuellar Lara, entre otros, se unieron al contento de un pueblo que siempre había celebrado el San Juan y el San Pedro con su familia y sus vecinos.

Sin embargo, el Festival Típico, que había cumplido con el propósito de iniciar la reconstrucción de la identidad huilense, no había sido suficiente motivo para que la promoción y visita al Huila fuese exitosa. Por ello se echó mano de otro recurso ya empleado por otras ciudades como Cartagena, Cali y Manizales. Así, el Reinado Nacional del Bambuco se constituía en el medio a través del cual el gobierno del Huila entraba en contacto con las restantes administraciones departamentales, a fin lograr la presencia oficial y de una comitiva en las fiestas.

La Asamblea Departamental, mediante Ordenanza 64 de 21 de diciembre de 1960, creó el Reinado Nacional del Bambuco, empresa en la cual trabajó Inés García de Durán y su grupo de danzas, para crear la Coreografía del Sanjuanero Huilense, recurso igualmente singular y por demás significativo para elegir a una reina. También formaron parte del equipo de organización del primer reinado Miguel Barreto y señora, Roberto Liévano, Fabio Arce Luna y señora, Ignacio Solano, Rafael Arboleda, Luís A. Cerquera, Marlio Cucalón, Alicia Ferro y Bertha de Estrada, quienes crearon el traje típico para el hombre y la mujer, el cual, con pocas variaciones, se sigue empleado hoy. En esta decisión genial, el



reinado del Huila se hizo diferente a otros certámenes reinales existentes en el país.

Podría pensarse que la simbiosis hecha por el Gobierno Departamental de integrar folclor y reinado no arrojaría sólidos resultados, pues éste opacaría a aquel. Pues bien, este ha sido el elemento dinamizador de las fiestas huilenses: la lucha entre la organización que quiere traer público a toda costa, so pena de destruir lo auténtico, y la acción de quienes, inspirados en los principios que animaron a los legisladores del 59, saben que las fiestas son el elemento aglutinante de la identidad y creador de espacios de socialización para una comunidad que por la fuerza de los medios de comunicación tiende cada vez más a refundirse en la heterogeneidad global. En este proceso, Jorge Villamil Cordovez, por mucho tiempo, obró como el fiel de la balanza que regulaba la polarización de las fuerzas y el choque de las tendencias.

Durante varios años, la organización del Festival Folclórico y el Reinado Nacional del Bambuco, que respondía, además, por los certámenes de Neiva y el Departamento, estuvo a cargo de la Oficina Turismo y Extensión Cultural del Departamento, dependiente de la Secretaría de Educación Departamental, y su financiación corría a cargo de la Industria Licorera. Luego, con la creación del Instituto Huilense de Cultura, la responsabilidad de las fiestas pasó a ser suya, hasta 1982 cuando, tras una evaluación, se determinó que esta función distraía al Instituto de sus restantes responsabilidades, al punto que prácticamente existía para realizar las fiestas. Con base en esta decisión se creó la Corporación del Festival, que, inspirada en el principio de pasar la responsabilidad de las festividades al sector privado, se encargaría no sólo de la organización sino también de allegar los recursos para su financiación, contando siempre con el apoyo presupuestal del Departamento.

La experiencia de la Corporación respondió a las expectativas de sus creadores, aunque no logró aislarse de las decisiones políticas que siempre han gravitado sobre la organización de las fiestas y menos de las influencias de los círculos sociales interesados en su manejo, disfrute y explotación. Con la elección popular de alcaldes, el manejo integrado de los niveles departamental y municipal se rompió, creando el primer cisma de importancia en la organización. A partir de ahí, con algunas interrupciones, el municipio de Neiva ha querido tomar las riendas de sus



fiestas. Posteriormente, la Corporación misma entró en crisis por razones políticas en la designación de su director, lo cual indujo a la búsqueda de alternativas de organización, como la empleada en 1994, cuando se le dio el encargo de hacer las fiestas a la Cámara de Comercio de Neiva.

La reestructuración de la administración departamental, en el segundo semestre de 1988, cuando se creó la Secretaría de Cultura y se le encargó, por estatutos, de organizar tanto el Festival Folclórico como el Reinado del Bambuco. La decisión no obedeció exclusivamente a una cuestión de práctica administrativa moderna y ahorro de recursos mediante un gasto responsable. Tenía un sustrato conceptual, pues entendía el festival y el reinado como una unidad destinada a fortalecer la identidad del pueblo huilense y a estructurar la fiesta de tal forma que fuera capaz de atraer verdaderos flujos de turismo nacional e internacional. La dicotomía entre reinado y festival, que por muchos años pervivió, desaparecía, pues la actividad folclórica se entendió como un recurso que le daba singularidad al reinado y se constituía en un espectáculo digno de ser apreciado por los turistas. Así, lo folclórico dejaba de ser el aditamento intrascendente y costoso que a tantos organizadores de la fiesta, léase reinado, molestó. El festival y el reinado eran, por fin, un asunto de cultura, no coyuntural sino componentes de la estructura cultural opita, como lo habían pensado los fundadores. Las fiestas seguirían siendo la ocasión para el reencuentro de los opitas con lo suyo, pero también la oportunidad para compartirlo en un dialogo festivo con otras regiones y otros países; en fin, la opción para un diálogo intercultural que traspasaba las fronteras patrias, en el cual lo opita se mostraría con orgullo y dignidad. Y en palabras del ministro de cultura de la época, Ramiro Osorio Fonseca, cuando las candidatas al Reinado Nacional del Bambuco presentaban la muestra folclórica en la antigua Concha Acústica: “el momento en que los gestores culturales del Huila y su ente cultural presentan el examen sobre su trabajo ante el país y se hermanan con la cultura de toda la nación”.

Para esa misma época se revivió la intención de internacionalizar las manifestaciones folclóricas. Para ello, en una ocasión se trajeron señoritas representantes de varios países de América Latina para que hicieran muestras de trajes y bailes típicos de sus respectivas naciones. Además, aprovechando los vínculos de los funcionarios de la Secretaría de Cultura



con el Convenio Andrés Bello, se trajeron grupos folclóricos de por los menos tres países, que por la época de mitad de año visitan Colombia en atención a los compromisos con el citado convenio. Estas dos experiencias llevaron a los directivos de las fiestas a adicionarle al nombre oficial, que aún no ha cambiado por ordenanza, de Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco el de Muestra Internacional de Folclor.

Poca duración tuvo la experiencia antes señalada. Con los nuevos gobiernos seccionales volvieron a imponerse los intereses, y de nuevo el manejo de las fiestas se dividió en dos: lo folclórico y el reinado. Además, para esos días en Inturhuila, que era el soporte administrativo y financiero para el manejo integrado de las fiestas, ya no era mayoría el gobierno departamental. La gestión de turismo le había sido asignada a la Secretaría de Cultura.

Como respuesta a los inconvenientes y críticas de siempre, la necesidad de crear de nuevo una corporación para que se hiciese cargo de la fiesta se convertía en un imperativo. Como referente se mencionaban, constantemente, el caso del Carnaval de Barranquilla, el Festival de la Leyenda Vallenata y el Festival de Negros y Blancos, tres casos exitosos, dignos de ser emulados. Al efecto, por iniciativa de la administración departamental, la Asamblea del Huila aprobó la ordenanza 16, de mayo 2014, mediante la cual se creó CORPOSANPEDRO. Por desgracia, el gobierno seccional tomó como base un estudio de factibilidad mal concebido en la parte cultural y sin la posibilidad de blindar al nuevo ente de las influencias políticas comunes en el medio, hechos que dificultaron su organización.

La nueva entidad se concibió como una empresa de carácter mixto, sin ánimo de lucro, de inspiración cultural dedicada a organizar eventos culturales, folclóricos y turísticos. A su conformación respondieron positivamente la Gobernación del Huila, Fenalco, Cotelco, el Terminal de Neiva, Coomotor, Asocooph e Inturhuila. Llamó la atención la negativa del municipio de Neiva de formar parte de este nuevo ente.

Organizada contra el tiempo y acusada de manejo político en la selección de su director, Corposanpedro fue la responsable de la organización y desarrollo del programa del Festival Folclórico, Reinado Nacional del Bambuco y Encuentro Internacional del Folclor del año 2015, experiencia



de la que no salió bien librada, pues no modificó en nada las experiencias organizativas anteriores. Lo cierto es que, con menos de un año de funcionamiento, ha perdido buena parte de su capital, lo que la hace técnica y jurídicamente inviable; además, contra la ordenanza que la creó cursan dos demandas, que ya fueron admitidas por el Tribunal Administrativo del Huila.

7.3.3) Análisis del Festival Folclórico y Reinado del Bambuco

Para que el análisis de la evolución histórica del Festival Folclórica y Reinado Nacional del Bambuco sea objetiva, hasta donde pueden serlo las acciones en las que interviene el hombre, es preciso definir algunas categorías que sirvan de referencia para el análisis, so pena de que se caiga en la simple exposición desordenada de ideas y conceptos. Para el caso, me permito proponer los siguientes binomios de referentes analíticos: participación comunitaria versus intervención gubernamental, popularización versus exclusividad, folclórico versus extranjerismo, financiación oficial versus cofinanciación con el sector privado, innovación versus repetición, centralización versus descentralización, generalización versus singularización, divulgación versus ocultamiento y planeación versus improvisación.

Desde el momento en que el Gobierno Departamental, entiéndase gobernación y asamblea, tomó la decisión de oficializar las fiestas que tradicionalmente se realizaban en su territorio a finales de junio de cada año, se configuró una intervención estatal, circunstancia que de alguna manera desnaturalizó la fiesta. Por supuesto, que la creación e integración de una junta organizadora debe considerarse como una alternativa para hacer menos agobiante la medida, para hacer menos determinante la intervención. Así, la historia de las fiestas ha estado marcada por esta circunstancia a lo largo de más de cinco décadas de realización. Y en este proceso aparece un gobierno que se apropia de las fiestas y una comunidad que paulatinamente va descargando en las autoridades la responsabilidad de su realización. En esta circunstancia también influye el acelerado proceso de urbanización que ha vivido Neiva, que ha modificado las relaciones entre sus habitantes. Empero, la intervención estatal es como si el derecho a la celebración y al divertimento que tiene cada persona, y que entre los huilenses había sido tradicional, como ha quedado visto por los hechos ya descritos, de un momento a otro se

enajenara para convertirlo en una obligación del Estado. Así, el gobierno pasa a ser el responsable de la diversión de la comunidad y ésta asume una posición pasiva respecto a su divertimento. La intervención del gobierno, mediada por el funcionamiento de una junta que, con el correr de los años, tuvo mayor presencia de elementos oficiales que populares, ha penetrado paulatinamente las costumbres hasta lograr que la razón motivacional de las fiestas no sea ya la tradición sino el programa oficial, de cuya estructura dependerá, en gran medida, la mayor o menor posibilidad de disfrute individual y colectivo.

En un Estado intervencionista, que se inaugura en la década del treinta del siglo pasado y del que aún no salido los colombianos a pesar del avance de la globalización, el tema de la diversión popular está asociado a la mayor o menor cantidad de eventos que se ofrezca a un pueblo que decidió, por fuerza de las circunstancias, asumir el pasivo rol del espectador. Aquí se puede hallar una diferencia clave entre las fiestas de junio en el Huila y el Carnaval de Barranquilla, por ejemplo. La estructura de este último se basa en las comparsas que las comunidades barriales o sectoriales organizan a lo largo del año y en los bailes populares que se ofrecen en todos los sectores de la capital del Atlántico. Al igual que en la Costa Atlántica, en el Huila y de manera particular en Neiva, en un principio, las empresas, los barrios y las familias organizaban sus murgas y comparsas para hacer las fiestas.

En este mismo orden de ideas, el éxito de la fiesta creada, organizada y promovida por el gobierno, que debe medirse en términos de afluencia del público a los espectáculos y en una mayor dinámica económica, depende de la programación ejecutada, pero también de los horarios que más convengan a la ciudadanía para que tome parte de los actos, y a las empresas y comercio para que no se bloquee su normal desarrollo. Como la fiesta no la organiza la comunidad, quien lo hace, el Gobierno, debe respetar y facilitar a todos los sectores que se ven comprometidos con ella de una u otra manera.

Otro elemento que resulta determinante en el momento de evaluación de las fiestas, y que surge precisamente de la intervención gubernamental, es el nivel de popularización o de exclusividad en que se desarrollan los eventos de las festividades.

Fácil resulta afirmar que el componente folclórico de las fiestas ha estado marcado por el propósito de permitir e incluso facilitar la masiva participación de la comunidad en los distintos eventos y certámenes. De hecho, en Neiva el noventa por ciento de ellos se realiza en lugares abiertos, como se hacía con la concha acústica Jorge Villamil Cordovez, cuya única limitante lo constituía la reducida capacidad para albergar el público y la imposibilidad de utilizar equipos de amplificación de alta potencia por la incomodidad que producía a sus vecinos, por ser un lugar de uso residencial. Igual puede decirse de los juegos pirotécnicos y de los concursos. En el reinado las cosas transcurren de manera inversa. Lo único popular que tradicionalmente se ofrecía eran los desfiles; los restantes eventos estuvieron marcados por la exclusividad, pues se realizaban en los clubes tradicionales de la ciudad y en el Batallón Tenerife que en los inicios de la fiesta operó como generoso club anfitrión, categoría que aún conserva. Vale destacar que la velada de elección y coronación, que un principio fue un espectáculo abierto, realizado en el Estadio Roberto Urdaneta Arbeláez, recibió la influencia de los principios que promovían la exclusividad cuando su ingreso tuvo un costo para el espectador, convirtiéndolo en recurso de financiación de las fiestas. Así mismo, es oportuno recordar que, desde hace algunos años, se ha buscado que los eventos que componen el reinado se hagan más abiertos al público, respondiendo al criterio que ha concebido el festival y el reinado como una unidad cultural.

En esta evaluación es necesario reconocer que el Reinado Nacional del Bambuco llegó a ser, creo, el segundo en importancia a nivel nacional. Era la época en que los desfiles y la velada de elección y coronación se transmitían por las cadenas nacionales de televisión y los periódicos principales daban amplia difusión al certamen. Es justo hacer este reconocimiento, pues para lograrlo debieron invertirse muchos esfuerzos y recursos; empero, creo que en dicha carrera se sacrificó, injustificadamente, la esencia folclórica y cultural de las fiestas. Ahora bien, el menor prestigio de que goza en la actualidad se debe quizá a la recesión económica, al dañino manejo de influencias que cambió el favoritismo y la capacidad interpretativa del Sanjuanero por las presiones económicas o políticas. También puede ser motivo de su decaimiento la casi nula representación y el mínimo papel protagónico que debe cumplir la reina tanto en contratos publicitarios como en obras sociales. Por



último, no debe olvidarse que los sistemas de comunicación han cambiado ostensiblemente en los últimos quince años y que los medios tradicionales, como prensa, radio y televisión, se mueven por otros intereses a los que no se ha sabido llegar desde la organización de las fiestas, que, entre otras cosas, debe competir con similares programas en la misma época.

Cosa similar ha ocurrido con el contenido de los programas del festival y el reinado. Mientras aquel se constituía, por naturaleza, en el espacio para las manifestaciones artísticas que se han elaborado a lo largo del tiempo, como la danza, la música, no solo huilenses sino de otras regiones de Colombia, e incluso de los hermanos países del continente, el reinado avanzaba hacia la implantación de formas y protocolos nada cercanos a la cultura tradicional del huilense. Ejemplos de ello son: un desfile en traje de baño y el espectáculo extranjerizante en la velada de elección y coronación. Pero esos son los riesgos que se corren al institucionalizar un reinado, este también debe evolucionar al ritmo del mundo cada vez más pequeño de la globalización. Recuérdesse que, según los organizadores, estos actos pretendían responder a las expectativas del pueblo ofreciéndole la posibilidad de ver actuar en persona al artista de moda en la televisión hemisférica.

En honor a la verdad, no fue sólo el reinado el responsable de incluir eventos no folclóricos dentro del programa de las fiestas. La inclusión de concursos literarios y de pintura en medio de la programación folclórica no resultaba lógica ni consecuente. Su única justificación sería que la medida surgió como la alternativa más viable para contar con recursos presupuestales destinados a estimular a los creadores huilenses desconocidos por un gobierno seccional tacaño con este tipo de expresiones espirituales de algunos de sus asociados.

Si lo anterior no se considera un acierto en la organización, a pesar de su noble propósito, el Instituto Huilense de Cultura en su momento, como responsable de poner en marcha el Festival Folclórico, se anotó un punto positivo al incorporar la exposición artesanal a su programación. Y es correcta la apreciación: los huilenses han sido tradicionalmente artesanos desde la misma llegada de los españoles. Materias primas como el cuero, las crines, las maderas, el pindo, la arcilla, las fibras, el maíz, la miel y la cuajada han sido elementos con los cuales han elaborado bienes y comestibles apropiados para satisfacer las necesidades de la vida cotidiana



de una comunidad que se caracterizó, entre otras cosas, por su aislamiento respecto a los centros comerciales de primer orden en la Colonia y primeros años de la República, como Cartagena y Bogotá

Durante los últimos años la fiesta se ha asumido como la promoción de un dialogo intercultural, nacional y continental, que ha enriquecido el espectro cultural de la misma, acorde con las circunstancias de intolerancia y violencia en las que se debate el país, hechos que hacen necesaria la práctica de la convivencia. Empero, la falta de recursos fiscales que siempre se alega cuando se trata de invertir en estos tópicos, hace que, para la presentación de grupos culturales de otros países, se disponga solamente de las posibilidades que ofrecen los convenios culturales vigentes.

Finalmente, en este campo de lo folclórico hay que advertir que por ausencia de un proceso de formación de practicantes de la danza, la música, el rajaleña, las comparsas, etc., se ha caído en una falta de creatividad que obliga al espectador a presenciar los mismos temas y a los mismos grupos todos los años. El caso de la música, que fue el elemento dinamizador de las fiestas, más que la danza, es el que produce mayor preocupación. Los compositores huilenses, en su mayoría, no han podido superar la tendencia ya intrascendente y monótona de describir los mismos elementos de la fiesta: cabalgata, trago, asado, baile, mujer morena, y banda de pueblo. Al respecto, todo parece indicar que existe un divorcio entre los propósitos que animan las escuelas de formación artística que funcionan o deben funcionar en todos los municipios y los responsables de las fiestas, al menos de la parte folclórica. De otra manera no se entiende que una institución educativa como el Colegio Departamental logre reunir en un día más de treinta grupos de rajaleñas estudiantiles y los responsables de las festividades oficiales del orden seccional tengan que presentar las conocidas agrupaciones.

En este mismo orden de ideas, es importante referirse a otras actividades de carácter cultural, como la música campesina y el encuentro de etnias, certámenes que resultan afectados por la improvisación.

La financiación de las fiestas, consecuente con los procesos de organización del Estado y con las ideas que se imponen sobre sus funciones y competencias ha pasado de la participación presupuestal oficial

total a la búsqueda de una mayor cofinanciación por parte del sector privado. En este proceso se debaten dos ideas fundamentales; una que indica que el gobierno debe aportar la mayor parte de recursos, ya que debe ofrecer las mejores fiestas, es decir, aquellas que tengan la mejor promoción y la mayor cantidad de espectáculos para que la gente se divierta. Otra tendencia señala que, siendo el sector privado el que resulta beneficiado con las festividades debe asumir la mayor parte de los recursos necesarios para la promoción y la realización de los diferentes eventos. En apoyo a la primera posición hay que decir que el responsable de dinamizar, fortalecer, preservar y promover la identidad cultural es el Estado. Pero esta tarea no puede hacerla solo. La identidad cultural se encarna en la comunidad, cuyos miembros la hacen vida en la cotidianidad, en diario discurrir y en las relaciones interpersonales. Para que haya espectáculos folclóricos no solo se requieren recursos para la formación, la promoción y la puesta en escena; también se requieren niños, jóvenes y adultos que los desarrollen. Otra cosa es la obligación de divertir a las gentes, responsabilidad que resulta compartida.

Seguramente, una de las mayores críticas a que se expone una fiesta de carácter oficial, como la del festival y el reinado, es la rutinización del programa. Y es que después de varias décadas de realización de un festejo, que debe conservar por ley los elementos de la tradición festiva y los protocolos de los reinados, máxime cuando estos son controlados por sectores especializados de la moda y la belleza, resulta natural que los programas se repitan año a año. Sin embargo, en una mirada histórica, las fiestas del Huila, a pesar de las críticas que se puedan hacer en este sentido, se han caracterizado por una prudente innovación. Aquí ha habido, junto al baile del bambuco tradicional, a la interpretación musical y al rajaleña, tablados populares, festival de orquestas, casetas, competencias de Skí, cacería de venado, competencias deportivas, exposiciones, corridas de toros, etc.; además, la misma estructura programática ha vivido interesantes modificaciones con la inclusión de nuevos eventos, tales como bailes típicos que deben ejecutar las candidatas a los reinados departamental y nacional, presentación de bandas sinfónicas, presentación de grupos artísticos folclóricos internacionales, carralejas, juegos populares, cambio en la estructura de los desfiles, y eventos múltiples en las mismas horas, etc.



A la par con lo anterior, otro motivo de crítica creciente es la ausencia de lugares apropiados para que los eventos masivos de la fiesta discurran. Es un hecho incontrovertible que los desfiles y algunos espectáculos no tienen el escenario más adecuado. Resulta inadmisibles que después de medio siglo, la capital del Huila, anfitrión de las fiestas, no cuente con los espacios cómodos e indicados para sus eventos.

Se puede afirmar, con toda certeza, que el mayor logro de la institucionalización de las fiestas ha sido la generalización de ella, dentro de los conceptos y parámetros modernos, aunque la afirmación no puede tomarse al pie de la letra. Con alguna prudencia se puede decir que gracias a la oficialización todos los municipios, todos los planteles educativos, todas las empresas y todos los grupos de edades celebran sus fiestas. Lo cierto y lo incuestionable es que la generalización de las fiestas es una consecuencia de los medios de comunicación. Empero, sea una cosa y otra, lo lamentable es que el común denominador de las fiestas en una empresa, en un albergue para ancianos o para niños desamparados, en una escuela, lo constituya el reinado. Es preocupante en este fenómeno la ausencia de una política de gobierno con relación a las fiestas. Es preciso registrar que cada vez están más ausentes de dichas celebraciones los elementos folclóricos básicos, tales como las comparsas y el rajaleña, incluso las danzas, circunstancia que obliga a mirar, una vez más, hacia las escuelas de formación artística que operan en todos los municipios.

Para mitigar un poco las anteriores afirmaciones, es preciso recordar que en los últimos años ha tomado fuerza, sobre todo en la juventud, la realización de cabalgatas y el uso, muy temporal por supuesto, del sombrero y el raboegallo, en una afirmación de los elementos constitutivos de la identidad festiva del opita.

Una de las categorías señaladas para la evaluación hace referencia a la promoción de las fiestas, pues el festival y el reinado nacieron como un medio para promocionar el Huila. La promoción, en consecuencia, debe entenderse en una doble dimensión: mostrar con orgullo las tradiciones y jalonar turismo para dinamizar la economía.

En cuanto a la promoción, las fiestas han tenido diversa fortuna. En principio, la divulgación del componente folclórico estuvo dirigida a animar la presencia de los huilenses residentes en otras regiones del país y



particularmente en Bogotá, constituyéndose en la mejor oportunidad para compartir con la familia. El San Pedro volvía a ser, así, la fiesta del encuentro, esta vez estimulado por el Estado. Pero la divulgación como actividad turística no parece que haya calado, a no ser como animador del turismo familiar. En este sentido, el reinado ha sido más eficaz. La participación en él obliga al desplazamiento de personas entre las que se incluye la representación oficial del Departamento, la familia de la reina, el equipo que la apoya y la comitiva de amigos que animan su participación. Y desde hace unos tres lustros, el grupo folclórico que la respalda.

65

Notorio es que durante los últimos dos años la promoción ha sido más agresiva y busca lograr un mayor flujo de turistas, apoyado en el concepto cultural que integralmente se le da a la fiesta. Sin embargo, la promoción ha pecado por insistir en errores conceptuales, como el que afirma que “cuando el Huila muestra su folclor, Colombia baila sanjuanero”, con lo que se desvirtúa el principio de un Departamento pluricultural producto de la migración y abierto a la multiculturalidad.

Finalmente, es imperioso aceptar que la planeación tampoco ha conservado una línea regular a lo largo del tiempo. Al parecer es lo que menos ha existido. Si bien es cierto, durante los primeros dos o tres años la fiesta se planeaba con antelación para lograr la mayor participación de los municipios en las actividades folclóricas, básicamente comparsas, rajaleñas y grupos de interpretación musical, el tiempo se redujo en la medida en que la participación del municipio se limitaba a la presentación de una candidata al reinado departamental, esfuerzo por el cual la localidad recibía una determinada cantidad de cajas de aguardiente. Y era lógico que el periodo de planeación se hubiese reducido, en virtud de que no es lo mismo preparar una persona para que haga presencia en un reinado que organizar toda una embajada folclórica que intervenga en los diferentes concursos y encuentros, al igual que en los desfiles y presentaciones callejeras. Sin embargo, esta no ha sido la única razón para que se haya reducido el tiempo dedicado a la planeación; también ha influido la formación de “roscas” que impedían el surgimiento de nuevas propuestas y tendencias, el manejo cerrado de las fiestas que tendía a aislar al pueblo de su concepción, la rutinización de los programas, la falta de formación de nuevos grupos de participantes, la reducción de la presencia activa del pueblo en dichos eventos, y sobre todo la falta de



recursos presupuestales que en más de una ocasión condujo a definir la realización definitiva de las fiestas con menos de un mes de anticipación

Como ha quedado visto, las fiestas han sido una responsabilidad del Gobierno Departamental porque así lo dispuso la Asamblea tanto en 1959 como en 1960. Y las autoridades seccionales por sí o por intermedio del sector privado han cumplido con el compromiso ininterrumpidamente hasta hoy. También se ha visto que el epicentro de la fiesta ha sido Neiva y que la ciudad la reclama como algo propio, tal como quedó expuesto en el año 2000 cuando la Administración Departamental, motivada por la falta de interés para la coordinación y la coejecución con el municipio capital, trasladó algunos de los tradicionales eventos para otras localidades. De otra parte, el fortalecimiento político del municipio con la elección popular de alcaldes y con la asignación de otras responsabilidades hace que las fiestas, como expresión de la cultura de un pueblo y como opción de promoción turística, se constituyan en tarea y responsabilidad de las autoridades locales. La vida municipal, que al menos en el espíritu constitucional ha cobrado nueva vigencia a partir de la elección popular de la primera autoridad local y de la Constitución Política vigente, está llamada a decidir por sí misma sobre lo que le importa e interesa. Y Neiva así lo expresó en la década del 80 cuando dio señales de independencia o en los últimos meses, cuando se negó a formar parte de la Corporación.

En el actual ordenamiento institucional del país parece que las fiestas dejan de ser una responsabilidad exclusiva del Departamento para ser asumida por el municipio. Pero este traspaso de competencias no debe obedecer sólo a una tendencia de moda en la administración pública. Si el municipio acepta el reto es porque las fiestas forman parte de un plan cultural y económico que se integra a un proyecto histórico y político que le define rumbos de largo aliento a una ciudad que, además de ser capital del Departamento, es la metrópoli de una región que se construye también sobre los elementos unificadores de la cultura originada en la hacienda, el río y el comercio.

7.4) Síntesis histórica de la religiosidad huilense²⁵

En 1992, a iniciativa de la Cámara de Comercio de Neiva, se realizó, con el apoyo de la Corporación Nacional de Turismo, en el Huila, una encuesta

²⁵ Fuente: Neiva Peregrina, 2009



para conocer que motivaba a los huilenses a viajar por el departamento. En ella se encontró que las peregrinaciones a los santuarios de la Virgen de Las Mercedes en Nátaga, la Virgen de Aránzazu en Gallardo, Santa Rosalía en Palermo y San Roque en el Caguán, ocupaban el primer lugar en las preferencias de los opitas, seguida de los tradicionales paseos familiares a los ríos durante el fin de semana.

En 1994 el arquitecto urbanista Alberto Mendoza Morales llevo a cabo una investigación sobre el pensamiento estratégico del huilense, cuyos resultados se plasmaron en el documento "Prospectiva Huila Siglo XXI-Tierra de Promisión". Llama la atención como el huilense, en su referente mental, da gran valor a lo espiritual y lo religioso, así como al discurrir apacible del tiempo. Reconoce el huilense un importante acervo de patrimonio tanto natural como cultural, pero no identifica en él una materia prima para su desarrollo socioeconómico. Esta situación la resume en la siguiente frase: "Llegará el día que el huilense ponga en valor su Patrimonio Natural y Cultural para el Turismo".

El presbítero Milciades Vargas Motta hizo parte de un colectivo de pensadores que elaboraron, durante los años 1998 y 1999, los fascículos "Cambio de Actitud: una invitación a Reflexionar", documento que fue editado como un solo texto por la Gobernación del Huila en el año 2000. El padre Milciades desarrolló la investigación en torno a la religiosidad de los huilenses en su evolución histórica, cuya síntesis se presenta a continuación.

7.4.1) Comunidades aborígenes de los siglos XVI y XVII

Mirada globalmente, la historia es una: acontece en la presencia y la acción de Dios, con su plan centrado en Jesucristo y la respuesta del hombre a través de los siglos con sus diversos proyectos económicos, políticos, culturales y religiosos.

- Las comunidades aborígenes tenían el culto al sol como ser supremo: en él estaba la luz que la difundía en el universo.

- El culto a la luz y al agua como divinidades femeninas de fecundidad. Tenían imágenes de oro, piedras, madera y barro para representar a sus divinidades.
- Celebraban la fiesta del nacimiento de los niños con un baño ritual y tenían el rito de consagración sacerdotal con unciones.
- Tenían el sentido fatalista de la vida: destino desgraciado o feliz. Practicaban celebraciones rituales con chicha fermentada. Culto funerario y fe en la vida de ultratumba.

7.4.2) Invasión: De La Conquista y Colonización

El culto al sol, como ser supremo y luz del universo, dio cabida a la fe en un solo Dios y a la devoción popular por la luz, velas benditas, veladoras...

El culto a la luna, como divinidad femenina, facilitó el reconocimiento de la virgen María; y el agua como divinidad, más la fiesta del nacimiento con baño ritual, se proyectan en la tradición tan arraigada del bautismo y en la devoción al agua bendita.

Las imágenes de los santos empalmaron con sus pequeñas representaciones de divinidades.

El temor y el profundo sentido sacralizado de sus sacerdotes y curanderos, con sus ritos de consagración, han propiciado la veneración popular a las comunidades religiosas y a los ministros de la iglesia.

El sentido fatalista de la vida, las celebraciones rituales con chicha, fueron asumidas en las fiestas "reales", en las fiestas patronales, en bazares y festivales para financiar obras y perdura en la celebración de los sacramentos: bautismo, primeras comuniones, matrimonios y entierros.

El estado cantinero, arrebató la bebida amerindia, para montar sus finanzas.



7.4.3) El Pueblo de Dios en la Diócesis de Neiva

Las comunidades aborígenes tenían un sentido religioso muy profundo, un culto definido, sus creencias, fiestas, leyendas y cosmogonías. El modelo de iglesia que se les impuso fue el de un “Estado de cristiandad” con el espíritu arrollador de la conquista política, militar, económica, cultural y religiosa, conforme a la concepción social y religiosa de aquella época.

La mezcla del español y el indígena produjo una nueva raza y nuevas corrientes culturales con amalgama de diversas creencias y tradiciones. Ahí nace nuestra religiosidad que mantiene, en gran parte, a nuestra gente adicta a la iglesia: las devociones al Santísimo, a la eucaristía, a la virgen María y a los santos; la Navidad, semana santa, fiestas patronales, velas, agua bendita, escapularios, difuntos.

Se mantuvo la catequesis con recursos populares de metodología vivencial: música, teatro, danzas, canciones.

En los años de persecución religiosa (1850-1890) el pueblo sufrió un vacío de atención pastoral que propició la proliferación de agüeros, supersticiones y magia.

En los años de 1894 a 1922, se destaca el episcopado de Monseñor Esteban Rojas Tobar: el pastor catequista y fundador de nuestra iglesia diocesana en el Gran Tolima. Daba permanentemente formación al magisterio, la catequesis familiar, escolar y parroquial. Obra pastoral que han continuado nuestros pastores.

7.4.4) Realidad actual

En nuestras Diócesis de Neiva y de Garzón, las personas tienen una profunda creencia en Dios. Sin embargo, su concepto no siempre es claro. Mientras para unos Dios es lejano, inalcanzable, castigador, para otros es solución de sus problemas y acuden a él cuando lo necesitan, expresión de una religión de interés.



Existe una gran religiosidad popular sin evangelizar y caracterizada por una excesiva ignorancia religiosa. Es así como la escala de valores está determinada por lo económico (el tener), el poder y el placer; es preocupante la incoherencia entre la fe y la vida.

El apocado sentido de trascendencia conduce a una religión sin compromiso, permisiva y rayana en libertinaje que irrespeta la dignidad personal y social; que acepta el hedonismo y el consumismo como valores máximos y que muestra a las nuevas generaciones este estilo de vida como lo importante en la existencia del hombre.

70

Se ha perdido el sentido del bien y del mal y cada uno se hace su propia ley moral. "Es bueno todo aquello que vaya en provecho propio, aun a costa del bien y la dignidad de los demás".

El bien y el mal son fuerzas opuestas y ajenas a la libertad del hombre, que castigan o premian según su arbitrio. El cielo es la paz y la felicidad su total bienestar físico y espiritual; es decir, no hay total claridad sobre el verdadero sentido y fin de la vida cristiana.

Se es cristiano por tradición no por convicción. De ahí que se presenten incoherencias entre religión y ética: Al tiempo que se va a misa, se cree en agüeros, brujerías, cartas y se difama del vecino.

El dolor, la enfermedad y la muerte son aceptados por algunos con fe y alegría, como un valor redentor; además, se es solidario: Mientras que para la gran mayoría es una situación de miedo, de desesperación, de lamento, de signo de la no-existencia de Dios.

La ignorancia religiosa de muchos cristianos (católicos), los hace presa fácil de sectas y prácticas satánicas.

7.4.5) El significado de la religiosidad popular

En una sociedad como la nuestra, cada vez más materialista, aparecen paradójicamente signos de una nueva hambre y sed de trascendencia que reclaman un cuidadoso discernimiento.



La religiosidad o piedad popular puede describirse como el modo peculiar que tiene el pueblo, es decir, la gente sencilla, de vivir y de expresar su relación con Dios, con la santísima Virgen y con los santos.

Esta vivencia no se encuentra solo en un ámbito privado o íntimo, sino que comporta también una dimensión comunitaria y de participación eclesial.

Según el papa Pablo VI en el “Anuncio del Evangelio” (Evangelli Nuntiandi), la religiosidad popular tiene ciertamente sus límites. Está expuesta frecuentemente a muchas deformaciones de la religión, es decir, a las supersticiones. Se queda frecuentemente en manifestaciones culturales, sin llegar a una verdadera adhesión de fe.

Puede incluso conducir a la formación de sectas y poner en peligro la verdadera comunidad eclesial.

Pero cuando esté bien orientada, sobre todo mediante una pedagogía de evangelización, contiene muchos valores. Refleja una sed de Dios que solamente los pobres y sencillos pueden conocer.

Hace capaz de generosidad y sacrificio hasta el heroísmo cuando se trata de manifestar la fe. Comporta un hondo sentido de los atributos de Dios: la paternidad, la providencia, la presencia amorosa y constante. Engendra actitudes interiores que raramente pueden observarse en el mismo grado en quienes no poseen esa religiosidad: paciencia, sentido de la cruz en la vida cotidiana, desapego, aceptación de los demás.

No son pocas las parroquias que han estudiado el aprovechamiento evangelizador de algunas prácticas de religiosidad popular, como novenas, vía crucis, romerías, procesiones, etc. Donde se procura que las celebraciones revistan una perspectiva evangelizadora. A la virgen María, como contenido, modelo, instrumento excepcional de evangelización.

Esto, no obstante, falta por descubrir una verdadera espiritualidad parroquial que cuide debidamente la oración personal y comunitaria de los fieles.



Por lo general, es insuficiente lo que se hace en nuestras parroquias para enseñar a nuestros creyentes a orar: la necesidad del silencio en los encuentros con Dios.

La parroquia, además de ser una comunidad unida y responsable de acoger a los creyentes y ayudarles a caminar en la fe, de orar y celebrar, debe procurar que su acción pastoral sea una acción programada y evaluada constantemente.

72

7.4.6) Dificultades para evangelizar la religiosidad popular

Hoy día, de hecho, las parroquias están concebidas y funcionan más para ofrecer los servicios de culto y catequesis que necesita una sociedad cristiana, que para impulsar una acción propiamente misionera en la sociedad actual. Las parroquias siguen pensadas fundamentalmente para los creyentes. Dedicar mucho más tiempo, más personas y más medios a los practicantes y a los que vienen, que a los alejados e increyentes. Como consecuencia, grandes sectores de adultos quedan sin acceso al Evangelio. Predomina una pastoral de mantenimiento, mayoritariamente sacramental, con pocos gestos significativos para el hombre de hoy y sin suficiente imaginación y audacia para el anuncio. El reto, por tanto, más importante al que se enfrentan hoy la mayoría de nuestras parroquias es, precisamente, el paso de una pastoral de cristiandad a una pastoral de misión. Más concretamente, el paso de una pastoral de conservación dedicada ante todo a instruir la fe de los practicantes y alimentar la vida cristiana de los fieles por los sacramentos, a una pastoral evangelizadora más orientada a despertar en los sectores alejados la fe y adhesión al evangelio y a ser presente en la sociedad actual la fuerza evangelizadora y salvadora de Jesucristo.

Otra gran dificultad es que hay muchos hombres y comunidades perdidos en un fervor contagioso, que los hace perder su autonomía, su capacidad crítica llegando hasta el paroxismo irracional, hipotecando su conciencia, siendo capaces de desprenderse de todo y así creen estar alabando a Dios.

Concluye en su documento el padre Milciades que la iglesia pasó de una religiosidad sin evangelio a una religiosidad popular evangelizada.

“La iglesia – que formamos todos los creyentes en Jesús – será evangelizadora si asume en su obrar una actitud evangélica, si tiene el mismo carné de identidad de Jesús, que queda reflejado en estas palabras de San Pedro en los Hechos de los Apóstoles: “Me refiero a Jesús de Nazaret, ungido por Dios con la fuerza del Espíritu Santo, que pasó haciendo el bien y curando a los oprimidos por el diablo, porque Dios estaba con él” (Hch. 10.38). No evangelizaremos si antes no nos dejamos evangelizar. No seremos evangelizadores de verdad si no somos evangélicos en nuestras pautas de pensar y actuar. Solamente hay evangelización donde hay evangelio vivido.”

Para que la acción evangelizadora de la iglesia, a través de nuestras parroquias, sea creíble y convincente ante los hombres de hoy, exige un precio, es decir, comporta una serie de exigencias en la manera de ser y de vivir, en la forma de hablar y de actuar los católicos; nos ha de costar:

1. Renunciar a todo cuanto contradiga al evangelio en nuestra vida personal y también en la organización, las instituciones, las estructuras, las obras y los criterios de nuestra iglesia.

Hay que renunciar a todo secuestro y manipulación del evangelio. Sin duda, todas estas renunciaciones pueden significar un primer paso para que el mensaje evangélico, transmitido por la iglesia, sea de verdad creíble. Ahora bien, solamente sabremos hacer estas renunciaciones si optamos por una sincera actitud de conversión (personal y comunitaria) que nos exija fundamentalmente tres cosas:

- a) Abandonar los ídolos, los dioses falsos creados por nuestro egoísmo y centrar nuestra existencia en el único absoluto: el Dios bíblico que se nos ha revelado en Jesús de Nazaret por el Espíritu Santo.
- b) Releer en profundidad, aquí y ahora, el evangelio de Jesús, para que, de verdad, interpele y cambie radicalmente nuestras vidas y las estructuras injustas de nuestra sociedad.
- c) Intentar una plena coherencia entre fe y vida; que no haya contradicción entre lo que pensamos y decimos y lo que



hacemos en realidad; que el Dios de nuestra oración no sea distinto del Dios de nuestra vida.

2. Una clara superación de ciertas ambigüedades: el anti testimonio personal y colectivo, la separación entre fe y conducta, la contradicción entre teoría y praxis.
3. Una opción clara y decidida por las bienaventuranzas que son el modo de vivir de Jesús, la quinta esencia del mensaje evangélico. La vivencia y el testimonio de las bienaventuranzas, que son el sentido del sin sentido, según el egoísmo del mundo. Es lo más específico e importante que podemos aportar a nuestra sociedad los que formamos la iglesia de Jesús.

74

8) METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

Para el diseño del producto turístico Eventos, Ferias y Fiestas del Departamento del Huila se utilizará como herramienta metodológica la elaborada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, herramienta presentada en el documento "Diseño del Producto Turístico, un Enfoque y una Propuesta Metodológica", documento promulgado en el año 2006.

8.1) Glosario Técnico de Producto Turístico

Con el propósito de facilitar un mejor discernimiento del concepto de producto turístico se presenta a continuación el glosario técnico básico sobre el tema.

- **Producto Turístico** ²⁶

Es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen: recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, planta turística, actividades recreativas, experiencias, organización y/o servicios, imágenes y valores simbólicos, que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre.

²⁶ Fuente: Desarrollo de Productos Turísticos Competitivos, Secretaría de Turismo de México, 1998



- **Beneficios Funcionales** ²⁷

Son aquellos que satisfacen las necesidades elementales del turista, consideradas como básicas para sobrevivir en el destino: alojamiento y alimentos; también se consideran funcionales las comodidad, cercanía a centros urbanos y transporte.

- **Beneficios Vivenciales** ²⁸

Están relacionados con los cinco sentidos del ser humano, es decir, experiencias y vivencias resultantes de la actividad turística que desea repetir o recomendar a sus amigos.

- **Beneficios Simbólicos** ²⁹

Responden a emociones, estatus y realización personal que le genera al turista el hecho de haber visitado el destino turístico. Ejemplo: visitar un sitio reconocido por la UNESCO como Patrimonio Histórico.

- **Paquete Turístico**³⁰

Es el resultado de un trabajo de gestión de tarifas y de integración de diferentes servicios, presentados en un programa general de actividades. Los paquetes turísticos se expresan con las variables tiempo y precio

8.2) Estructura Del Producto Turístico

Siguiendo el marco conceptual del producto turístico elaborado por la Secretaría de Turismo de México y la metodología elaborada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se diseña la estructura del producto turístico, estructura que se presenta en la

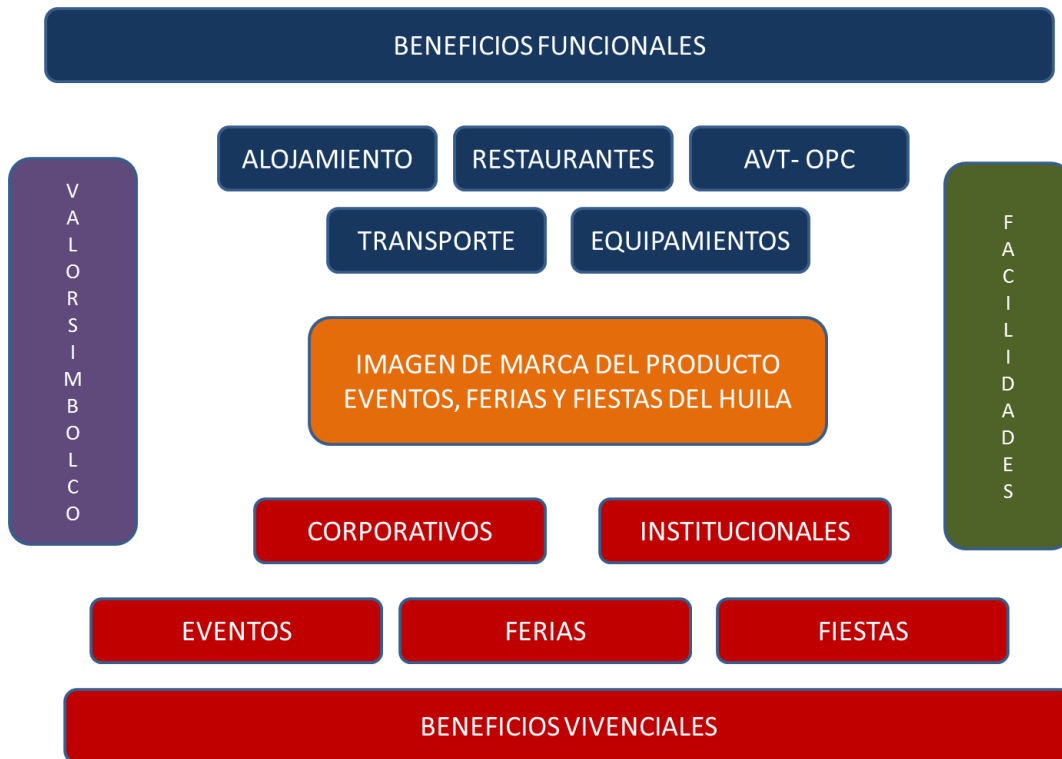
Gráfica 1 Estructura del Producto Turístico

²⁷ Fuente: Desarrollo de Productos Turísticos Competitivos, Secretaría de Turismo de México, 1998

²⁸ Fuente: Desarrollo de Productos Turísticos Competitivos, Secretaría de Turismo de México, 1998

²⁹ Fuente: Desarrollo de Productos Turísticos Competitivos, Secretaría de Turismo de México, 1998

³⁰ Fuente: Seminario de Comercialización de Paquetes Turísticos, Héctor Eduardo López Bandera, 1998



Fuente: Elaboración de la Consultoría, octubre de 2015

La estructura del producto turístico se desarrolla en torno a la imagen de marca que se conciba para su identificación en el mercado, elemento básico para el desarrollo de las estrategias de comercialización y promoción; en la parte superior se presentan los satisfactores mínimos a las necesidades del turista, como son, el alojamiento, los restaurantes, las agencias de viajes y turismo, las agencias operadoras profesionales de eventos, congresos y convenciones, el transporte y los equipamientos logísticos, entre ellos: centros de convenciones, recinto ferial, teatros, villa olímpica, etc.

En la base, se encuentran las motivaciones de viaje para los organizadores de eventos, esto es, el tipo de eventos que se pueden realizar en el destino, entre ellos, corporativos, institucionales, eventos, ferias y fiestas. En los laterales se presentan el valor simbólico del destino y las facilidades, entendidas estas como, vías, aeropuertos, salud, seguridad, comunicaciones, educación.



9) DISEÑO PRODUCTO TURÍSTICO EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL HUILA

Conocido el marco metodológico para el diseño del producto turístico eventos, ferias y fiestas del Huila, el lector encontrará en este acápite el desarrollo de los diversos componentes que en suma permitirían la elaboración del brochure "Calendario de Eventos, Ferias y Fiestas del Huila.

9.1) Imagen de Marca

La gráfica 2 muestra la imagen que interpreta la tipología de los eventos, ferias y fiestas del departamento del Huila.

Gráfica 2 Imagen de Marca Eventos, Ferias y Fiestas del Huila



Fuente Taller Creativo, 2015

La imagen gráfica del producto turístico Eventos, Ferias y Fiestas del Departamento del Huila se fundamentan en el mix de las dos principales actividades turísticas de la región, naturaleza y cultura. La naturaleza se presenta con los colores verde y azul, características el primero de la riqueza biótica del territorio huilense, así como, de la riqueza hídrica, incluidas las actividades productivas características de este elemento como



lo son la caficultura y la piscicultura; Las actividades culturales vibran en los tonos rojos, color apropiado para expresar la fama o reconocimiento a una actividad, en el caso del Huila, el mayor reconocimiento para la cultura Ullumbe interpretada en los Parques Arqueológicos de San Agustín, Alto de Las Piedras, Alto de Los Ídolos y Tierradentro reconocidos por la UNESCO como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad; también hace presencia una pareja que interpreta el Baile del Sanjuanero Huilense, baile que fundamenta el Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco, evento reconocido mediante Ley de la República como Patrimonio Cultural de la Nación; los sombreros Suaceños y de Pindo, reconocido el primero con denominación de origen y el segundo como un Patrimonio Cultural del Departamento; por supuesto en esta misma línea registra la Catedral de la Inmaculada Concepción de Neiva como una expresión de los eventos religiosos asociados al fervor popular. Al costado derecho las tres ruedas que tipifican al Huila como un destino turístico que prospecta para el desarrollo de los eventos corporativos, todos los elementos se disponen espacialmente bajo un espectro amarillo que simboliza al sol como la energía creativa y rectora del universo. En la base la palabra Huila en fuente color naranja que adopta la expresión de los nativos opitas que utilizaron el vocablo “uil o huil” para significar el resplandor anaranjado que se generaba en las mañanas cuando el sol se posa sobre las nieves del volcán Nevado del Huila. En la sub base los vocablos eventos, ferias y fiestas que caracterizan al Huila como escenario adecuado para el desarrollo de las precitadas actividades.

9.1.1) Manual de Imagen -Las Tipografías

En la base la palabra Huila en fuente color naranja que adopta la expresión de los nativos opitas que utilizaron el vocablo “uil o huil” para significar el resplandor anaranjado que se generaba en las mañanas cuando el sol se posa sobre las nieves del volcán Nevado del Huila.

Para la palabra Huila se utilizó la fuente Futura XBLk Bt, es una fuente gruesa que denota solidez y seriedad.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

En la sub base los vocablos eventos, ferias y fiestas que caracterizan al Huila como escenario adecuado para el desarrollo de las precitadas actividades. En ésta frase se utiliza la fuente Futura Md BT.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

Los colores

R:255 G:255 B:0 C:0 M:0 Y:100 K:0		R:255 G:0 B:0 C:0 M:100 Y:100 K:0		R:0 G:0 B:102 C:100 M:100 Y:0 K:0		R:0 G:102 B:51 C:38 M:88 Y:94 K:61	
R:0 G:102 B:51 C:97 M:33 Y:100 K:25		R:51 G:204 B:51 C:56 M:0 Y:100 K:0		R:255 G:185 B:0 C:0 M:24 Y:100 K:0		R:0 G:0 B:0 C:0 M:0 Y:0 K:100	



Usos Incorrectos



80

Aplicaciones





9.2) Beneficios funcionales

Como ya se mencionó en la definición los beneficios funcionales son aquellos que le permiten al turista de eventos satisfacer sus necesidades básicas como seres humanos y las de confortabilidad para la operación de eventos, ferias y fiestas en el departamento del Huila, en este acápite el lector encontrará información que le permitirá percibir la capacidad instalada de prestadores de servicios turísticos que permita ser elegido como sede para la realización de eventos, ferias y fiestas.

9.2.1) Inventario Departamental de Alojamiento

El cuadro ccc muestra el Inventario Departamental de Alojamiento cuya información permite alimentar el criterio de sedes para la operación de eventos institucionales y corporativos.

Cuadro 2 Inventario Departamental de Alojamiento

SECRETARIA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO								
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE ALOJAMIENTO								
No.	MUNICIPIO	HOTEL	HOSTAL	ALBERGUE	ALOJAMIENTO RURAL	APARTA HOTEL	VIVIENDA TURÍSTICA	TOTAL
1	Acevedo	0	0	0	0	0	0	0
2	Agrado	0	1	0	0	0	0	1
3	Aipe	3	0	0	0	0	0	3
4	Algeciras	1	0	0	0	0	0	1
5	Altamira	1	0	0	0	0	0	1
6	Baraya	0	0	0	0	0	0	0
7	Campoalegre	2	2	1	0	0	0	5
8	Colombia	0	0	0	0	0	0	0
9	Elías	0	0	0	0	0	0	0
10	El Pital	2	0	0	0	0	0	2
11	Garzón	8	0	0	2	0	0	10
12	Gigante	1	0	0	3	0	0	4
13	Guadalupe	0	0	0	0	0	0	0
14	Hobo	0	0	0	0	0	0	0
15	Íquira	0	0	0	0	0	0	0
16	Isnos	2	1	0	0	0	0	3
17	La Argentina	1	0	0	0	0	0	1
18	La Plata	15	0	0	0	0	0	15
19	Nátaga	0	1	0	0	0	0	1
20	Neiva	84	5	0	1	4	2	96
21	Oporapa	0	0	0	0	0	0	0
22	Paicol	2	0	0	0	0	1	3
23	Palermo	0	0	0	1	0	0	1
24	Palestina	1	0	0	2	0	1	4
25	Pitalito	42	6	0	2	1	5	56
26	Rivera	12	1	0	8	1	2	24
27	Saladoblanco	0	0	0	0	0	0	0
28	San Agustín	26	8	2	15	1	3	55
29	Santa María	0	0	0	1	0	0	1
30	Suaza	0	0	0	0	0	0	0
31	Tarqui	1	0	0	0	0	0	1
32	Tello	0	0	0	0	0	0	0
33	Teruel	0	0	0	0	0	0	0
34	Tesalia	6	0	0	0	0	0	6
35	Timaná	3	0	0	0	0	0	3
36	Villavieja	7	0	0	1	1	2	11
37	Yaguará	2	0	0	1	0	1	4
TOTAL		222	25	3	37	8	17	312

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva, Registro Nacional de Turismo, octubre de 2015

El cuadro 2 permite inferir que las ciudades que con base en su oferta de alojamiento, se prospectan como sede para la organización de eventos institucionales de carácter turístico, son: Neiva, Pitalito, San Agustín, Rivera, Garzón, Villavieja y La Plata; los restantes 30 municipios bien pueden ser sede de eventos que se empaqueten como pasadía.

9.2.2) Inventario Departamental de Restaurantes de Interés Turístico

El cuadro 3 muestra el Inventario Departamental de Restaurantes y Bares de interés turístico, en cuanto a los bares, no se identifica en el Registro

Nacional de Turismo del departamento del Huila inscripción en esta actividad mercantil; en referencia a los restaurantes se aprecia la inscripción de cuatro restaurantes, tres de ellos en Neiva y uno en Garzón. Sin embargo esta información no soporta el criterio para elección de sede de eventos, pues, es claro, que los restaurantes no están obligados a inscribirse en el RNT, salvo algunas excepciones contempladas en la normatividad turística que se enfocan en ubicación en determinados sitios o que operen en municipios declarados como destinos turísticos.

El diagnóstico sectorial realizado en el año 2013 por la Cámara de Comercio de Neiva para la conformación del Clúster Turístico Neiva Ciudad Región permitió inferir que el 96% de los restaurantes ofertan el Menú Residencial³¹. Lamentablemente la época actual, año 2015 no existe una caracterización de la oferta de alimentos y bebidas en el departamento del Huila, información que permita identificar y tomar decisiones para la elección de sede para eventos institucionales y corporativos.

Cuadro 3 Inventario Departamental de Bares y Restaurantes

SECRETARIA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO				
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE BARES Y RESTAURANTES				
No.	MUNICIPIO	BARES	RESTAURANTES	TOTAL
1	Acevedo	0	0	0
2	Agrado	0	0	0
3	Aipe	0	0	0
4	Algeciras	0	0	0
5	Altamira	0	0	0
6	Baraya	0	0	0
7	Campoalegre	0	0	0
8	Colombia	0	0	0
9	Elías	0	0	0
10	El Pital	0	0	0
11	Garzón	0	1	1
12	Gigante	0	0	0
13	Guadalupe	0	0	0
14	Hobo	0	0	0
15	Íquira	0	0	0
16	Isnos	0	0	0
17	La Argentina	0	0	0

³¹ Conocido popularmente como Corrientazo

18	La Plata	0	0	0
19	Nátaga	0	0	0
20	Neiva	0	3	3
21	Oporapa	0	0	0
22	Paicol	0	0	0
23	Palermo	0	0	0
24	Palestina	0	0	0
25	Pitalito	0	0	0
26	Rivera	0	0	0
27	Saladoblanco	0	0	0
28	San Agustín	0	0	0
29	Santa María	0	0	0
30	Suaza	0	0	0
31	Tarquí	0	0	0
32	Tello	0	0	0
33	Teruel	0	0	0
34	Tesalia	0	0	0
35	Timaná	0	0	0
36	Villavieja	0	0	0
37	Yaguará	0	0	0
TOTAL		0	4	4

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva, Registro Nacional de Turismo, octubre de 2015

9.2.3) Inventario Departamental de Agencias de Viajes y Turismo

El cuadro 4 muestra el Inventario Departamental de Agencias de Viajes con información de tres tipologías, no contiene información de inscripción de agencias de viajes de tipo mayorista.

Cuadro 4 Inventario Departamental de Agencias de Viajes

SECRETARIA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO					
INVENTARIOS DEPARTAMENTAL DE AGENCIAS DE VIAJES					
No.	MUNICIPIO	AGENCIAS OPERADORAS	VIAJES Y TURISMO	OPC	TOTAL
1	Acevedo	0	0	0	0
2	Agrado	0	0	0	0
3	Aipe	0	0	0	0
4	Algeciras	0	0	0	0
5	Altamira	0	0	0	0

6	Baraya	0	0	0	0
7	Campoalegre	0	0	0	0
8	Colombia	0	0	0	0
9	Elías	0	0	0	0
10	El Pital	0	0	0	0
11	Garzón	0	0	0	0
12	Gigante	0	0	0	0
13	Guadalupe	0	0	0	0
14	Hobo	0	0	0	0
15	Íquira	0	0	0	0
16	Isnos	0	0	0	0
17	La Argentina	0	0	0	0
18	La Plata	1	3	1	5
19	Nátaga	0	0	0	0
20	Neiva	19	42	4	65
21	Oporapa	0	0	0	0
22	Paicol	0	0	0	0
23	Palermo	0	0	0	0
24	Palestina	0	0	0	0
25	Pitalito	2	4	0	6
26	Rivera	2	0	0	2
27	Saladoblanco	0	0	0	0
28	San Agustín	22	4	0	26
29	Santa María	0	0	0	0
30	Suaza	0	0	0	0
31	Tarqui	0	0	0	0
32	Tello	0	0	0	0
33	Teruel	0	0	0	0
34	Tesalia	0	0	0	0
35	Timaná	1	0	0	1
36	Villavieja	1	1	0	2
37	Yaguará	0	1	0	1
TOTAL		48	55	5	108

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva, Registro Nacional de Turismo, octubre de 2015

El cuadro 4 permite inferir que los municipios que concentran la oferta de agencias de viaje en las tipologías de operadora y viajes y turismo son Neiva y San Agustín, en la tipología de OPC, Neiva concentra la oferta y La Plata solo registra la presencia de una OPC.



9.2.4) Inventario Departamental de Operadores Profesionales de Eventos y Convenciones

Una región que le apueste a convertirse en destino turístico especializado en la operación de eventos, ferias y fiestas, como es el caso del departamento del Huila, departamento que en el ejercicio de actualización de la Apuesta de Turismo en el marco de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad incorporó los eventos corporativos como un atractivo turístico para generar demanda, debe contar con empresas cuyo objeto social se enfoque en esta actividad mercantil.

La Ley marco del turismo y las modificatorias 1101 de 2006 y 1558 de 2012 determinaron que esta actividad mercantil en Colombia la podrán desarrollar las Operadoras Profesionales de Congresos, Ferias y Convenciones, conocidas por la sigla OPC. Es de advertir entonces, que el ejercicio mercantil de los prestadores de servicios turísticos tipificados como Operadores Profesionales de Congresos, Ferias y Convenciones en Colombia está reglamentado por la Ley General de Turismo³², norma que definió su naturaleza y determinó la obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo y pagar la contribución parafiscal con destino al FONTUR. La Ley 1101 de 2006 no afectó los lineamientos de los OPC plasmados en la Ley General de Turismo, como si lo hizo la Ley 1558 de 2012 que direccionó la obligación de la inscripción y actualización del Registro Nacional de Turismo ante las Cámaras de Comercio que operan en el territorio nacional. Por su parte el Decreto 1824 de 2001 definió claramente la estructura funcional de la oferta de servicios de los OPC, entre ellas: la celebración de un contrato de prestación de servicios que contemple los lineamientos de organización, planeación, presupuesto, comercialización y operación del evento objeto del contrato.

El análisis de la normatividad vigente para el ejercicio de la ya mencionada actividad mercantil, permite inferir que el Estado y en este caso el Departamento del Huila y las 37 alcaldías municipales deben proteger estas empresas exigiendo a los organizadores de eventos de carácter oficial acreditar su inscripción en el Registro Nacional de Turismo como OPC.

Las precitadas premisas motivaron a la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo a preguntar por el número y ubicación de las empresas OPC que operan en el departamento del Huila. Para dar respuesta a esta pregunta se auscultó el Registro Nacional de Turismo, Registro que permitió conocer que cinco OPC operan en el departamento del Huila, cuatro de ellas operan en la ciudad de

³² Ley 300 de 1996



Neiva y una en el municipio de La Plata, en suma generan catorce puestos de trabajo.

Cuadro 5 Inventario Departamental de OPC

SECRETARIA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO DEL HUILA

INVENTARIO DE OPERADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

No	OPERADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES	GERENTE	MUNICIPIO	RNT
1	CASA DE CAMPO SEVILLA	VALENCIA PERALTA OSCAR OSWALDO	LA PLATA	34287
2	EVALTUR OPC	EDNA VICTORIA ANDRADE LAGUNA	NEIVA	10687
3	JET SET CORPORATION	CARLOS ALBERTO BONILLA MARTINEZ	NEIVA	16407
4	OPITA TOUR	MARTYHA TOVAR CUELLAR	NEIVA	10662
5	INVERSIONES TURISTICAS DEL HUILA "INTURHUILA LTDA"	MARICELA CASTRO RAYO	NEIVA	23363

Fuente: Registro Nacional de Turismo –agosto de 2015

El Inventario Departamental de OPC permite inferir que:

- La operación profesional de eventos, ferias y fiestas en el departamento del Huila es una actividad económica incipiente.
- El Departamento no cuenta con un nutrido inventario de OPC para atender los requerimientos de los turoperadores especializados que atienden los mercados emisores de eventos, ferias y fiestas en el mundo.
- Los huilenses en general y en particular los sectores público y privado tienen poco conocimiento de la existencia de la actividad mercantil especializada en la operación de eventos, ferias, fiestas, congresos y convenciones. por ejemplo las empresas de este sector deben ser las llamadas a atender los eventos que se originan en la administración departamental y en los municipios huilenses, incluidos las fiestas de San Pedro, así como, el Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco.

- El Centro de Convenciones José Eustasio Rivera esta operado por una OPC de propiedad de la Sociedad de Inversiones Turísticas del Huila – INTURHUILA.
- Las restantes OPC no cuentan con portafolio de eventos corporativos como los que el Departamento desea impulsar a través del Centro de Convenciones, Recinto Ferial y Parque de La Música.

9.2.5) Inventario Departamental de Transporte Terrestre

El cuadro 6 muestra el Inventario Departamental de Transporte Terrestre, la información hace referencia a los municipios donde se registra o se renovó la información de registro para el año 2015.

Cuadro 6 Inventario Departamental de Transporte Terrestre

SECRETARIA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO		
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE TRANSPORTE TERRESTRE		
No.	MUNICIPIO	EMPRESAS DE TRANSPORTE
1	Acevedo	1
2	Agrado	0
3	Aipe	0
4	Algeciras	1
5	Altamira	1
6	Baraya	0
7	Campoalegre	1
8	Colombia	1
9	Elías	0
10	El Pital	0
11	Garzón	1
12	Gigante	1
13	Guadalupe	1
14	Hobo	0
15	Íquira	0
16	Isnos	0
17	La Argentina	0
18	La Plata	1
19	Nátaga	1
20	Neiva	12
21	Oporapa	0
22	Paicol	0
23	Palermo	0

24	Palestina	0
25	Pitalito	2
26	Rivera	0
27	Saladoblanco	0
28	San Agustín	2
29	Santa María	0
30	Suaza	0
31	Tarquí	0
32	Tello	4
33	Teruel	0
34	Tesalia	2
35	Timaná	1
36	Villavieja	0
37	Yaguará	0
TOTAL		33

Fuente: Registro Nacional de Turismo –agosto de 2015

El cuadro 6 permite inferir que la oferta de transporte terrestre de carácter público se concentra en Neiva, dada la condición de ciudad articuladora con los restantes 36 municipios que integran el departamento del Huila.

9.2.6) Inventario Departamental de Equipamientos de soporte para el desarrollo de eventos

Los equipamientos son aquellos edificios o construcciones que se erigen con el propósito de facilitar la realización de eventos, en el caso del departamento del Huila los más relevantes son: deportivos, centro de exposiciones agropecuarias, centro de convenciones, recinto ferial, parques, plaza de ferias, plaza de toros.

- **Equipamientos Deportivos:** Con ocasión de los Juegos Deportivos Nacionales que se realizaron en 1978, se construyó en la ciudad de Neiva la Villa Olímpica dotada con Estadio para Fútbol, Coliseo Cubierto para la realización de deportes como el básquetbol, Voleibol y fútbol de salón. Igualmente se construyó un escenario para deportes náuticos como la natación y clavados olímpicos, que han soportado la realización del Campeonato Mundial de Natación y Subacuáticas. La Villa Olímpica ha incrementado su oferta de escenarios deportivos con la construcción de la pista para patinaje. Otros municipios que cuentan con Villa Olímpica son: Garzón; Gigante; La Plata; Pitalito; San Agustín (estadio de futbol "Gerardo Ortiz Robles" con capacidad para 5.000 personas);

- **Equipamiento para exposiciones agropecuarias:** El sector ganadero del departamento del Huila constituyó la sociedad comercial "Ceagrodex S.A.", empresa que construyó en jurisdicción del municipio de Rivera, el Coliseo de Ferias Bovinas y Exposiciones Equinas. El complejo cuenta con 52 corrales para 35 vacunos; establo para 60 animales, pesebrera para 180 equinos, pista para la exposición y juzgamiento. En lo relacionado a servicios complementarios se cuenta con restaurante, cafetería y un parqueadero con capacidad para 400 vehículos.
- **Centro de Convenciones:** El Departamento del Huila, con una inversión que superó los 7.000 millones de pesos, construyó en la ciudad de Neiva el Centro de Convenciones "José Eustasio Rivera", con una dotación de 700 sillas, ayudas audiovisuales de última generación; equipos de traducción simultánea, sala de prensa, salón VIP y cuatro salones alternos para el desarrollo de comisiones. El Centro de Convenciones cuenta con áreas de apoyo para la prestación del servicio de alimentos y bebidas, un parqueadero interno en el sótano, zonas duras externas para la realización de eventos al aire libre y una excelente ubicación urbana que permite acceder fácilmente al aeropuerto, al centro de la ciudad, donde está ubicada la zona hotelera y a la Terminal de Transporte.
- **Recinto Ferial de Neiva:** el departamento del Huila dotó a la ciudad de Neiva de un recinto ferial de 3.600 metros cuadrados, que se pueden particionará en salones para atender eventos feriales de diferente tamaño; parqueadero para 88 vehículos, patio central de maniobras, zona de bodegaje; la inversión ascendió a la suma de 22 mil millones de pesos. Otros municipios que cuentan con recinto ferial de menor envergadura son: Pitalito; San Agustín (Casa Campesina capacidad para 200 expositores);
- **Parque de la Música Jorge Villamil Cordovez:** con inversiones superiores a los 30 mil millones de pesos, se construye en Neiva el Parque de la Música Jorge Villamil Cordovez, dotado de escenarios para la presentación de intérpretes y compositores, terrazas para el expendio de alimentos y bebidas, vale decir que para la obra de arte relacionada con el paisaje se incorporó tecnología de punta, tecnología que armoniza la música con el color.
- **Plaza de Toros:** Cuatro municipios cuentan con Plaza para espectáculos taurinos: Aipe, Paicol, Tello y Tesalia, plazas que en promedio cada una presentan cabida para 4.000 espectadores.
- **Plaza de Ferias:** Agrado (Capacidad para 100 bovinos); El Pital (Capacidad para 200 bovinos); Gigante (Capacidad 200 bovinos); La Argentina(Capacidad para 200 bovinos); La Plata (Capacidad para 200 bovinos); Nátaga (100 bovinos); Villavieja (200 bovinos);

- **Teatro:** Agrado, Pitalito; San Agustín (Casa de La Cultura capacidad 100 espectadores); Concha Acústica (capacidad para 3.000 personas)
- **Polideportivos:** Agrado (Capacidad para 300 personas); Pitalito (Coliseo Cubierto con capacidad para 10.000 espectadores);
- **Parques Recreacionales:** Agrado (Parque La Magdalena con capacidad para 2.000 personas); El Pital; Garzón (Parque Recreacional Manila con capacidad para 4.000 personas y Agroparque Loma Chata con capacidad para 4.000 personas); Gigante; La Argentina; San Agustín (Capacidad 200 personas); Yaguará (Piscipark capacidad 400 personas).
- **Parques Arqueológicos:** San Agustín, Alto de Los Ídolos y Alto de Las Piedras.
- **Parques Nacionales Naturales:** Cueva de Los Guacharos, Puracé, Nevado del Huila; Sumapaz y Picachos.
- **Observatorio Astronómico:** Villavieja (La Tatacoa capacidad extendida hasta 500 personas)

En suma las ciudades a las que se les ha dotado de equipamiento para la realización de eventos corporativos son: Neiva y Pitalito; siendo la primera la que concentra la presencia de la mayoría de los eslabones de la cadena productiva de los eventos corporativos; le sigue Pitalito que ha logrado desarrollar equipamientos para la operación de eventos agropecuarios, comerciales y culturales; en los restantes 35 municipios se podrán proyectar eventos corporativos de menor tamaño ajustados a la oferta de equipamientos.

9.2.7) Facilidades para el desarrollo de eventos, ferias y fiestas en el Huila

Las facilidades para el desarrollo de eventos, ferias y fiestas es el resultado de auscultar el destino en materia de oferta vial para permitir la llegada de los turistas a los sitios donde se desarrollará la actividad; los aeropuertos y su respectiva categoría; la disponibilidad de hospitales y centros de salud para atender las demandas de los turistas de eventos, ferias y fiestas; la existencia de organismos de socorro que acompañen el desarrollo de los eventos, así como, las fuerzas militares para crear la percepción de seguridad y finalmente la presencia de programas de formación profesional en turismo como fuente para acompañar la logística de recepción y operación de eventos, ferias y fiestas.

• Vías

El departamento del Huila soporta su esquema vial en la Troncal de La Magdalena que atraviesa el territorio nacional desde San Miguel en el límite con el Ecuador hasta Barranquilla, así como en la troncal El



Libertador que comunica al municipio de La Plata con Popayán, y la vía transversal que comunica al municipio de Pitalito con Isnos, Paletará y Popayán. Por su parte la marginal de La Selva comunica a Neiva con Florencia; actualmente se construye la vía que unirá a los municipios de Colombia con la Uribe en el departamento del Meta.

- **Aeropuertos**

Los aeropuertos Benito Salas en la ciudad de Neiva y Contador en el municipio de Pitalito atienden la operación del transporte aéreo en el departamento del Huila; el primero está servido por las aerolíneas Easy Fly y Avianca con cuatro frecuencias diarias cada uno que conectan con el aeropuerto El Dorado en Bogotá, mientras que Pitalito es atendido por Satena con tres frecuencias semanales que lo conectan con el aeropuerto El Dorado en Bogotá.

- **Hospitales³³**

Para atender la seguridad sanitaria de los huilenses la Gobernación del Huila a través de la Resolución número 75 de 2006 conformo la red de oferta en la prestación del servicio de salud, subdividiendo el departamento en cuatro zonas, Red de servicios hospitalarios que también soporta la operación turística de los eventos, ferias y fiestas que se organicen en el departamento del Huila. El Hospital Universitario Hernando Moncaleano Perdomo, es el hospital de referencia para todo el departamento del Huila, hospital caracterizado como de alta complejidad.

Red Zona Norte integrada por los municipios de Neiva, Aipe, Algeciras, Baraya, Campoalegre, Colombia, Hobo, Iquira, Rivera, Palermo, Santa María, Tello, Teruel, Villavieja, Yaguará, municipios que actúan con referencia a la ESE Hospital Hernando Moncaleano Perdomo de Neiva; la red está conformada por 16 IPS, de las cuales 14 son de baja complejidad, 1 de media complejidad y 1 de alta complejidad.

La capacidad instalada de la Red en la Zona Norte es de 220 camas pediátricas, 433 camas para adultos, 166 camas para obstetricia, 43 salas de parto, 4 en unidades básicas, 29 de cuidado intermedio neonatal, 29 de cuidado intensivo neonatal, 3 de cuidado intermedio pediátrico, 10 de

³³ Fuente: Secretaria de Salud Departamental del Huila- Folleto No.4 “Redes de Servicio de Salud



cuidado intensivo pediátrico, 11 de cuidado intermedio adulto, 35 de cuidado intensivo adulto, 28 para salud mental psiquiátrica, 15 quirófanos y 86 ambulancias.

Red Zona Centro integrada por los municipios de Garzón, Agrado, Altamira, Gigante, Guadalupe, El Pital, Suaza, Tarquí tiene como referencia la ESE Hospital Departamental San Vicente de Paul de Garzón; la Zona está conformada por 9 IPS, de las cuales 8 son de bajo nivel de complejidad y 1 de medio nivel de complejidad.

La capacidad instalada de la Red en la Zona Centro es de: 40 camas pediátricas, 85 camas para adultos, 34 camas para obstetricia, 9 salas de parto, 4 unidades básicas, 7 de cuidado intermedio neonatal, 3 de cuidado intensivo neonatal, 1 de cuidado intermedio adulto, 7 cuidado intensivo adulto, 3 quirófanos y 20 ambulancias.

Red Zona Sur integrada por los municipios de Pitalito, Acevedo, Elías, Isnos, Oporapa, Palestina, Saladoblanco, Timaná, San Agustín se referencia con la ESE Hospital Departamental San Antonio de Pitalito; la red en la Zona Sur está conformada por 10 IPS, de las cuales 8 son de nivel bajo de complejidad y 1 de nivel medio de complejidad.

La capacidad instalada de la Red en la Zona Sur es: 49 camas pediátricas, 82 para adultos, 48 de obstetricia, 9 salas de parto, 2 de cuidado intermedio neonatal, 10 de cuidado intermedio adulto, 2 quirófanos y 19 ambulancias.

Red Zona Occidente integrada por los municipios de La Plata, La Argentina, Nátaga, Tesalia, Paicol con referencia a la ESE Hospital Departamental San Antonio de Padua. La Red en la Zona de Occidente está conformada por 6 IPS, de las cuales 5 son de nivel de baja complejidad y 1 de media complejidad.

La capacidad instalada de la Red en la Zona de Occidente es de: 26 camas pediátricas, 39 camas para adultos, 19 para obstetricia, 6 salas de parto, 2 quirófanos y 12 ambulancias.

En suma, se infiere que la cobertura en salud pública en el departamento del Huila es del 100% de las cabeceras municipales, desde donde se atienden los diversos programas de prevención, vacunación, maternidad y



tercera edad. Se advierte como debilidad la existencia en el departamento de una IPS de alto nivel de complejidad, situación que obliga a prospectar un hospital de referencia para atender la zona sur.

En cuanto al sector privado, la oferta de servicios de salud, el documento de la referencia identifica 11 clínicas, que en suma ofertan: 69 camas pediátricas, 315 camas para adultos, 36 camas para obstetricia, 5 salas de parto, 21 camas para atención intermedia neonatal, 36 para cuidado intensivo neonatal, 3 para cuidado intermedio pediátrico, 9 para cuidado intensivo pediátrico, 3 para cuidado intensivo adulto, 3 para cuidado intermedio adulto, 59 para cuidado intensivo adulto, 26 quirófanos y 9 ambulancias.

La Secretaria Departamental de Salud ha reglamentado, vigila y controla estrictamente el manejo de los residuos hospitalarios y la disposición final en sitios que no afectan la salubridad de la comunidad.

- **Organismos de Socorro**

Las emergencias y desastres son atendidas en el departamento del Huila por el Comité Regional de Emergencias, organismo que coordina las acciones de la Cruz Roja, Defensa Civil y Bomberos. A su vez en cada uno de los treinta y siete municipios existe un Comité Local de Emergencias organismo que coordina el Alcalde Municipal.

La Cruz Roja 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.

- **Policía de Turismo**

La Policía de Turismo que como bien se sabe, jerárquicamente depende de la Policía Nacional y administrativamente del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hace presencia en el Huila en los municipios de Neiva, Villavieja, San Agustín, Paicol, Rivera y Garzón. Neiva cuenta con seis unidades y en los restantes municipios se ha asignado un pie de fuerza de dos unidades por municipio.

Si bien es cierto, se registra la presencia de Policía de Turismo en algunos municipios con vocación turística, es evidente la necesidad de ampliar cobertura con presencia en un mayor número de municipios y por



supuesto con un mayor número de efectivos. De igual manera, es evidente homogenizar el grupo policial en materia de formación en turismo y estabilidad en sus funciones.

- **Consejo Departamental de Seguridad**

A instancias de la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo se conformó el Consejo Departamental de Seguridad Turística, presidido por el Secretario Departamental de Cultura y Turismo e integrado por representantes de la Policía de Turismo, representantes de los gremios del sector, representantes de los municipios con vocación turística y de la academia.

- **Ejército Nacional³⁴**

El departamento del Huila está adscrito a la Quinta División del Ejército que controla las Brigadas: Primera, Sexta, Novena, Decima y la Fuerza de Tarea del Sur del Tolima.

La Novena Brigada con sede en la ciudad de Neiva coordina, administra, ejerce control y mando sobre las siguientes unidades tácticas:

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

- **Policía Nacional³⁵**

³⁴ Fuente: www.ejercito.mil.co



El Departamento de Policía Huila está adscrito a la Región de Policía No.2 con sede en Neiva, que administra y controla los Departamentos de Policía de Huila, Tolima, Caquetá y Putumayo.

Para cumplir con las funciones de vigilancia y control público, la Policía Nacional en el departamento del Huila está organizada en 7 Distritos, 38 Estaciones, 6 Subestaciones, 1 Puesto P.E.V., y 10 CAI.

Cuadro 7 Distribución de unidades de vigilancia y control Policía Nacional en el departamento del Huila

96

DEPARTAMENTO DE POLICIA HUILA

DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE VIGILANCIA Y CONTROL

DISTRITO	SEDE	ESTACIONES	SUBESTACIONES	PUESTOS	CAI
Uno	Neiva	3	1		10
Dos	Campoalegre	5			
Tres	Garzón	7	2	1	
Cuatro	Pitalito	9	2		
Cinco	La Plata	5			
Seis	Palermo	5			
Tello	Tello	4	1		

Fuente: Policía Nacional

• Educación Turística

Con ocasión de la promulgación de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila, cuya Apuesta Productiva de Turismo identificó como una limitante al desarrollo del sector la ausencia de un programa de formación del talento humano en turismo, surgió la oferta de programas de educación en los niveles de básica, media técnica y pregrado.

En el nivel de básica primaria y secundaria cuatro Instituciones Educativas³⁶ han incorporado la formación de la cultura turística en el Plan Educativo Institucional implementando la metodología Colegios Amigos del Turismo, metodología

³⁵ Fuente: www.policia.gov.co

³⁶ El Rosario de Tesalia, Luis Edgar Duran Ramírez de Paicol, Ana Elisa Cuenca Lara de Yaguará y Rodrigo Lara Bonilla de Neiva



diseñada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo³⁷. Por su parte el SENA ha creado una oferta de diez programas de formación turística articulados a la Media Técnica y tres universidades ofertan programas de formación superior en turismo, Corhuila en Administración de Empresas Turísticas; CUN en Administración Hotelaría y Turismo; y FET en Mercadeo de Productos Ecoturísticos.

En suma se puede advertir con meridiana claridad que el departamento del Huila, esto es, el conjunto administrativo Gobernación del Huila con las 37 alcaldías municipales, ofrecen las facilidades tipificadas como de soporte logístico para la operación turística de eventos, ferias y fiestas.

97

9.3) Beneficios vivenciales

Como ya se dijo en la definición de producto turístico, los beneficios vivenciales hacen referencia a la actividad que genera la motivación de viaje del turista, para el caso en desarrollo, la actividad generadora de la motivación de viaje es la participación en un evento, adicionalmente el turista busca complementar su experiencia con la realización de actividades de entretenimiento que bien puede ser: la participación en tour por los atractivos turísticos de la ciudad sede o de su entorno; rumba, cultura y compras.

Como experiencia vivencial para los efectos del presente trabajo, los eventos se han clasificado en institucionales y corporativos.

9.3.1) Eventos Institucionales

Los eventos institucionales se conciben como aquellos que organizan las entidades tanto del sector público como privado con frecuencia anual o bianual con el propósito de conmemorar una efeméride o simplemente de proveer entretenimiento a la población local, en algunas ocasiones, este tipo de eventos también convocan la presencia de turistas que se enfocan en el ocio productivo.

9.3.1.1) Secretaria Departamental de Cultura y Turismo

En desarrollo de su objeto misional la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo organiza o apoya a municipios e instituciones un total de 37 eventos de carácter cultural, de ellos tres convocan a los neivanos, 27 convocan a huilenses; 5 están perfilados para convocar a los colombianos y 2 están pensados para convocar al mundo.

³⁷ Fuente: Fundación del Alto Magdalena, CAT-2015

El 32.43% de los eventos institucionales que anualmente organiza y opera la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo están inmersos en la programación del Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco, un evento que se realiza en el puente festivo consagrado a San Pedro.

El cuadro ccc muestra los eventos institucionales que anualmente organiza o apoya la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo del Huila, identificando el mercado objetivo al cual está dirigido.

Cuadro 8 Eventos Institucionales – Secretaria Departamental de Cultura y Turismo

SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO							
No.	DEPARTAMENTO	EVENTOS INSTITUCIONALES	FECHA	MERCADO OBJETIVO			
				LOCAL	REGIONAL	NACIONAL	INTERNACIONAL
1	Artesanías	Encuentro Nacional de Maestro Artesanos	junio			1	
2		Feria Nacional Artesanal de Pitalito	Noviembre			1	
3	Vigías de patrimonio	Encuentro Departamental de Vigías del Patrimonio	Agosto		1		
4	Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco	Concurso Intercolegial de Rajaleña	Junio		1		
5		Encuentro Departamental de Bandas "Milciades Chato Duran"			1		
6		Encuentro Departamental de Música Campesina "Cantalicio Rojas"			1		
7		Encuentro Departamental de Rajaleñas "Ulises Charry" y "José Antonio Cuellar Rumichaca"			1		
8		Encuentro Departamental de Danza "Cesar Marino Andrade"			1		
9		Encuentro Departamental de Baile del Bambuco Tradicional			1		
10		Encuentro Departamental del Pasillo Huilense			1		
11		Encuentro Departamental de Musica Alternativa Rock y Paz			1		

12		Encuentro Departamental del Baile del Sanjuanero Huilense		1		
13		Festival de la Cultura Gastronomic del Huila		1		
14		Encuentro Internacional de Danza Inés García de Duran				1
15		Reinado Nacional el Bambuco y Muestra Interncinal del Folclor			1	
16		Encuentro Departamental de Cultura	Cada 2 años en Septiembre	1		
17		Celebración Día Mundial del Turismo	Septiembre	1		
18	Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco	Exposición de Arte visual- MACH	Noviembre	1		
19		Exposición Homenaje a la Mujer Arte Visual	Abril	1		
20		Exposición Temática	Mayo	1		
21		Festicrearte		1		
22		Cierre y muestra final escuelas de Formación Artística y Cultural	Noviembre	1		
23	Etnocultura	Día de la afrocolombianidad	21-may	1		
24		Encuentro Departamental de Etnias	21- 25 Junio	1		
25	Biblioteca	Día del Libro (Actividades en todas las bibliotecas públicas)	23-abr	1		
26		Creación Biblioteca Deptal "Olegario Rivera"- Realización Encuentro Departamental de Lectura y Bibliotecas	19-may	1		
TOTAL				3	27	5 2

Fuente: Secretaria Departamental de Cultura y Turismo del Huila, 2015



9.3.2) Eventos Institucionales de los municipios del Huila

9.3.2.1) Municipio Acevedo

- **Eventos**

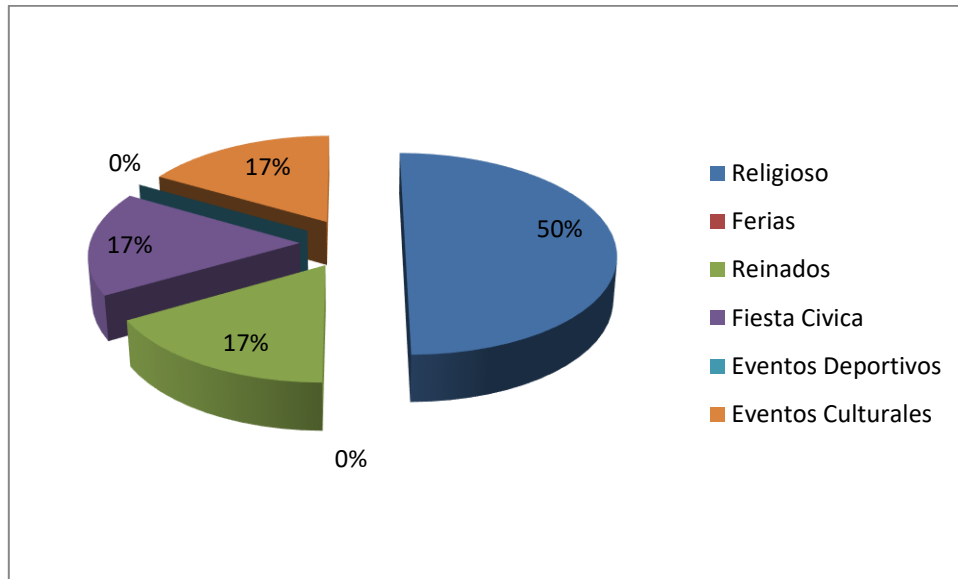
Cuadro 9 Eventos Institucionales del municipio de Acevedo

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE ACEVEDO AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Fiesta patronal Inmaculada Concepción	08-dic
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	06-ago
7	DEPORTIVO	No registra	-
8	CULTURAL	Festival del Retorno	06-ene
9			

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- **% Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 3 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Acevedo



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.2) Municipio Agrado

- Eventos**

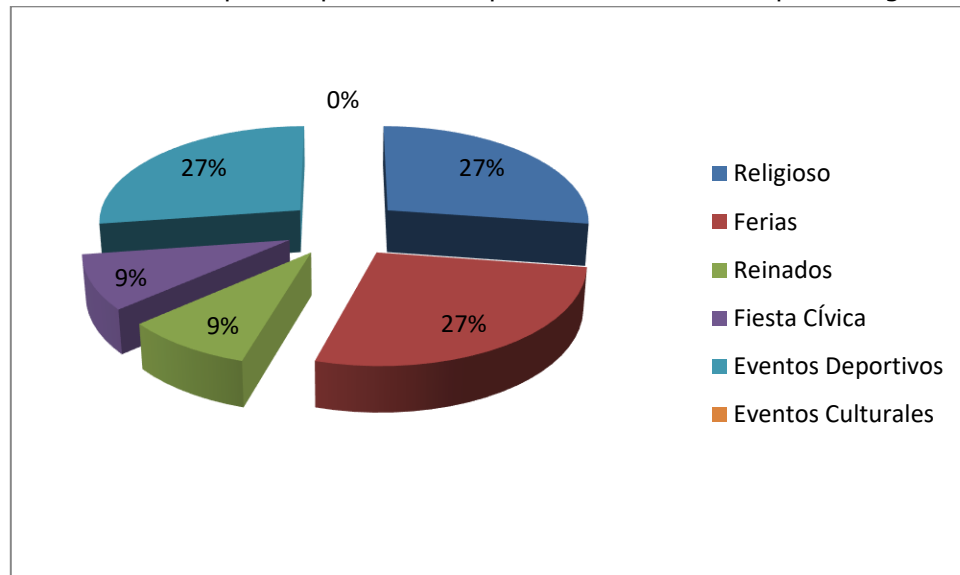
Cuadro 10 Eventos Institucionales del municipio de Agrado

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE AGRADO AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Patronal Virgen de las Mercedes	24-sep
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Equina, Bovina y de Especies Menores	Última semana de Mayo
5		Subasta ganadera	Primera de Junio y cada dos meses
6		Feria comercial	10 al 13 de Junio
7	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
8	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	24-mar
9	DEPORTIVO	Campeonato Municipal de Fútbol	Marzo- Sept
10		Campeonato de Microfútbol	Abril-Oct
11		Campeonato de Baloncesto	Abril-Oct
12	CULTURAL	No registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- % Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 4 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Agrado



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.3) Municipio Aipe

- Eventos**

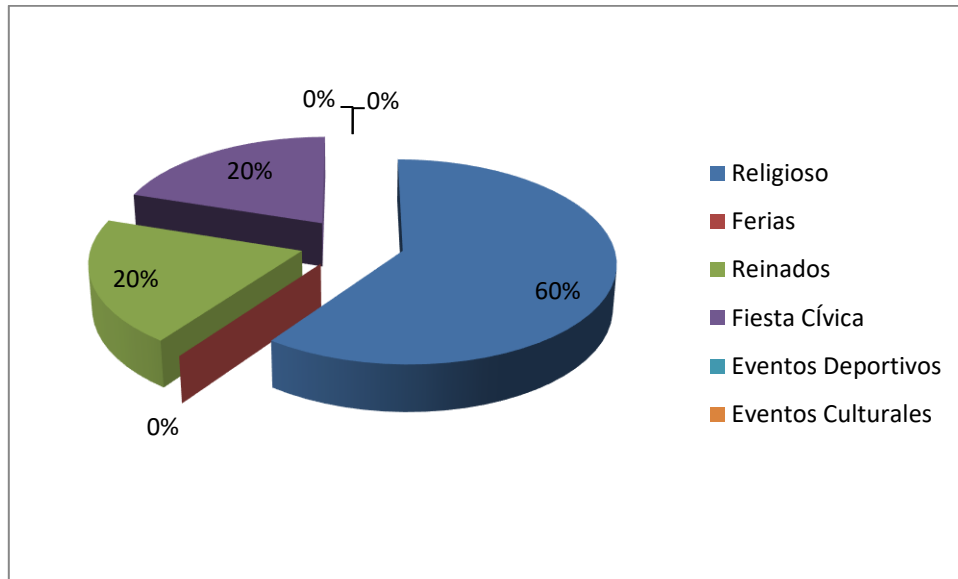
Cuadro 11 Eventos Institucionales del municipio de Aipe

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE AIPE AÑO 2005			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Nuestra Señora de los Dolores	17-sep
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS		
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	02-ene
7	DEPORTIVO		
8	CULTURAL		

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- % Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 5 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Aipe



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.4) Municipio Algeciras

- Eventos**

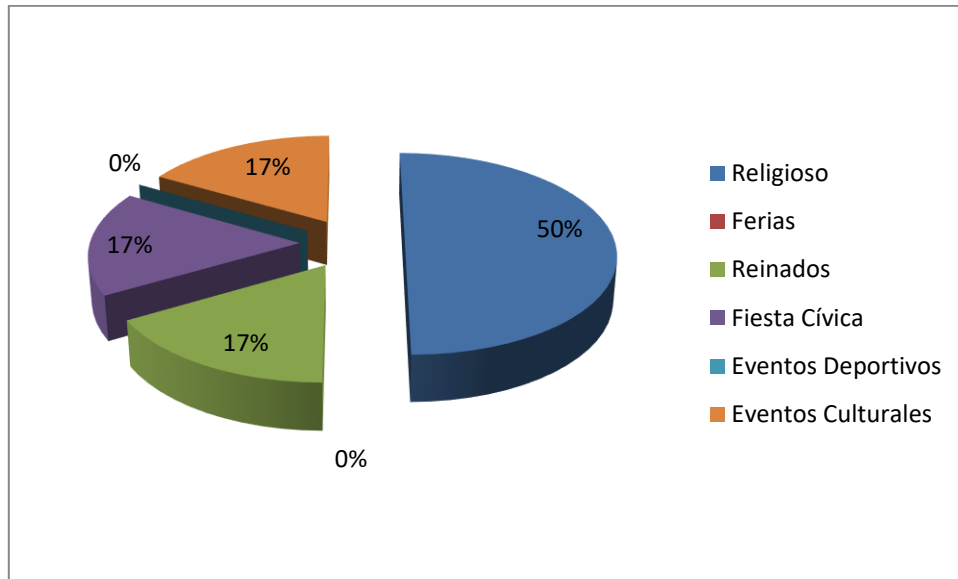
Cuadro 12 Eventos Institucionales del municipio de Algeciras

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE ALGECIRAS AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Patronal a la Virgen de Lourdes	11-feb
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	10-feb
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	Festival del Retorno	20-jul

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- % Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 6 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Algeciras



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.5) Municipio Altamira

- Eventos**

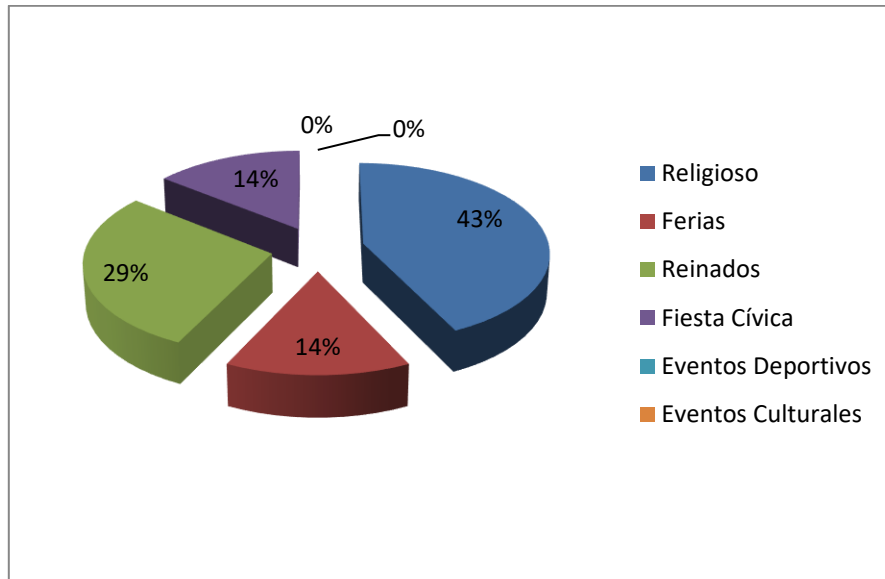
Cuadro 13 Eventos Institucionales del municipio de Altamira

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE ALTAMIRA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Fiesta patronal a San Roque	16-ago
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Exposición Equina	14 al 17 Agosto
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
		Reinado Departamental del Bizcocho de Achira	13,14,15,16 Agosto
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	18-oct
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- % Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 7 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Altamira



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.6) Municipio Baraya

- Eventos**

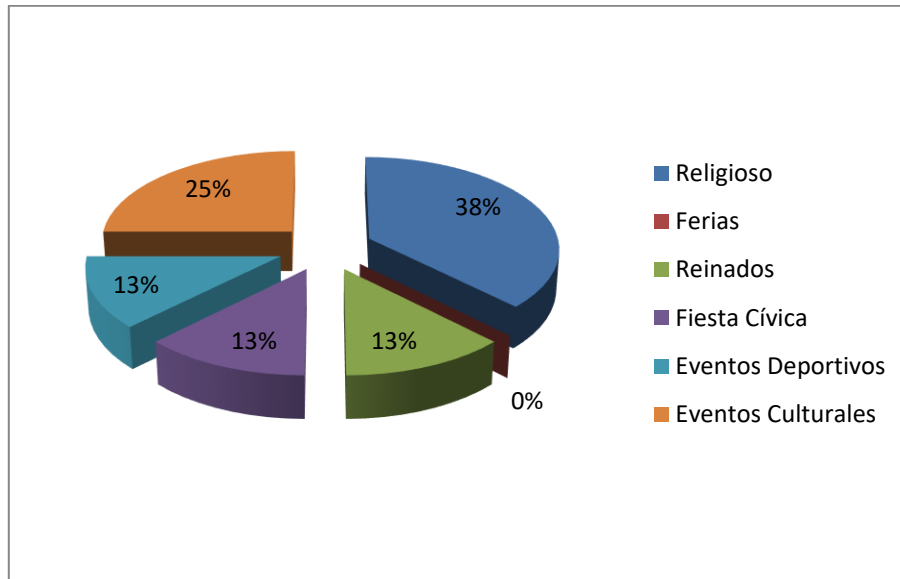
Cuadro 14 Eventos Institucionales del municipio de Baraya

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE BARAYA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Virgen del Carmen	16-jul
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	01-ene
7	DEPORTIVO	Olimpiadas Campesinas	Octubre - Noviembre
8	CULTURAL	Festival del Retorno	Octubre – Noviembre
9		Concurso de Música Campesina	Octubre – Noviembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- % Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 8 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Baraya



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.7) Municipio Campoalegre

• Eventos

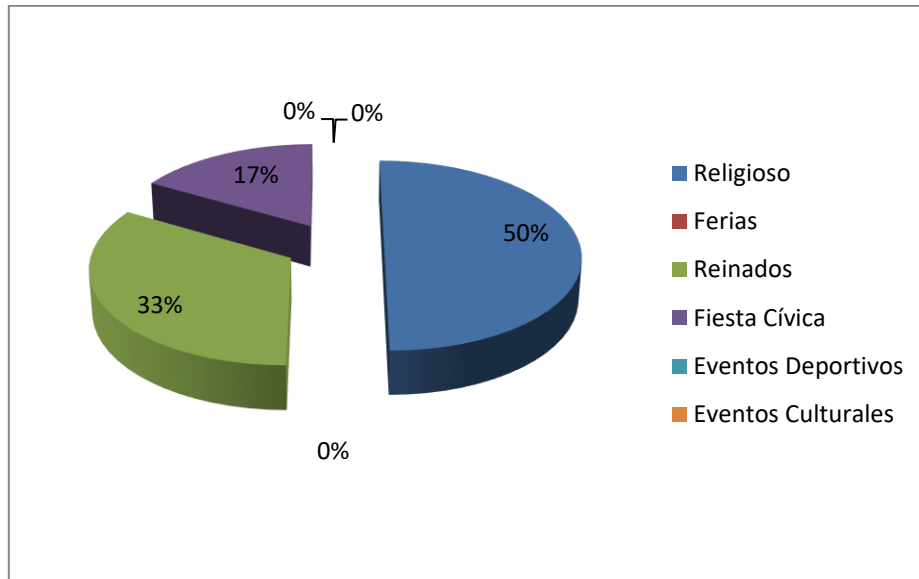
Cuadro 15 Eventos Institucionales del municipio de Campoalegre

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE CAMPOALEGRE AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Virgen de la Candelaria.	02-feb
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6		Reinado Departamental del Arroz	15-ago
7	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	16-ago
8	DEPORTIVO	No Registra	-
9	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 9 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Campoalegre



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.8) Municipio Colombia

- Eventos**

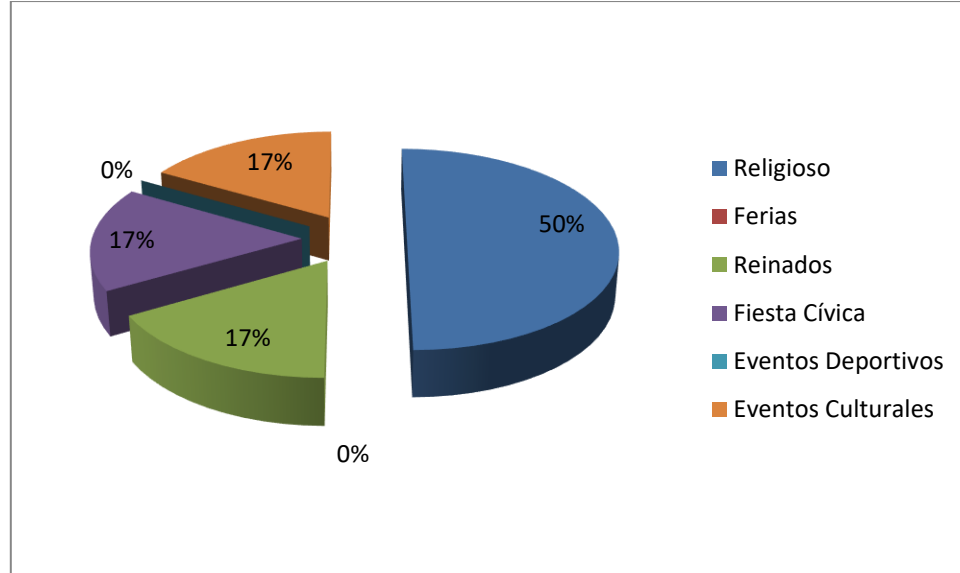
Cuadro 16 Eventos Institucionales del municipio de Colombia

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE COLOMBIA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Virgen de las Mercedes	24-sep
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	05-abr
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	Semana Cultural	Septiembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- % Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 10 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Colombia



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.9) Municipio Elías

• Eventos

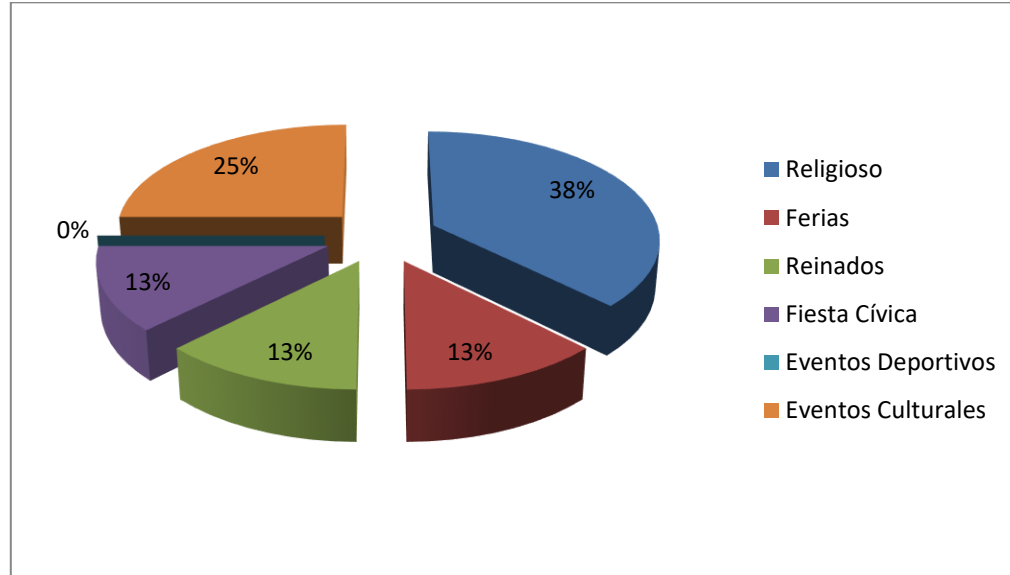
Cuadro 17 Eventos Institucionales del municipio de Elías

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE ELÍAS AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San Emigdio	09-ago
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Fiesta del Campesino	Agosto
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	26-sep
7	DEPORTIVO	No Regitra	-
8	CULTURAL	Festival Musical del Macizo Colombiano	Junio
9		Festival de Teatro "La Nariz Contra el Piso"	Octubre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 11 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Elías



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.10) Municipio El Pital

• Eventos

Cuadro 18 Eventos Institucionales del municipio de El Pital

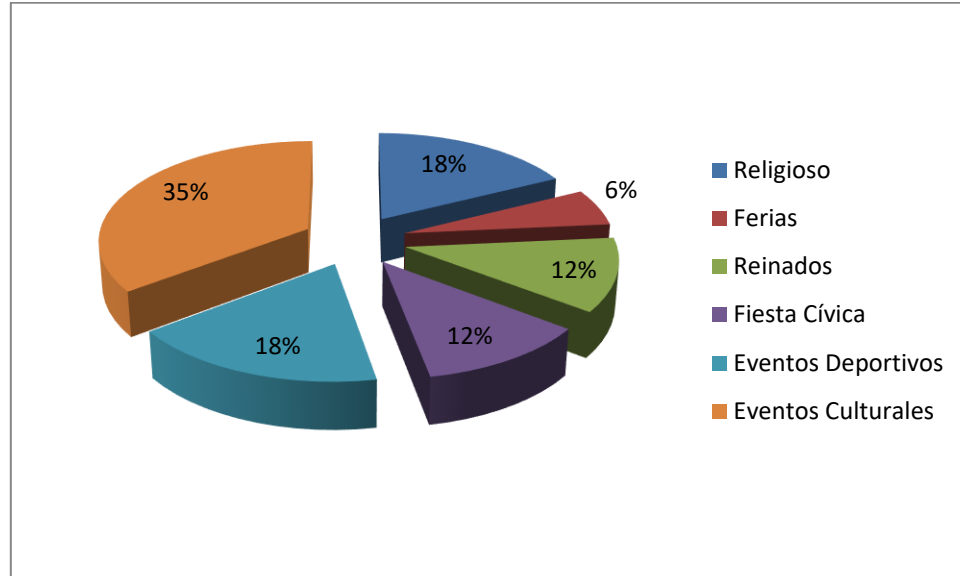
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE EL PITAL AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Patronal Sta Rosa de Lima	23-ago
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Ferias Artesanal y Agrícola	15-may
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6		Reinado de las Rositas	23-ago
7	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	12-nov
8		Día de la Independencia	20-jul
9	DEPORTIVO	Campeonatos Municipales (Microfútbol, fútbol, baloncesto, voleybol)	
10	CULTURAL	Campeonato Veteranos	Noviembre
11		Campeonato Interveredal	
12		Encuentro de Música Campesina	24-jun
13		Encuentro de Música Andina	Junio
14		Encuentro de Rajaleñas	Junio
15		Encuentro de Danzas	Junio

16		Encuentro de Bandas Marciales	Noviembre
17		Encuentro de Población con Discapacidad	Diciembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 12 Participación porcentual tipo de eventos municipio de El Pital



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.11) Municipio Garzón

• Eventos

Cuadro 19 Eventos Institucionales del municipio de Garzón

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE GARZÓN AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San Miguel Arcángel	29-sep
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Expoferia Garzón	Mayo
5		Feria Artesanal La Jagua	Octubre
6	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
7	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	17-ene
8		Día de la Independencia	20-jul
9	DEPORTIVO	Campeonato Nacional de Tejo	17-ene
10	CULTURAL	Circuito de Teatro	Mayo

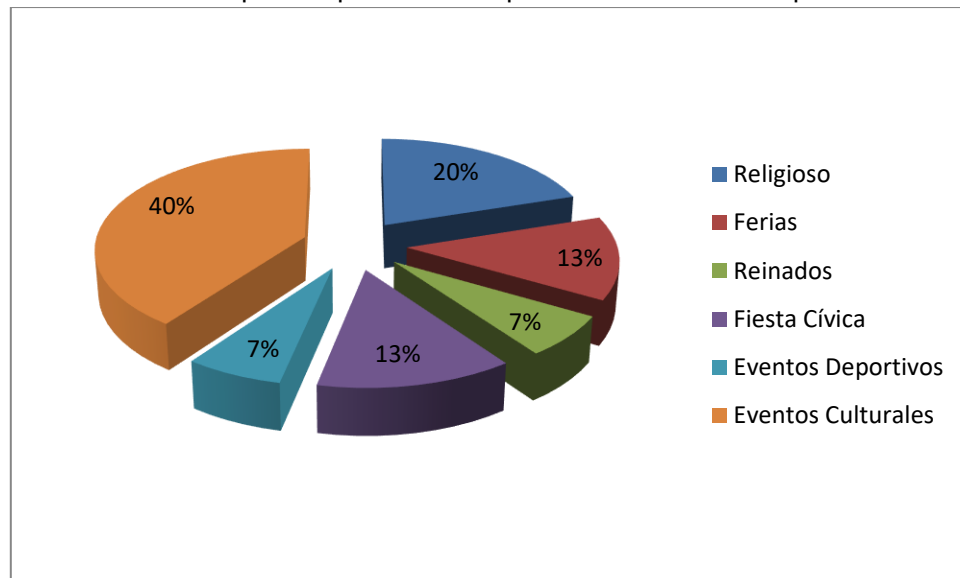
11		Festival Folclórico de Garzón	Junio
12		Semana Cultural	7 al 13 Diciembre
13		Destellos de Navidad	16-23 Diciembre
14		Concurso de Música Campesina" Eduardo reyes"	Septiembre
15		Festival de Brujas de la Jagua	Octubre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

111

Gráfica 13 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Garzón



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.12) Municipio Gigante

• Eventos

Cuadro 20 Eventos Institucionales del municipio de Gigante

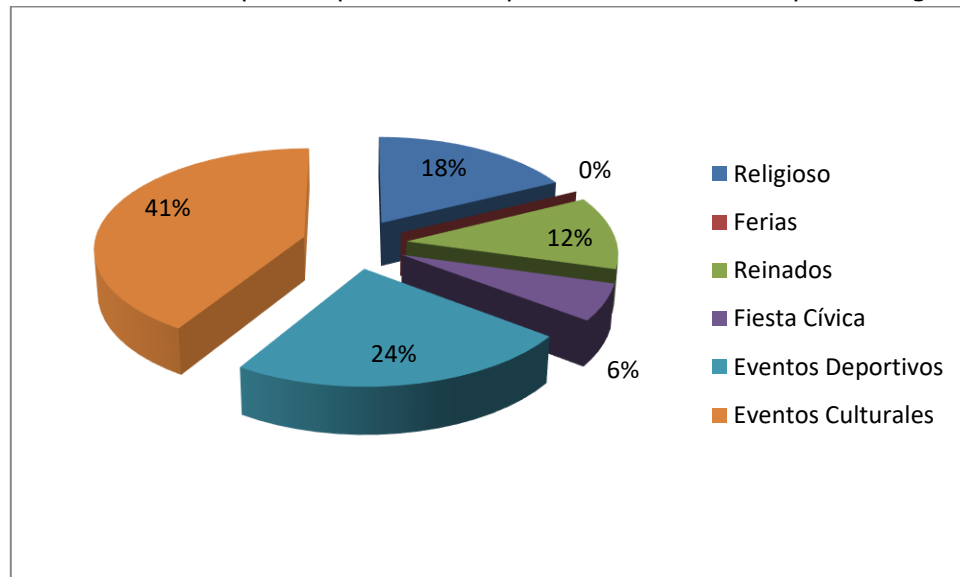
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE GIGANTE AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San Antonio de Pádua	11-jun
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6		Reinado Departamental del Cacao y del Café	12-oct
7	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	17-sep
8	DEPORTIVO	Encuentro de las Colonias Giganteñas Fútbol	Octubre

9		Carrera Atlética Nacional	17-ene
10		Festival Surcolombiano de Fútbol	Octubre
11		Travesía Nacional Ciclomontañismo	Octubre
12	CULTURAL	Encuentro Departamental de Danza	Octubre
13		VI Encuentro Departamental de Música Campesina	Octubre
14		III Encuentro Departamental de Música Alternativa	Octubre
15		Muestra artesanal y gastronómica	Octubre
16		V Banda Vientos Juveniles	Octubre
17		Encuentro Departamental de Danzas por Pareja	Octubre
18		Festival Folclórico	Octubre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- **% Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 14 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Gigante



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.13) Municipio Guadalupe

- **Eventos**

Cuadro 21 Eventos Institucionales del municipio de Guadalupe

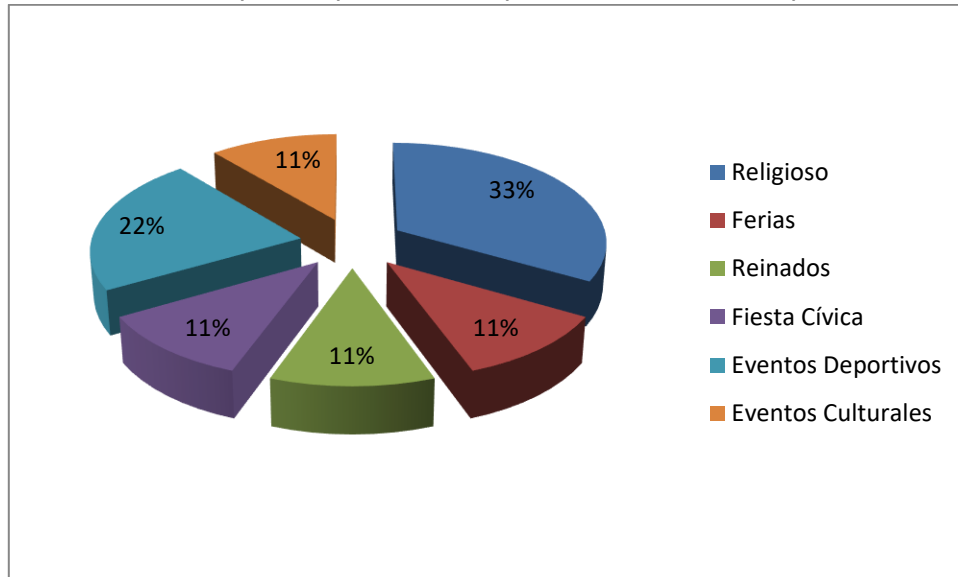
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
LÍNEA BASE MUNICIPIO DE GUADALUPE AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Patronales Virgen de Guadalupe	12-dic
2		Semana Santa	Marzo - Abril

3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Agrícola, Ganadera y Exposición Equina	Finales de octubre
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	27-nov
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	Día del Campesino	07-jun

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 15 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Guadalupe



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.14) Municipio Hobo

• Eventos

Cuadro 22 Eventos Institucionales del municipio de Hobo

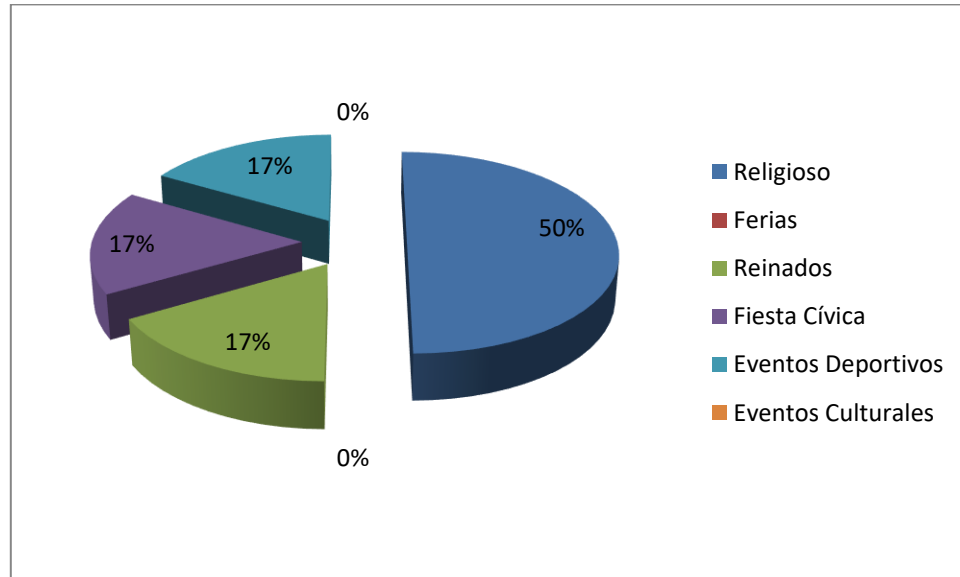
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE HOBO AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Patronal San Juan Bautista	24-jun
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio

6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	05-sep
7	DEPORTIVO	Campeonato Microfútbol Masculino	Marzo-Junio
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 16 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Hobo



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.15) Municipio Íquira

• Eventos

Cuadro 23 Eventos Institucionales del municipio de Íquira

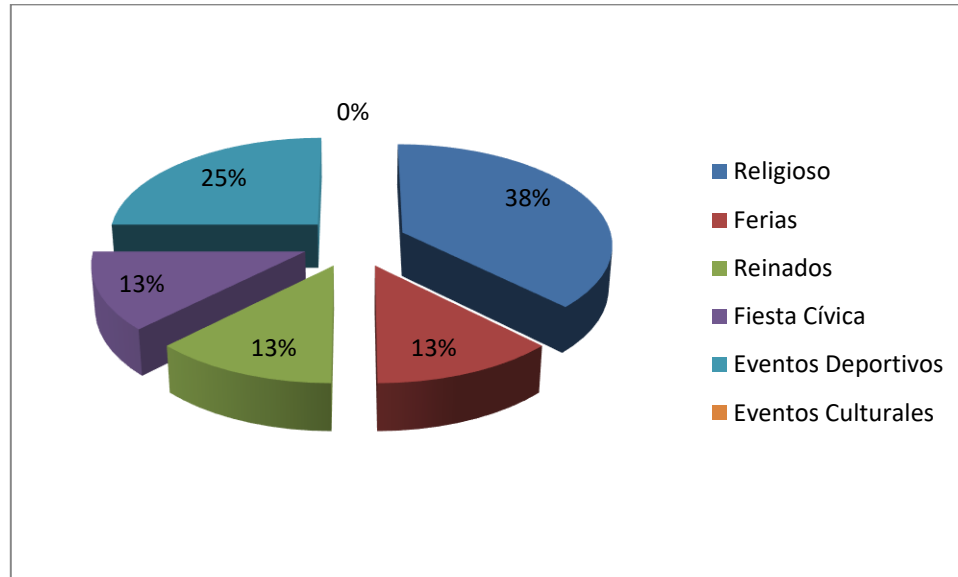
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
LÍNEA BASE MUNICIPIO DE ÍQUIRA AÑO 2005			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San Francisco	04-oct
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Ganadera y Equina	15-may
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	14-ene
7	DEPORTIVO	Campeonato Fútbol	Junio-Agosto
8		Campeonato Microfútbol Femenino	Septiembre

9	CULTURAL	No Registra	-
---	----------	-------------	---

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- **% Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 17 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Íquira



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.16) Municipio Isnos

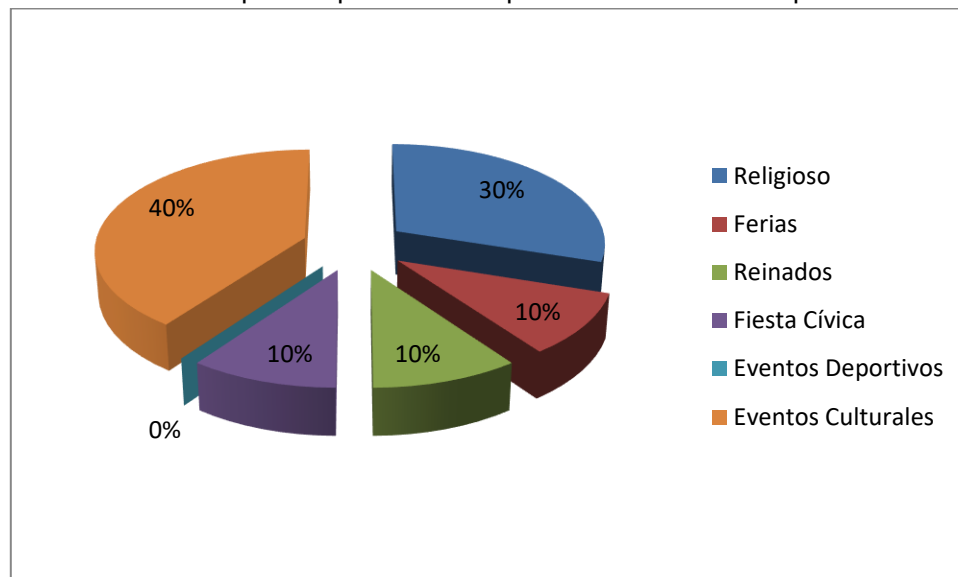
- **Eventos**

Cuadro 24 Eventos Institucionales del municipio de Isnos

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE ISNOS AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San José	19-mar
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Equina, Ganadera y Comercial	Entre 18 y 25 Noviembre
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	05-dic
7	DEPORTIVO		
8	CULTURAL	Semana Cultural	Agosto o Noviembre
9		Concierto Celebra la Música	Noviembre
10		Carnavales de Blancos y Negros	06 de Enero

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 18 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Isnos



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.17) Municipio La Argentina

• Eventos

Cuadro 25 Eventos Institucionales del municipio de La Argentina

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE LA ARGENTINA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San Isidro	15-may
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Exposición Equina, Bovina y especies menores	1puente Nov
5		Feria del Café	21-nov
6		Feria de los Comerciantes	Mayo
7	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
8	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	15-oct
9		Día de la Independencia	20-jul
10	DEPORTIVO	Copa Sampedrina de Fútbol	24-27 Junio
11		Copa Navideña de Fútbol	26-29 Dic
12	CULTURAL	Festival Artístico de la Montaña (teatro callejero)	4-6 Enero

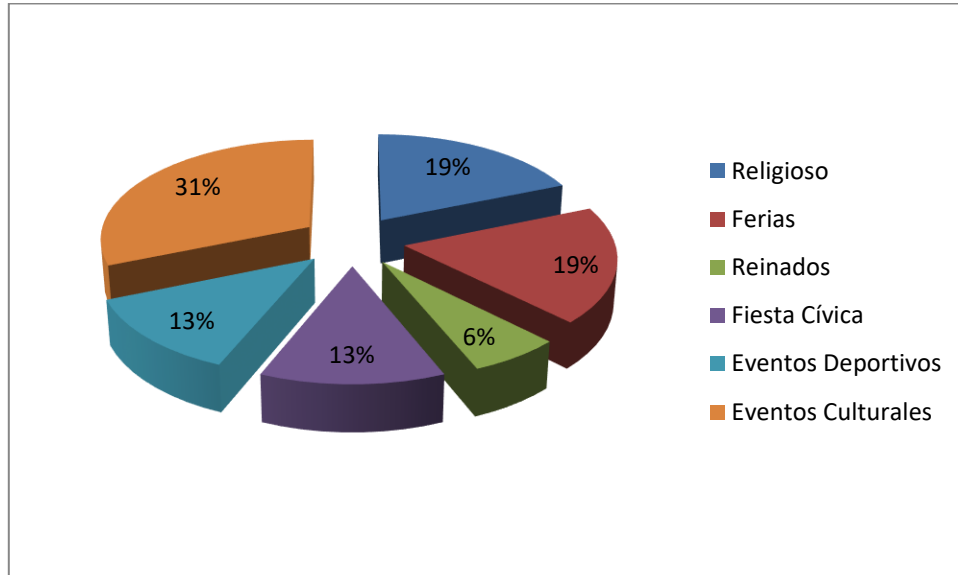
13		Día Madres	12-may
14		Día Niñez	29-abr
15		Día Campesino	Junio
16		Noche de Velitas	07-dic

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

117

Gráfica 19 Participación porcentual tipo de eventos municipio de La Argentina



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.18) Municipio La Plata

• Eventos

Cuadro 26 Eventos Institucionales del municipio de La Plata

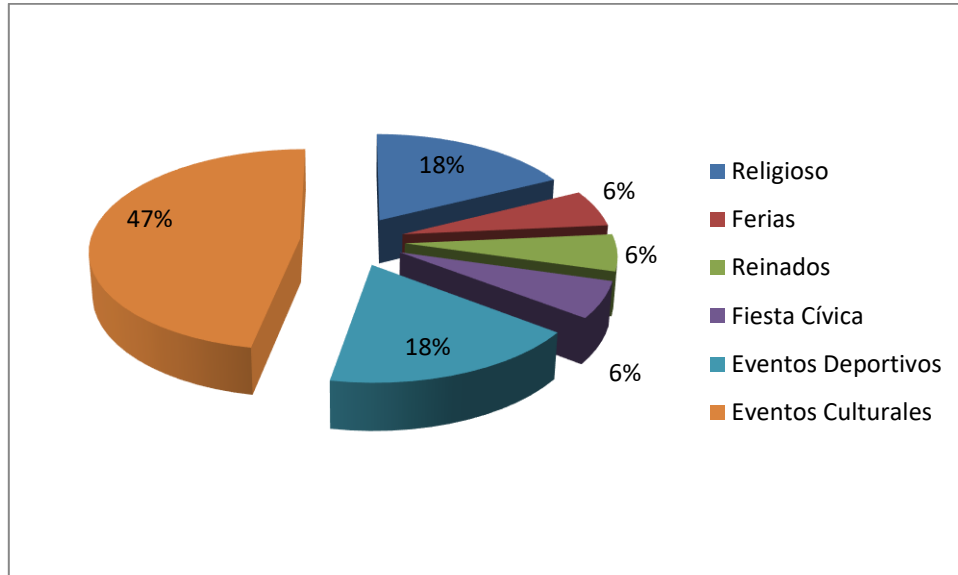
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE LA PLATA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San Sebastián	20-ene
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Ganadera	Enero
5		Feria Equina	Julio
6	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
7	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	05-jun

8	DEPORTIVO	Juegos Campesinos	Julio
9		Juegos Intercolegiales	Mayo o Junio
10		Juegos Interescolares	Octubre o Nov
11	CULTURAL	Fiesta del Campesino	Junio
12		Día del Músico" Celebra la música"	Noviembre
13		Festival Estudiantil de Teatro (colegio)	Mayo
14		Festival Nacional de Cultura por una Sana Convivencia	Mayo
15		Encuentro de Danzas" Evita roso de Palacios"	Junio
16		Encuentro de Música Colombiana" Jose Antonio Obando"	Junio
17		Encuentro del Bambuco Tradicional" Reynaldo Pérez"	Junio
18		Encuentro de Rajaleñas" Augusto José Cuellar"	Junio

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 20 Participación porcentual tipo de eventos municipio de La Plata



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.19) Municipio Nátaga

• Eventos

Cuadro 27 Eventos Institucionales del municipio de Nátaga

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE NÁTAGA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA

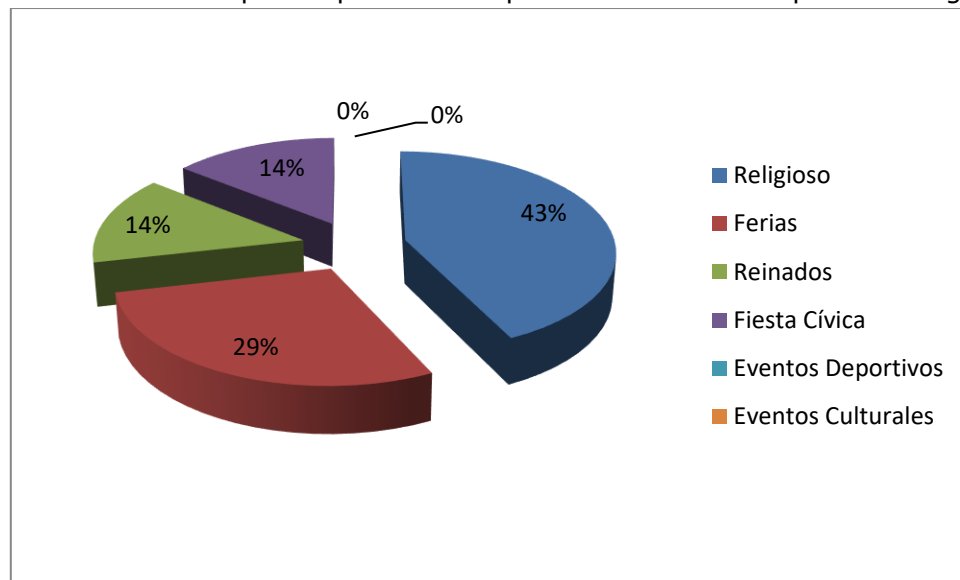
1	RELIGIOSO	Virgen de Las Mercedes	24-sep
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Ganadera	Agosto
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	04-ene
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

119

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 21 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Nátaga



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.20) Municipio Neiva

• Eventos

Cuadro 28 Eventos Institucionales del municipio de Neiva

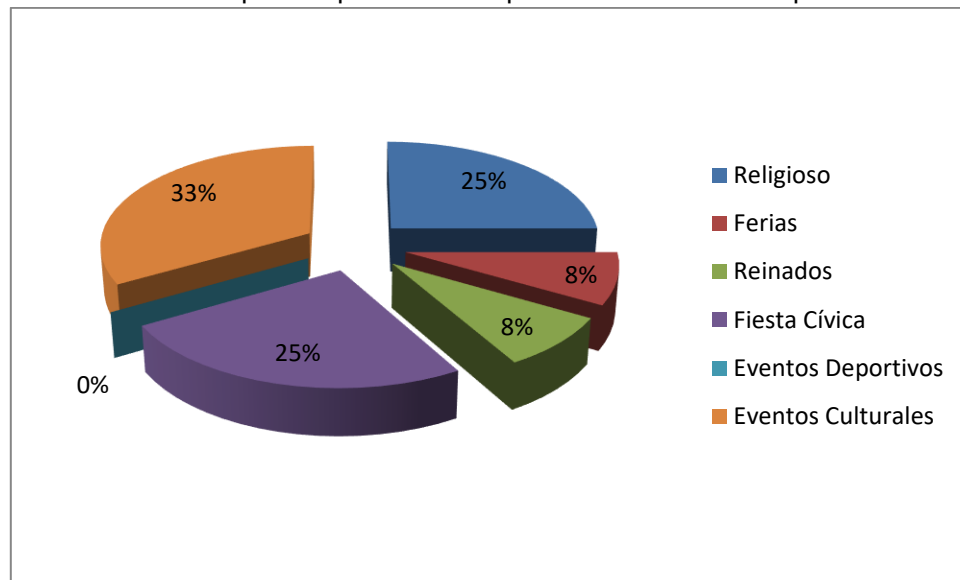
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE NEIVA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Inmaculada concepción	08-dic
2		Semana Santa	Marzo - Abril

3		Navidad	24-dic
4		No Registra	-
5	FERIAS	Feria Ganadera y Muestra Equina	15-may
6	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
7	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	24-may
8		Mingo Pinzón	Último Viernes Enero
9		Orden de La Vorágine	14-jun
10	DEPORTIVO	No Registra	-
11	CULTURAL	Viva la Palabra Viva	Noviembre
12		Festival Internacional de Cuenteros	Octubre
13		Bienal de novela	cada 2 años
14		Encuentro de Escritos - Luis Ernesto Lasso	cada 2 años

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 22 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Neiva



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.21) Municipio Oporapa

• Eventos

Cuadro 29 Eventos Institucionales del municipio de Oporapa

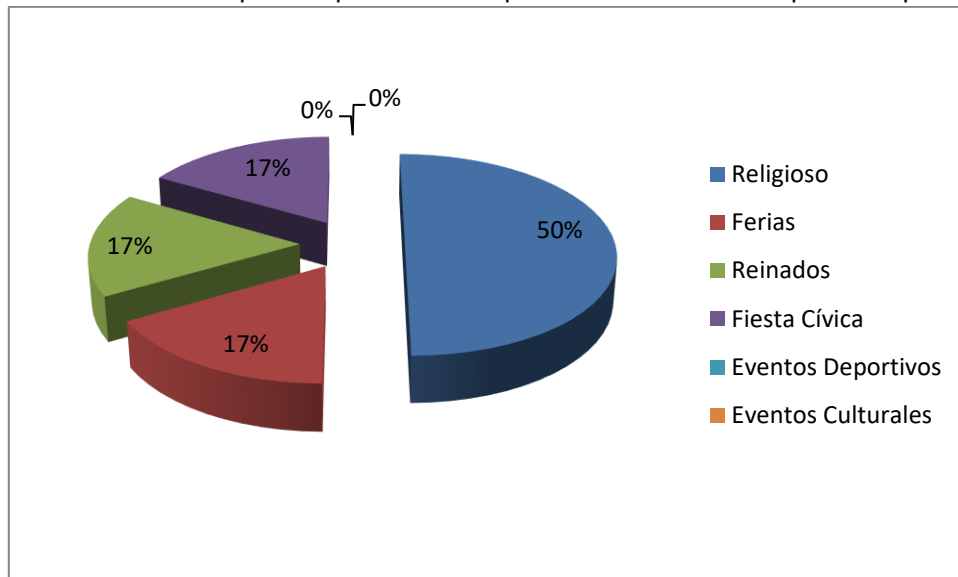
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE OPORAPA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA

1	RELIGIOSO	Virgen de Las Lajas	15-oct
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Equina y Ganadera	Mayo
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	16-abr
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 23 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Oporapa



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.22) Municipio Paicol

• Eventos

Cuadro 30 Eventos Institucionales del municipio de Paicol

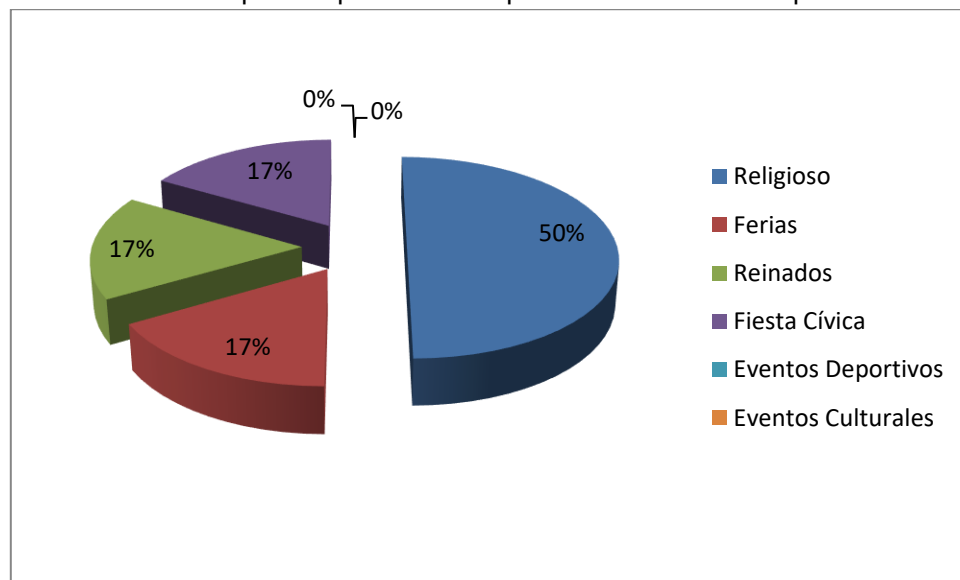
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE PAICOL AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Santa Rosa de Lima	22-ago

2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Ganadera y Exposición Equina Grado B	Mayo
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	10-nov
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- **% Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 24 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Paicol



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.23) Municipio Palermo

- **Eventos**

Cuadro 31 Eventos Institucionales del municipio de Palermo

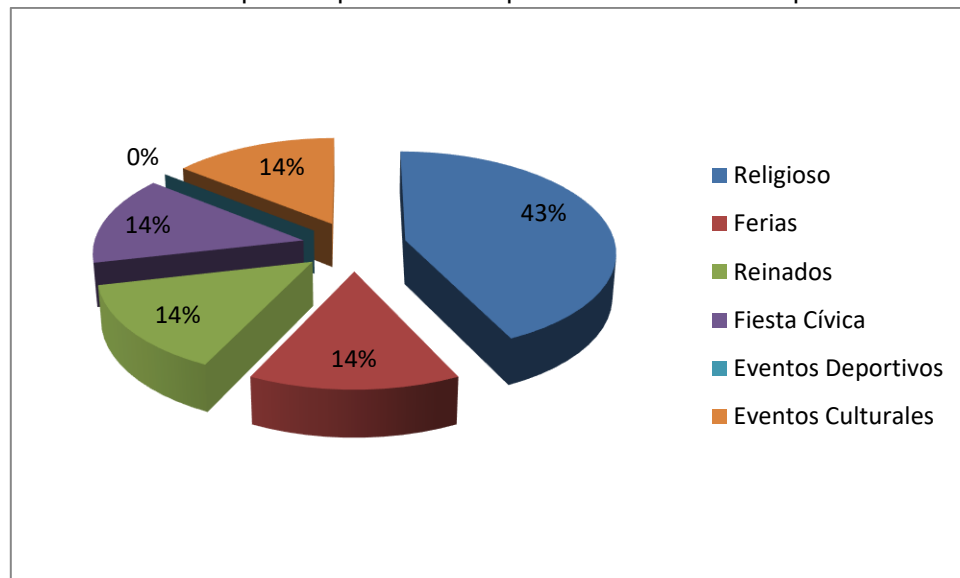
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE PALERMO AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Santa Rosalí	04-sep
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic

4	FERIAS	Feria Equina	Septiembre
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	07-ene
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	Semana Cultural	Noviembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 25 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Palermo



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.24) Municipio Palestina

• Eventos

Cuadro 32 Eventos Institucionales del municipio de Palestina

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE PALESTINA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Nuestra Señora de Aránzazu	09-sep
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio

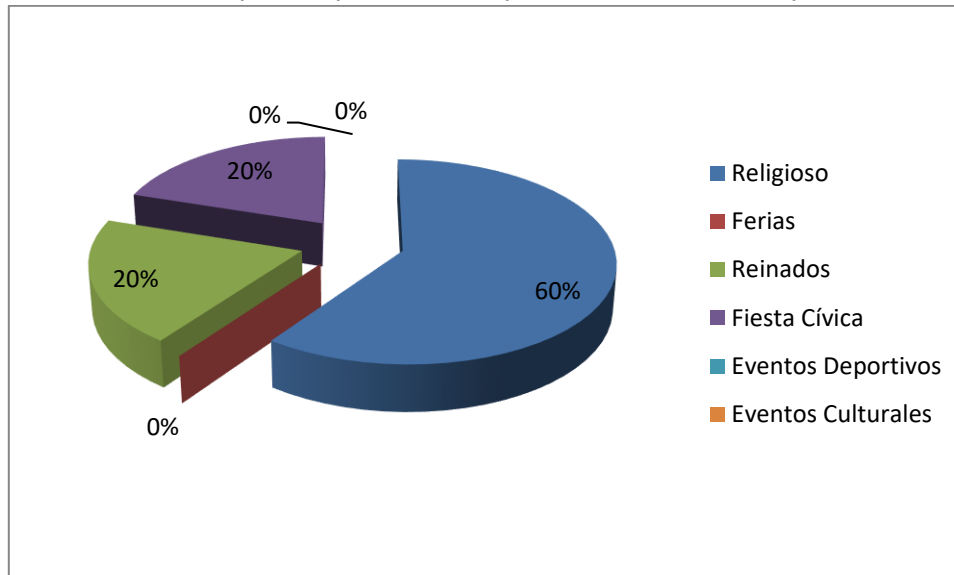
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	30-jul
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- **% Tipología de Eventos Institucionales**

124

Gráfica 26 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Palestina



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.25) Municipio Pitalito

- **Eventos**

Cuadro 33 Eventos Institucionales del municipio de Pitalito

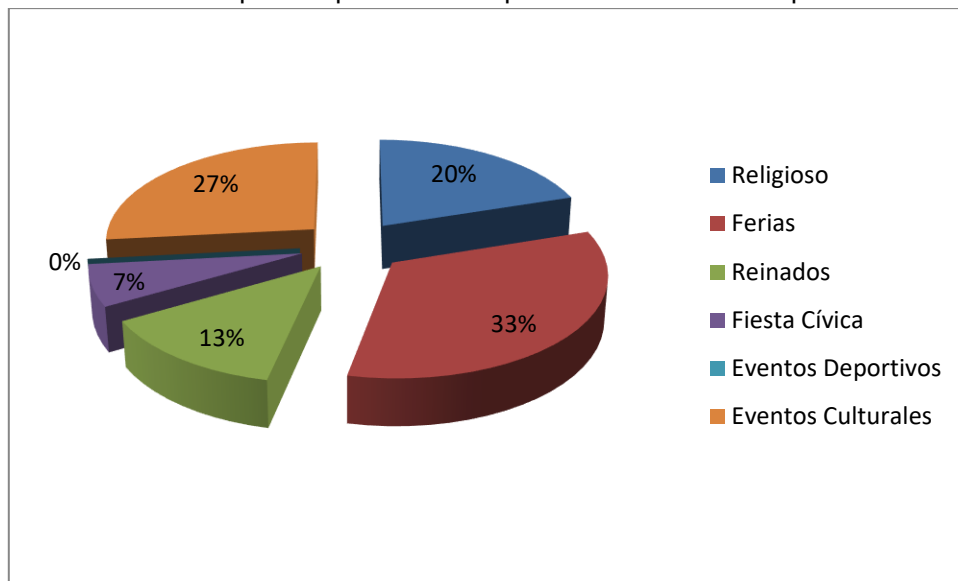
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE PITALITO AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San Antonio de Pádua	13-jun
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Equina Grado B	Noviembre
5		Feria Artesanal	Noviembre
6		Feria Equina Grado A	Mayo
7		Feria Automotriz(Fenalco)	Mayo

8	REINADOS	Feria Regional Gastronómica	Junio
9		Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
10		Reinado Surcolombiano de Integración	Junio
11	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	13-jun
12	DEPORTIVO	No Registra	-
13	CULTURAL	Festival de Música Andina	Octubre
14		Festival de Música Tradicional Re-Cuerdas	Octubre
15		Festival de Bandas Musicomarciales	Sep-Oct
16		Festival de Música Tradicional	Mayo

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 27 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Pitalito



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.26) Municipio Rivera

• Eventos

Cuadro 34 Eventos Institucionales del municipio de Rivera

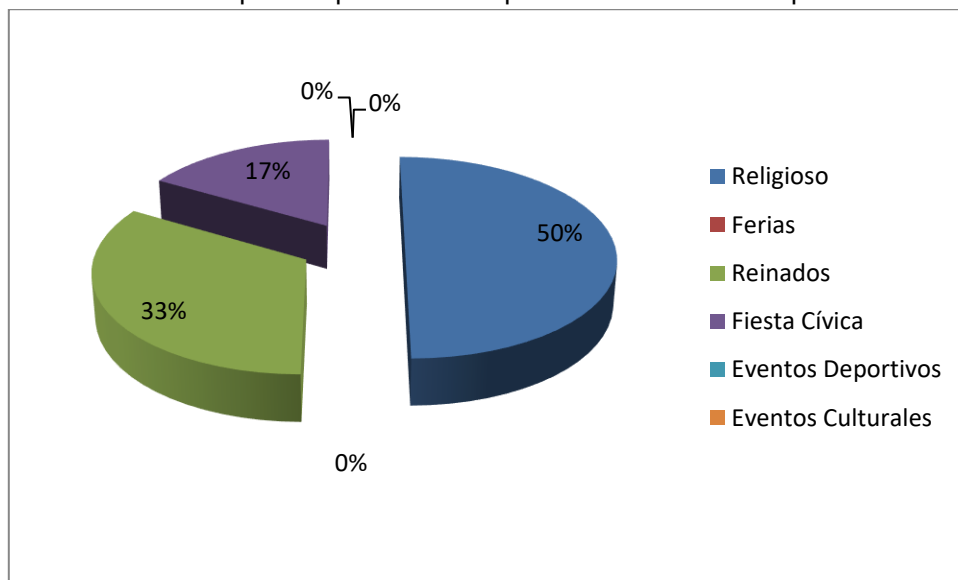
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE RIVERA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Nuestra Señora del Perpetuo Socorro	16-jun
2		Semana Santa	Marzo - Abril

3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6		Reinado Departamental Infantil del Sanjuanero Huilense	Julio
7	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	03-ene
8	DEPORTIVO	No Registra	-
9	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- **% Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 28 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Rivera



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.27) Municipio Salado Blanco

- **Eventos**

Cuadro 35 Eventos Institucionales del municipio de Salado Blanco

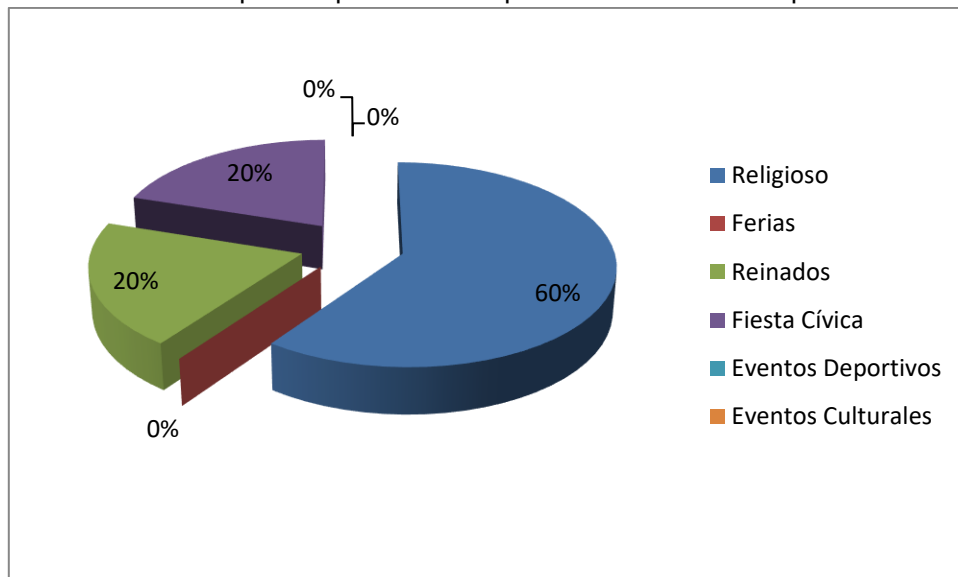
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE SALADOBLANCO AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Virgen de Las Mercedes	24-sep
2		Semana Santa	Marzo - Abril

3		Navidad	24-dic
4	FERIAS		
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	17-dic
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 29 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Saladoblanco



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.28) Municipio San Agustín

• Eventos

Cuadro 36 Eventos Institucionales del municipio de San Agustín

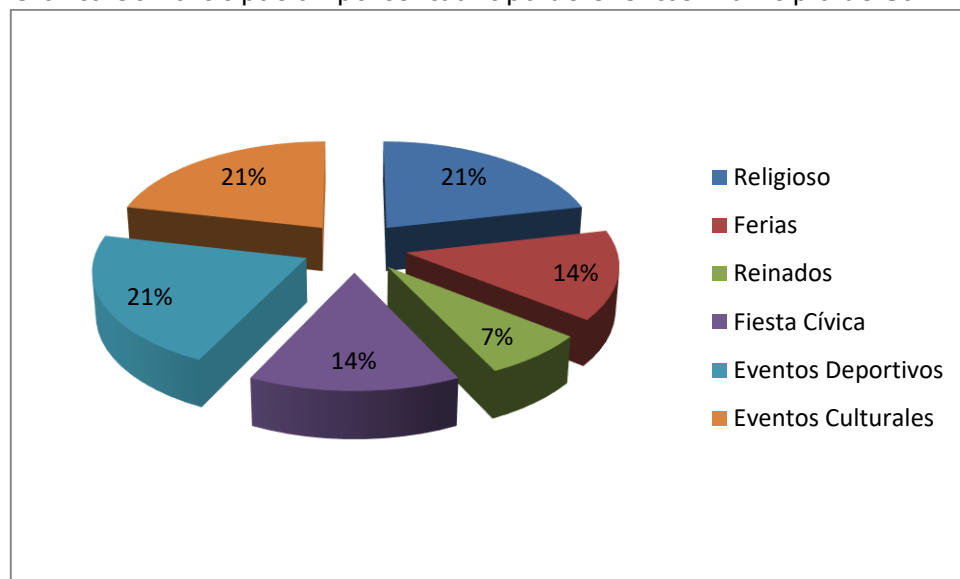
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE SAN AGUSTÍN AÑO 2015			
No .	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San Agustín	28-ago
2		Semana Santa	Marzo - Abril

3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Artesanal	Semana Santa
5		Festival Equino	Octubre
6	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
7	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	20-nov
8		Día de la Independencia	20-jul
9	DEPORTIVO	Olimpiadas Campesinas	Octubre
10		Torneos Deportivos Intermunicipales: Fútbol, baloncesto, futsal, ciclismo, atletismo	Agosto
11		" A recrearnos con cultura y deporte" Ciclovía, patinaje, juegos tradicionales, juegos de banquitos, ajedrez, arte y cultura(danzas, música, chirimía)	Cada 15 días
12	CULTURAL	Peñas Culturales	Festivos
13		Semana Cultural	Octubre
14		Día del Turismo y Patrimonio	27-sep

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 30 Participación porcentual tipo de eventos municipio de San Agustín



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.29) Municipio Santa María

- Eventos**

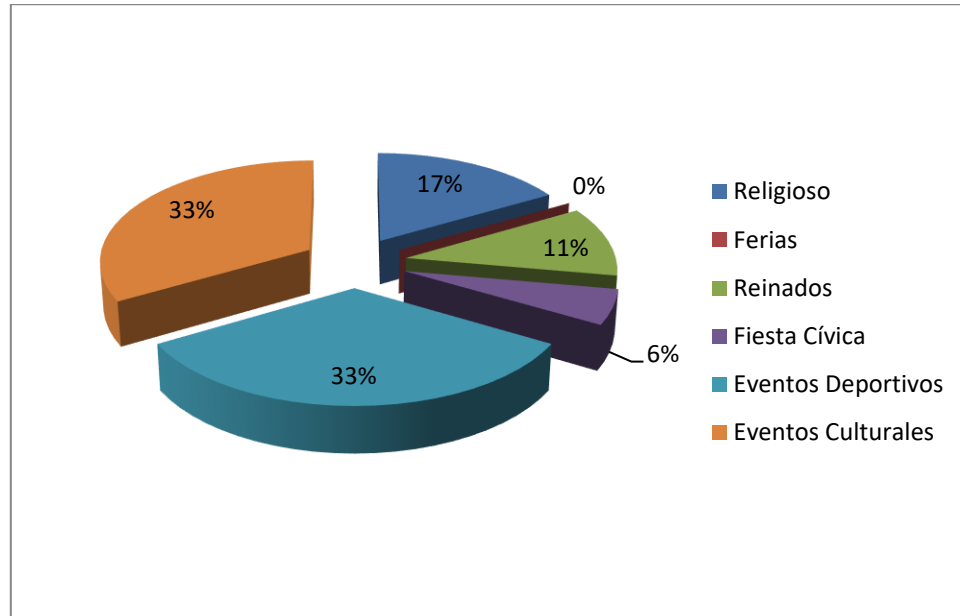
Cuadro 37 Eventos Institucionales del municipio de Santa María

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE SANTA MARÍA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Patronal Virgen del Carmen	16-jul
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS		
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6		Reinado de la Simpatía	14-18 Agosto
7	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	26-nov
8	DEPORTIVO	Vacaciones Recreativas	Octubre
9		Programa Supérate	Abril- noviembre
10		Campeonato de Fútbol	Abril- noviembre
11		Campeonato de Fútbol de Salón	Abril- noviembre
12		Campeonato de Baloncesto	Abril- noviembre
13		Válida de Ciclo Montañismo	Abril- noviembre
14	CULTURAL	Semana Cultural Municipal	Noviembre
15		Festival Internacional de Danzas en Pareja	Agosto
16		Concurso Departamental de Danzas en Pareja	Noviembre
17		Semana Cultural I.E. Santa Juana de Arco	Octubre
18		Encuentro Municipal del Adulto Mayor	Noviembre
19		Encuentro Municipal de Discapacitados	Noviembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- % Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 31 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Santa María



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.30) Municipio Suaza

• Eventos

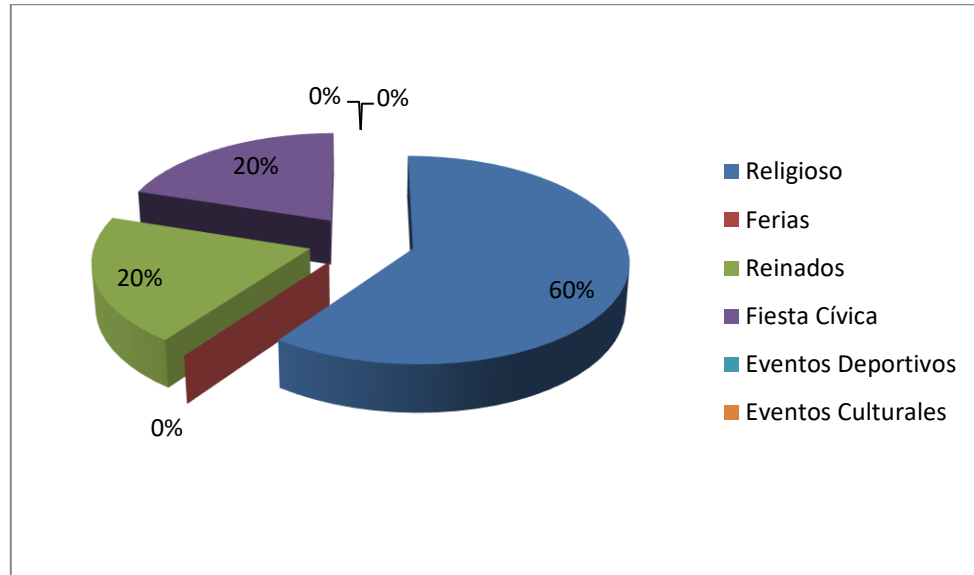
Cuadro 38 Eventos Institucionales del municipio de Suaza

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
LÍNEA BASE MUNICIPIO DE SUAZA AÑO 2005			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San Lorenzo	10-ago
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
5	FERIAS	No Registra	-
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	20-oct
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- **% Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 32 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Suaza



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.31) Municipio Tarqui

- **Eventos**

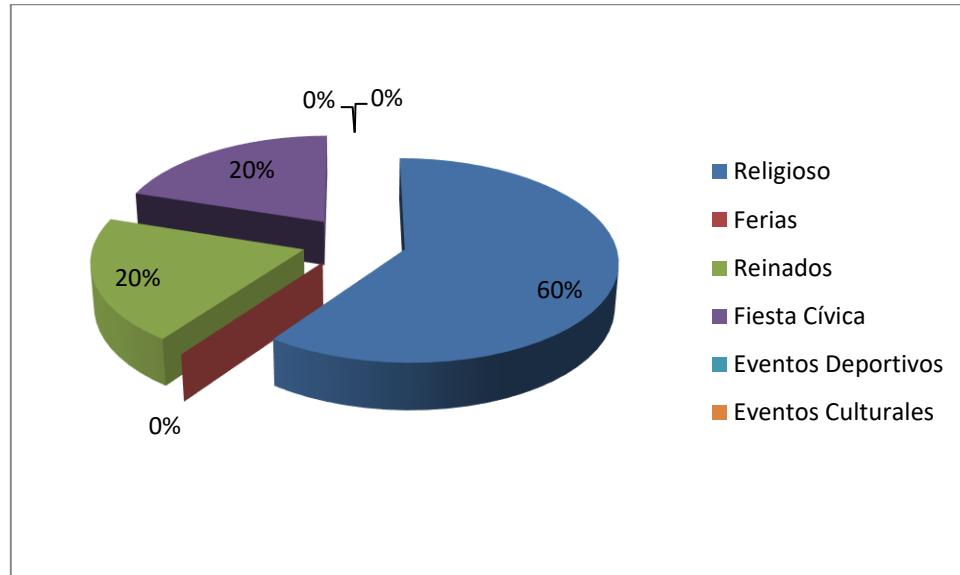
Cuadro 39 Eventos Institucionales del municipio de Tarqui

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE TARQUI AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Fiesta Patronal san Antonio de Padua	13-jun
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	19-jul
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- **% Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 33 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Tarqui



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.32) Municipio Tello

- **Eventos**

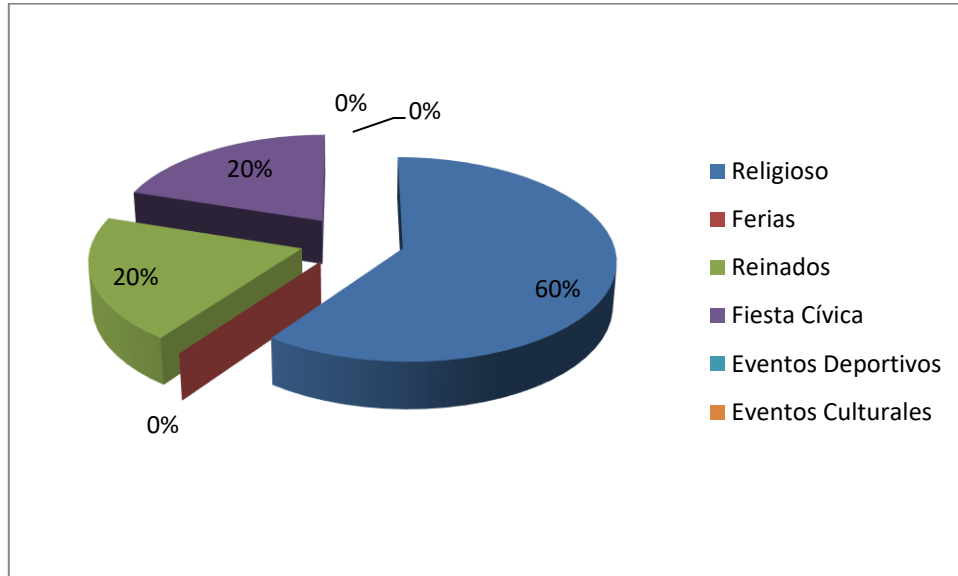
Cuadro 40 Eventos Institucionales del municipio de Tello

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE TELLO AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Santísima Trinidad	
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	01-mar
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- **% Tipología de Eventos Institucionales**

Gráfica 34 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Tello



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.33) Municipio Teruel

• Eventos

Cuadro 41 Eventos Institucionales del municipio de Teruel

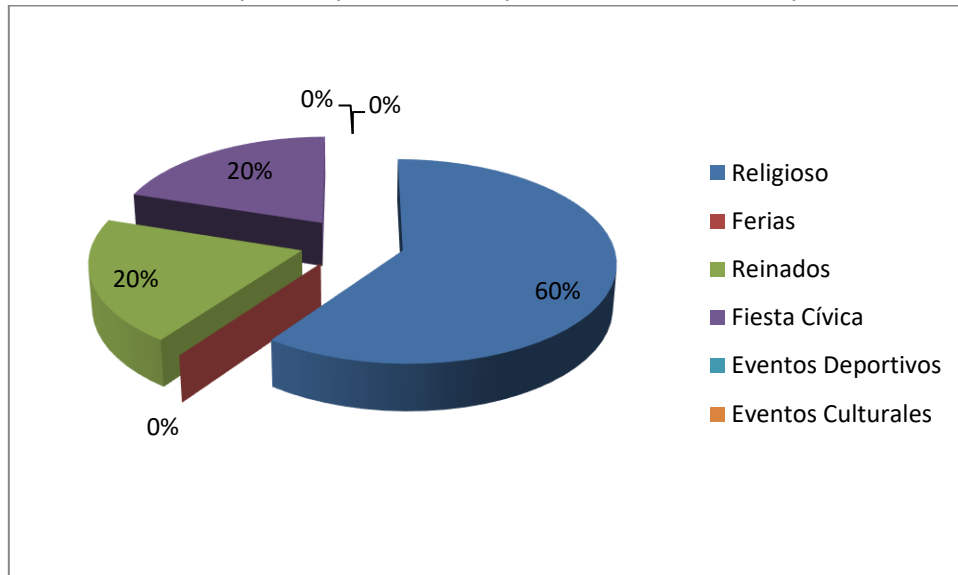
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE TERUEL AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San Roque	16-ago
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	23-sep
7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

- **% Tipología de Eventos Institucionales**

134

Gráfica 35 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Teruel



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.34) Municipio Tesalia

- **Eventos**

Cuadro 42 Eventos Institucionales del municipio de Tesalia

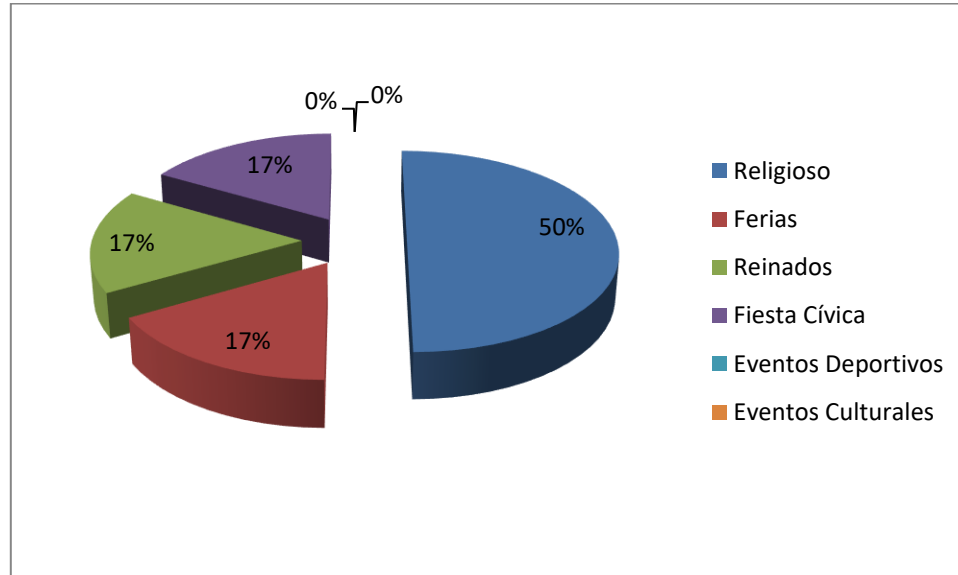
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE TESALIA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Virgen del Rosario	07-oct
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Ganadera y Exposición Equina	Mayo
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	22-abr

7	DEPORTIVO	No Registra	-
8	CULTURAL	No Registra	-

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 36 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Tesalia



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.35) Municipio Timaná

• Eventos

Cuadro 43 Eventos Institucionales del municipio de Timaná

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE TIMANÁ AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	San Calixto	14-oct
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	Feria Ganadera, Comercial, Artesanal y de especies menores.	Noviembre
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio
6	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	18-dic
7		Día de la Independencia	20-jul

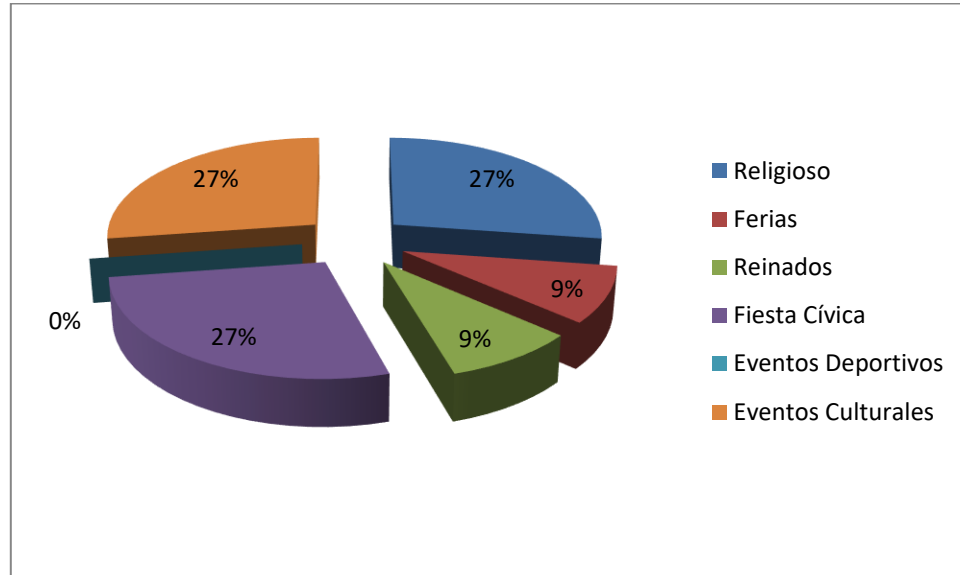
8	DEPORTIVO	No Registra	-
9	CULTURAL	Fiestas del Retorno	Enero
10		Día del Idioma	23-abr
11		Semana Cultural	Octubre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

136

Gráfica 37 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Timaná



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.36) Municipio Villavieja

• Eventos

Cuadro 44 Eventos Institucionales del municipio de Villavieja

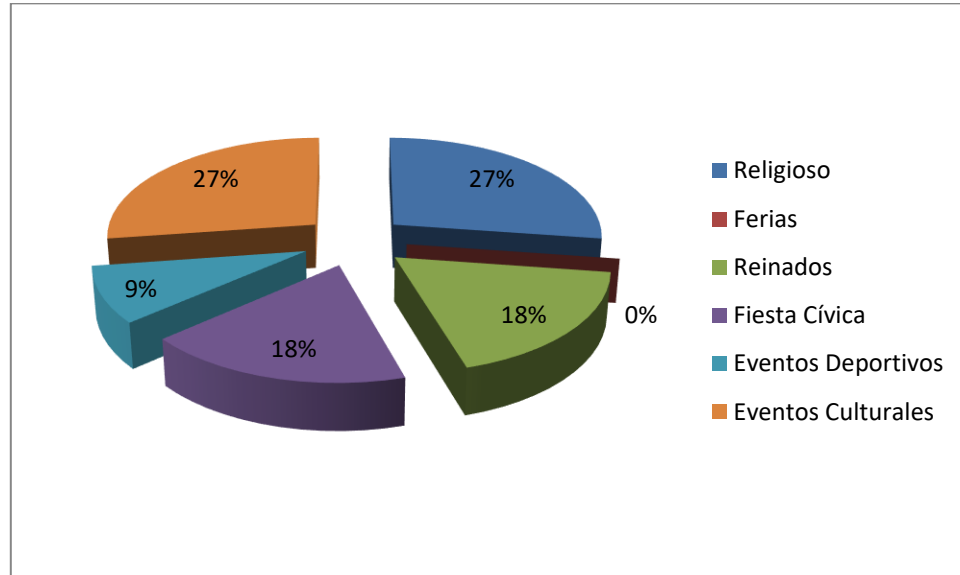
INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE VILLAVIEJA AÑO 2015			
No .	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Fiesta Patronal el Perpetuo Socorro	14-jun
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS		
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio

6		Reinado Departamental de más Familias en Acción	Agosto
7	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	18-ago
8		Día de la Independencia	20-jul
9	DEPORTIVO	Carrera con las Estrellas(prueba de atletismo con recorrido 5, 10 y 20 km)	Noviembre
10		Festival Fiestas del Retorno	18-ago
11	CULTURAL	Festival de Estrellas de la Tatacoa o Tatacoa Star Party (evento de divulgación de la astronomía)	jul-20

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

Gráfica 38 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Villavieja



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.3.2.37) Municipio Yaguará

• Eventos

Cuadro 45 Eventos Institucionales del municipio de Yaguará

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE YAGUARÁ AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1	RELIGIOSO	Santa Ana	26-jul
2		Semana Santa	Marzo - Abril
3		Navidad	24-dic
4	FERIAS	No Registra	-
5	REINADOS	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio

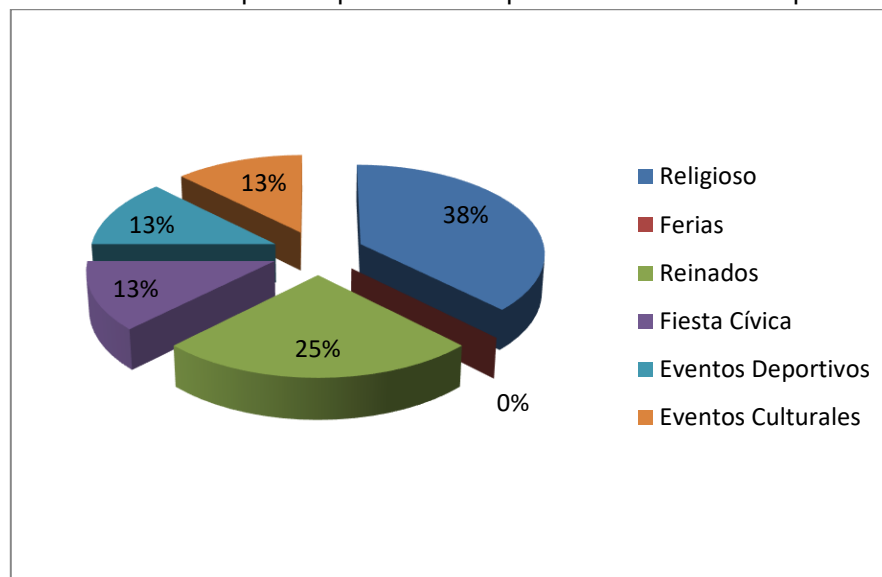
6		Reinado Departamental del Turismo	16-19 Agosto
7	CÍVICAS	Aniversario Fundación del Municipio	13-mar
8	DEPORTIVO	Festival del Agua y los Deportes Náuticos	2y3 Noviembre
9	CULTURAL	Fiestas Reales	Agosto

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

• % Tipología de Eventos Institucionales

138

Gráfica 39 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Yaguará



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.4) Eventos Institucionales de carácter Religioso municipios departamento del Huila

Cada uno de los 37 municipios que conforman el departamento del Huila está consagrado a un Santo Patrón y todos celebran la fiesta patronal siguiendo la misma estructura organizacional. Algunas parroquias tienen vicepatron y otras han entronizado santos que han logrado despertar el fervor popular, entre ellos, el Señor de Los Milagros, Divino Niño, Santa Marta. El cuadro ccc muestra las fiestas patronales de cada uno de los 37 municipios.

Cuadro 46 Fiestas Patronales de los municipios del Huila

No.	MUNICIPIO	FIESTA PATRONAL	
		PATRÓN	FECHA
1	Acevedo	Fiesta patronal Inmaculada Concepción	08-dic
2	Agrado	Patronal Virgen de las Mercedes	24-sep
3	Aipe	Nuestra Señora de los Dolores	17-sep
4	Algeciras	Patronal a la Virgen de Lourdes	11-feb
5	Altamira	Fiesta patronal a San Roque	16-ago
6	Baraya	Virgen del Carmen	16-jul
7	Campoalegre	Virgen de la Candelaria.	02-feb
8	Colombia	Virgen de las Mercedes	24-sep
9	Elías	San Emigdio	09-ago
10	El Pital	Patronal Santa Rosa de Lima	23-ago
11	Garzón	San Miguel Arcángel	29-sep
12	Gigante	San Antonio de Padua	11-jun
13	Guadalupe	Patronales Virgen de Guadalupe	12-dic
14	Hobo	Patronal San Juan Bautista	24-jun
15	Íquira	San Francisco	04-oct
16	Isnos	San José	19-mar
17	La Argentina	San Isidro	15-may
18	La Plata	San Sebastián	20-ene
19	Nátaga	Virgen de Las Mercedes	24-sep
20	Neiva	Inmaculada concepción	08-dic
21	Oporapa	Virgen de Las Lajas	15-oct
22	Paicol	Santa Rosa de Lima	22-ago
23	Palermo	Santa Rosalía	04-sep
24	Palestina	Nuestra Señora de Aránzazu	09-sep
25	Pitalito	San Antonio de Padua	13-jun
26	Rivera	Nuestra Señora del Perpetuo Socorro	16-jun
27	Saladoblanco	Virgen de Las Mercedes	24-sep
28	San Agustín	San Agustín	28-ago
29	Santa María	Patronal Virgen del Carmen	16-jul
30	Suaza	San Lorenzo	10-ago
31	Tarquí	Fiesta Patronal san Antonio de Padua	13-jun
32	Tello	Santísima Trinidad	junio
33	Teruel	San Roque	16-ago
34	Tesalia	Virgen del Rosario	07-oct
35	Timaná	San Calixto	14-oct
36	Villavieja	Fiesta Patronal el Perpetuo Socorro	14-jun
37	Yaguará	Santa Ana	26-jul

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015



El cuadro 46 permite inferir que el departamento del Huila es “Mariano”, pues el 46% de los municipios está consagrado a la Virgen María en una de sus advocaciones. En este sentido la Virgen de Las Mercedes fue adoptada por cuatro municipios como su Patrona; la Virgen del Carmen, Perpetuo Socorro y la Inmaculada Concepción son patronas cada una de dos municipios. El 40% de los municipios están consagrados a Santos, el 11% a Santas y el 3% a la Santísima Trinidad.

- **La organización de la Fiesta Patronal**

140

Para la celebración de las fiestas patronales, las parroquias han adoptado como protocolo la realización de los siguientes eventos:

Novena: nueve noches antes de la fiesta se reza la novena, acto precedido de una procesión con el Santo por las principales calles del municipio o de las vías perimetrales al templo, durante la procesión el Sacerdote ofrece el Santo Rosario y la Viacrucis, se entonan canticos y alabanzas; concluido el rezo de la novena, se celebra la santa eucaristía que generalmente se ofrece por las intenciones de los participantes.

Vísperas: a la última noche de la novena se le denomina “Vísperas”, se cumple el ritual de la procesión, el rezo de la novena, la celebración de la santa eucaristía y posteriormente se hace la quema del castillo. La pólvora anima la fiesta, quema que guarda concordancia con la disponibilidad de recursos de la comunidad parroquial.

El Día: el Día de la fiesta patronal inicia con la alborada, una jornada lúdica que incluye quema de pólvora (voladores) y la animación musical de la banda municipal; después de este anuncio de fiesta, se realizan importantes eventos religiosos, entre ellos: bautismos, confirmaciones, primeras comuniones, algunas oportunidades matrimonios, sin desconocer que estas ceremonias se realizan en la misa de vísperas; también se celebra la Misa Patronal, evento que recibe varios nombres, entre ellos, Misa Principal, Misa Mayor y la más usual Misa Patronal. Esta celebración eucarística generalmente es presidida por el Señor Obispo, en su calidad de autoridad regional y como otorgante del sacramento de la Confirmación. Concluida la celebración de la santa eucaristía la comunidad parroquial organiza el esperado “Bazar”, un evento donde se expenden alimentos y bebidas típicas aportados por la comunidad y cuyos fondos



ingresan a las arcas parroquiales con el propósito de ayudar a financiar una obra de beneficio comunitario.

- **Fiestas religiosas de fervor popular**

Virgen del Carmen: los huilenses han adoptado como una fiesta de fervor popular la celebración de la fiesta patronal de la Virgen del Carmen, generalmente abordan el evento con la celebración de las Vísperas y el Día de la patronal el 16 de julio realizan caravanas vehiculares que recorren las principales vías urbanas del municipio; en otras ocasiones, organizan recorridos intermunicipales o interveredales. La celebración culmina con la celebración de la Santa Eucaristía, generalmente celebrada a las 6.00 de la tarde y posteriormente la quema del catillo. Vale decir que la feligresía de la Virgen del Carmen es una cauda propia que no riñe con la fiesta 'patronal del municipio.

Noche de las Velitas: si bien, la Noche de Las Velitas no es una fiesta religiosa, la comunidad si la percibe así, porque la asocia como la celebración de las vísperas de la fiesta de la Inmaculada Concepción. Desde hace varias décadas la noche de las velitas se le considera como la fiesta de la luz, celebración que tomó fuerza con la decisión de las comunidades municipales de dar inicio esa noche al encendido del alumbrado navideño, un evento que anuncia la iniciación de la temporada decembrina, que muchos aprovechan para realizar compras, otros para la recreación, otros como aprovechamiento de tiempo libre en la temporada vacacional. Las autoridades municipales pretenden que sus comunidades realicen el paseo nocturno por la ciudad para contemplar el alumbrado como una obra de arte público y generar dinámicas de consumo comercial; en Colombia la ciudad de Medellín lidera este segmento, actividad que se ha convertido en un atractivo turístico. En el Huila las celebraciones de las que se tiene noticia que apuntan a esta dirección son las de Neiva y las de La Jagua en el municipio de Garzón.

- **Santuarios de Peregrinación en el departamento del Huila**

Tradicionalmente los huilenses peregrinan anualmente a cuatro santuarios: Virgen de Las Mercedes en Nátaga; Virgen de Aránzazu en el centro poblado de Gallardo municipio de Suaza, San Roque en el centro poblado del Caguán municipio de Neiva y Santa Rosalía en Palermo.

Virgen de Las Mercedes de Nátaga: La comunidad natagense construyó un templo con especificaciones de basílica menor para albergar allí a su santa Patrona; el camarín de la Virgen se ubicó como fondo del presbiterio. El Santuario recibe visita todos los días de peregrinos que acuden a saludar a la Virgen, agradecer o solicitar favores; los días domingo a las 11.00 de la mañana se celebra la eucaristía por las intenciones de los peregrinos. La mayor afluencia de peregrinos se registra el 24 de septiembre fecha de la conmemoración de la fiesta patronal. Se observa que la comunidad parroquial no tiene estructurada una oferta de actividades turísticas que le generen pernoctación o consumo en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo religioso. El producto turístico Territorio Páez organiza cada año para el primer domingo de mayo una peregrinación en homenaje a las madres. Las autoridades eclesiásticas y civiles de Nátaga estiman que al Santuario llegan anualmente 300.000 peregrinos con estancia de un día.

Virgen de Aránzazu de Suaza: las comunidades del centro poblado de Gallardo en el municipio de Suaza le construyeron a la Virgen de Aránzazu un bello templo, lugar donde le asignaron un camarín para recibir la visita de los peregrinos que a ella acuden. La Misa se celebra los días domingo y festivos, con especial solemnidad para el 9 de septiembre, fecha en la que se conmemora la fiesta patronal. La comunidad estima que el santuario es visitado anualmente por 80.000 peregrinos.

San Roque en el Caguán: desde la época de la colonia los caguanejos le construyeron a su Patrón un hermoso templo y un camarín donde permanece expuesto San Roque; pero, también conservan la imagen de bulto que según la historia apareció sobre el enrocado del río Arenoso. Tradicionalmente los peregrinos acuden cada domingo a las 11.00 de la mañana cuando se ofrece la santa misa por sus intenciones; y con especial devoción el 16 de agosto cuando se conmemora su fiesta patronal. Desde hace una década el Viernes Santo se realiza una peregrinación, en la que los peregrinos inician una caminata desde La Terminal de Transporte hasta el Santuario un recorrido de 9 kilómetros, recorrido que se anima con el rezo del Santo Rosario, la Viacrucis, canticos y alabanzas. La comunidad parroquial estima en 60.000 el número de peregrinos que acuden anualmente al Santuario.



Santa Rosalía en Palermo: cuenta la historia que caminantes que transitaban por el Camino Real de Buenos Aires advirtieron la presencia de una gruta rocosa de similares especificaciones a la de Santa Rosalía en Palermo Italia. Pronto con la ayuda del Ordinario del Lugar la entronizaron y desde entonces se le visita para solicitarle la gracia de la salud del cuerpo y del espíritu. La parroquia celebra la eucaristía para la época de la fiesta patronal que se celebra el 4 de septiembre y algunos domingos; la comunidad estima que la Santa recibe la visita anual de 20.000 peregrinos.

143

- **La propuesta**

Se propone incorporar algunas actividades en la programación de las fiestas patronales y en la visita a los Santuarios de Peregrinación con el propósito de diversificar la oferta e incrementar el número de peregrinos.

Fiesta Patronal: se percibe que las comunidades locales tienen poco conocimiento del significado y valor del Santo Patrón, específicamente en términos de historia universal y de la historia como se adoptó en Santo Patrón en la localidad. Se propone entonces que, se incorpore a la programación de la fiesta Patronal una jornada académica que le permita a la comunidad local empoderarse el conocimiento histórico y patrimonial de su Santo Patrón; igualmente se deben incorporar actividades lúdicas y artísticas, entre ellas, conciertos de música religiosa, festival de coros, pintura y teatro.

Peregrinaciones: las gentes acuden de manera espontánea a los santuarios de peregrinación, pues no se percibe en el departamento una agencia de viajes que organice peregrinaciones a los santuarios huilenses, como si lo hacen, a los santuarios de Buga, Las Lajas, Zipaquirá entre otros. Se recomienda trabajar mancomunadamente con las autoridades eclesiásticas de cada santuario, las autoridades civiles y la agencia de viajes para construir un programa que cumpla con el doble propósito de participar conscientemente en los actos religiosos y disfrutar de los atractivos y actividades turísticas del entorno del Santuario. Una segunda recomendación se enfoca en una estrategia para incrementará bel número de peregrinos año y distribuir la visita a lo largo del año, propósito que se logra programando peregrinaciones en fechas diferentes a las establecidas para la fiesta patronal; también se recomienda trabajar los

programas de peregrinación en el santuario incluyendo actividades académicas y acercamiento a la fe, entre ellas, narrar las síntesis históricas del santuario³⁸, del santo, de su advocación, así como, la reseña del municipio, incluir ejercicios de introspección, el rezo del santo rosario, la viacrucis, entonar canticos, alabanzas, como ejercicios complementarios a la participación en la eucaristía; importante que el programa incluya, un recorrido por la localidad, el consumo de alimentos locales, y la visita a expendios de souvenir. a manera de ejemplo se presenta el cuadro 47, con el programa de una peregrinación a Nátaga.

Cuadro 47 Peregrinación a Nátaga

PROGRAMA PEREGRINACIÓN A NÁTAGA		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8.00	Visita a la gruta de la virgen de Lourdes
	9.00	Visita guiada al Santuario Basílica Virgen de Las Mercedes
	10.00	Visita guiada a la Cripta
	10.30	Visita guiada al Museo Religioso
	11.00	Participación en la Eucaristía
	12.00	Visita al almacén parroquial
	12.30	Almuerzo
	13.30	Recorrido urbano por Nátaga
	15.00	Regreso a la ciudad de origen

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.5) Ferias municipios departamento del Huila

Como una herencia del modelo económico implantado en Colombia y particularmente en el departamento del Huila, durante la época de la Colonia, modelo denominado “Hacienda Ganadera”, hoy el concepto de Feria se asocia al de feria ganadera; lamentablemente el equipamiento para la operación de las ferias ganaderas se ha focalizado en los corrales, escenario donde se dan cita compradores y vendedores para realizar las transacciones comerciales, dejando de lado las pasarelas de exposición; la

³⁸ Ver anexo Historia de los santuarios religiosos del Huila



feria ganadera se combina con otras actividades, como, la exposición equina, artesanías y comercio en general. La gran mayoría incorporan en la programación la rumba, eventos en los que se presentan artistas nacionales y en ocasiones invitados del exterior.

Neiva realiza anualmente en el mes de mayo la Feria Ganadera con una exposición equina, evento que ha logrado reconocimiento nacional, como también lo ha logrado Pitalito con la Exposición Equina que organiza anualmente para el mes de noviembre. Se debe reconocer, que otros municipios, realizan exposiciones equinas que convocan a los caballistas regionales o del surcolombiano, entre ellos, los municipios de Garzón y La Plata, municipios que siendo cabezas regionales tienen la capacidad logística para el desarrollo de este tipo de eventos.

Siendo la ganadería una de las económicas que soportan la estructura productiva del Huila, se recomienda retomar el tema de las ferias ganaderas, introducirle el componente académico con la realización de conferencias, simposios y seminarios que enriquezcan el conocimiento del ganadero; también resulta importante, incluir en el programa actividades para niños y para mujeres.

La marroquinería es una actividad artesanal a la que se le debería conceder un amplio espacio para la exposición y comercialización, como también, a las artesanías elaboradas con el aprovechamiento de los despojos de bovinos, ovinos y otras especies, fortaleciendo y diversificando la cadena productiva de la ganadería

El cuadro 48 muestra la ferias y fechas en que los municipios huilenses realizan este tipo de eventos.



Cuadro 48 Calendario de ferias del Huila

GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA											
SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO											
PRODUCTO TURÍSTICO EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA											
CALENDARIO DE FERIAS											
No.	MUNICIPIO	FERIA 1		FERIA 2		FERIA 3		FERIA 4		FERIA 5	
		DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA
1	Acevedo										
2	Agrado	Feria Equina, Bovina y de Especies Menores	Última semana de Mayo	Subasta ganadera	Primera de Junio y cada dos meses	Feria comercial	10 al 13 de Junio				
3	Aipe										
4	Algeciras										
5	Altamira	Feria Exposición Equina	14 al 17 Agosto								
6	Baraya										
7	Campoalegre										
8	Colombia										
9	Elias	Fiesta del Campesino	Agosto								
10	El Pital	Ferias Artesanal y Agrícola	15-may								
11	Garzón	Expoferia Garzón	Mayo	Feria Artesanal La Jagua	Octubre						
12	Gigante										
13	Guadalupe	Feria Agrícola, Ganadera y Exposición Equina	Finales de octubre								
14	Hobo										
15	Iquira	Feria Ganadera y Equina	15-may								
16	Isnos	Feria Equina, Ganadera y Comercial	Entre los días 18 y 25 Noviembre								
17	La Argentina	Exposición Equina, Bovina y especies menores	1puente Nov	Feria del Café	21-nov	Feria de los Comerciantes	Mayo				
18	La Plata	Feria Ganadera	Enero	Feria Equina	Julio						
19	Nátaga	Feria Ganadera	Agosto								
20	Neiva	Feria Ganadera y Muestra Equina	15-may								
21	Oporapa	Feria Equina y Ganadera	Mayo								
22	Paicol	Feria Ganadera y Exposición Equina Grado B	Mayo								
23	Palermo	Feria Equina	Septiembre								
24	Palestina										
25	Pitalito	Feria Equina Grado B	Noviembre	Feria Artesanal	Noviembre	Feria Equina Grado A	Mayo	Feria Automotriz(Fenalco)	Mayo	Feria Regional Gastronómica	Junio
26	Rivera										
27	Saladoblanco										
28	San Agustín	Feria Artesanal	Semana Santa	Festival Equino	Octubre						
29	Santa María										
30	Suaza										
31	Tarqui										
32	Tello										
33	Teruel										
34	Tesalia	Feria Ganadera y Exposición Equina	Mayo								
35	Timaná	Feria Ganadera, Comercial, Artesanal y de especies menores	Noviembre								
36	Villavieja										
37	Yaguará										

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.6) Reinados municipios departamento del Huila

El Reinado del Bambuco o del Sanjuanero Huilense hace presencia institucional en todos los municipios del departamento del Huila, para los efectos de este trabajo se trae el evento oficial denominado “Reinado Municipal del Bambuco” y para el caso de Neiva, el Reinado Nacional del Bambuco”. Paralelo a estos eventos, las comunidades municipales organizan Reinados para diferentes segmentos de población, es así, como se encuentra el Reinado Empresarial del Bambuco, Años Dorados, Estudiantil, Infantil, Juvenil; adicionalmente al interior de las empresas y de las instituciones también se realizan los llamados Reinados Internos. Eventos que resultan útiles para la integración social de los vinculados, pero que son fundamentales para el proceso de consolidación de identidad cultural en torno al baile del sanjuanero huilense y la música autóctona del Huila.

Por su parte el Reinado Estudiantil que organiza el Colegio San Miguel Arcángel de la Policía Nacional, es un evento que ha logrado captar la participación de instituciones educativas del ámbito departamental, se percibe que con apoyo técnico y un fuerte acompañamiento institucional el evento podría migrar al ámbito nacional.

Adicionalmente los municipios de Rivera, Garzón, Pitalito y La Plata organizan Reinados del Bambuco con convocatoria regional; es así como, el Reinado Departamental Infantil del Sanjuanero Huilense, organizado por el Municipio de Rivera, evento que generalmente se organiza en el mes de julio, como un cierre de la temporada sanjuanera que convoca a los huilenses al tradicional jolgorio de mitad de año; mientras Garzón ha logrado posicionar en el ámbito departamental el Reinado Departamental de La Alegría, siendo la interpretación del baile del Sanjuanero Huilense la base del concurso, a diferencia del de Neiva, el ritmo musical autóctono es el pichinche; Pitalito también organiza su Reinado, al que denomina del Surcolombiano haciendo gala del reconocimiento regional como “Puerta del Macizo Colombiano” o “Capital del Surcolombiano”, al igual que los anteriores la base del concurso es la interpretación del baile del Sanjuanero Huilense, el ritmo musical autóctono es la muisca andina, especialmente la chirimía; en la zona sur se destaca el evento de música andina que varios años organizó el municipio de Elías. Cierra el municipio



de La Plata con la organización del Reinado del Suroccidente, la interpretación del baile del Sanjuanero Huilense es la base del concurso, llama la atención la diversidad de ritmos autóctonos, el Rajaleña, la chirimía y la música andina.

En los últimos cinco años, se ha observado que la saturación que presenta la población flotante de Neiva, originada por la participación en el Reinado Nacional del Bambuco ha generado la migración de neivanos y nativos de otros municipios a vivir las fiestas en su pueblo natal, buscando confortabilidad y seguridad, así como, participar activamente en los eventos Folclóricos y desfiles, cosa que ya es difícil lograr en Neiva, ciudad donde la comunidad se convirtió en espectador de eventos. En este sentido, los municipios de Tesalia y Paicol organizan Reinados y Fiestas de San Pedro que conservan la tradición popular de organizar la comparsa, la carroza para la Reina, la animación musical que acompaña las candidatas.

Del Reinado del Bambuco se percibe que la comunidad desconoce el origen de la fiesta huilense, y tal vez, esta sea una de las razones por las cuales se ha desnaturalizado la identidad cultural de los opitas que inspiró a los creadores del evento; se recomienda realizar jornadas pedagógicas e incorporar el Plan de Estudios Institucionales el conocimiento del Origen de las Fiestas como una contribución a la sostenibilidad de la cultura huilense y en especial a la preservación cultural de la fiesta opita.

Altamira, Campoalegre, El Pital, Gigante, Santa María, Villavieja y Yaguará organizan Reinados con fundamento en diferentes temas.

- **Altamira:** anualmente para las calendas de la fiesta patronal de San Roque organiza el Reinado Departamental del Bizcocho de Achira, como una forma de promocionar sus afamados amasijos, pues no solo produce el bizcocho de achira del departamento del Huila, sino que además, produce panderos y tortas saborizadas con frutas de la región.
- **Campoalegre:** este municipio organiza anualmente para el segundo puente festivo del mes de agosto, el Reinado Departamental del Arroz, una combinación de actividades de rumba con presentaciones folclóricas tanto es escenarios como en desfiles por las principales calles del municipio.

- **El Pital:** El Reinado de Las Rositas es un evento que convoca a niñas de la región que trabajan las temáticas de Santa Rosa de Lima, Santa que dedicó gran parte de su vida al cuidado de las niñas y trabajó por la defensa de su dignidad; este evento se realiza anualmente como un acto del programa de celebración de la fiesta patronal.
- **Gigante:** tradicionalmente Gigante ha organizado para el puente festivo de La Raza, esto es, el 12 de octubre, el Reinado Departamental del Cacao y del Café, dos productos emblemáticos de su desarrollo socioeconómico. El evento que convoca a los huilenses combina la muestra agropecuaria con actividades del folclor regional.
- **Santa María:** Los samarios han incursionado en el ámbito departamental con un nuevo evento, el Reinado Departamental de la Simpatía, convocado para el puente festivo del mes de agosto, la base del concurso se fundamenta en la capacidad de las candidatas en la conquista de los espectadores, por supuesto, el evento combina las actividades propias del concurso con muestras del folclor local y regional.
- **Villavieja:** Para las calendas del puente festivo de mediados del mes de agosto, Villavieja organiza el Reinado Departamental de Más Familias en Acción, retomando el marco filosófico del programa nacional, las participantes son señoras delegadas por las autoridades de los diferentes municipios del departamento. Es un evento, donde tienen cabida, las muestras folclóricas y la rumba.
- **Yaguará:** desde 1994 Yaguará organiza el Reinado Departamental del Turismo, un evento donde se elige a la Candidata que representará al departamento del Huila en el Reinado Nacional del Turismo que realiza anualmente en la ciudad de Girardot durante el segundo puente festivo del mes de noviembre. En el Reinado del Turismo las candidatas concursan por el conocimiento de los atractivos turísticos del departamento del Huila. Los organizadores presentan un mix de actividades propias del folclor huilense con rumba.

A manera de conclusión del acápite de Reinados se debe decir que:

- Todos los municipios realizan un Reinado del Bambuco sin importar el segmento de población convocada: infantil, juvenil, adultos,

empresarial, comunal, institucional. Reinados internos que no riñen con la delegación que hacen los Alcaldes Municipales para el Reinado Departamental que se realiza en Neiva.

- Los Reinados temáticos, caso del arroz, el turismo, no encuentran respuesta en la delegación de sus elegidas a los Reinados Nacional, como fue el espíritu de su creación. Se recomienda entonces a la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo del Huila liderar una propuesta para que el Despacho del Señor Gobernador retome con política delegar en las Reinas Departamentales de cada tema o sector, la representación del Departamento en los eventos nacionales.
- Las permanentes fallas en el diseño de los programas, comercialización, protocolo y operación de los Reinados que se realizan en los diferentes municipios del Departamento, incluido el Reinado Nacional del Bambuco, obligan a pensar en la necesidad de realizar una jornada de capacitación, tipo seminario o diplomado en organización de eventos; capacitación que debe ser cerrada y dirigida exclusivamente a los funcionarios encargados de este tipo de actividades en los municipios y en la administración departamental.

El Cuadro 49 muestra los reinados que se realizan institucionalmente en el departamento del Huila.

Cuadro 49 Calendario de reinados del del Huila

GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA					
SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO					
PRODUCTO TURÍSTICO EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA					
CALENDARIO DE REINADOS					
No.	MUNICIPIO	REINADO 1		REINADO 2	
		BAMBUCO	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA
1	Acevedo	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
2	Agrado	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
3	Aipe	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
4	Algeciras	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
5	Altamira	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio	Reinado Departamental del Bizcocho de Achira	13,14,15,16 Agosto
6	Baraya	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
7	Campoalegre	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio	Reinado Departamental del Arroz	15-ago
8	Colombia	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
9	Elías	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
10	El Pital	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio	Reinado de las Rositas	23-ago
11	Garzón	Reinado de la Alegría y el Foldor	28- 29 Junio		
12	Gigante	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio	Reinado Departamental del Cacao y del Café	12-oct
13	Guadalupe	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
14	Hobo	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
15	Íquira	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
16	Isnos	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
17	La Argentina	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
18	La Plata	Reinado del Suroccidente del Sanjuanero	28- 29 Junio		
19	Nátaga	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
20	Neiva	Reinado Nacional del bambuco	28- 29 Junio		
21	Oporapa	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
22	Paicol	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
23	Palermo	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
24	Palestina	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
25	Pitalito	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio	Reinado Surcolombiano de Integración	Junio
26	Rivera	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio	Reinado Departamental Infantil del Sanjuanero Huilense	Julio
27	Saladoblanco	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
28	San Agustín	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
29	Santa María	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio	Reinado de la Simpatía	14-18 Agosto
30	Suaza	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
31	Tarqui	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
32	Tello	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
33	Teruel	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
34	Tesalia	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
35	Timaná	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio		
36	Villavieja	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio	Reinado Departamental de más Familias en Acción	Agosto
37	Yaguará	Reinado Municipal del Bambuco	28- 29 Junio	Reinado Departamental del Turismo	16-19 Agosto

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.7) Fiestas Cívicas municipios departamento del Huila

Todos los municipios conmemoran la fecha de su fundación o creación. La fecha de fundación es aquella que se conoce como la realizada durante la época de la conquista; y la de creación, como aquella que surgió con fundamento en las Leyes o normas Departamentales. En los municipios huilenses se observa que el 16% conmemoran el 20 de julio; solamente Neiva reportó tres celebraciones cívicas en reconocimiento al mérito de personas o profesiones, deportes, trabajo social y periodismo.

El cuadro 50 muestra las fiestas cívicas que de manera institucional se celebran en los municipios del departamento del Huila.



Cuadro 50 Fiestas Cívicas del Huila

GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA									
SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO									
PRODUCTO TURÍSTICO EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA									
CALENDARIO DE EVENTOS CÍVICOS									
No.	MUNICIPIO	FUNDACIÓN	FECHA	EVENTO 2		EVENTO 3		EVENTO 4	
				DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA
1	Acevedo	Aniversario Fundación del Municipio	06-ago						
2	Agrado	Aniversario Fundación del Municipio	24-mar						
3	Aipe	Aniversario Fundación del Municipio	02-ene						
4	Algeciras	Aniversario Fundación del Municipio	10-feb						
5	Altamira	Aniversario Fundación del Municipio	18-oct						
6	Baraya	Aniversario Fundación del Municipio	01-ene						
7	Campoalegre	Aniversario Fundación del Municipio	16-ago						
8	Colombia	Aniversario Fundación del Municipio	05-abr						
9	Elías	Aniversario Fundación del Municipio	26-sep						
10	El Pital	Aniversario Fundación del Municipio	12-nov	Día de la Independencia	20-jul				
11	Garzón	Aniversario Fundación del Municipio	17-ene	Día de la Independencia	20-jul				
12	Gigante	Aniversario Fundación del Municipio	17-sep						
13	Guadalupe	Aniversario Fundación del Municipio	27-nov						
14	Hobo	Aniversario Fundación del Municipio	05-sep						
15	Íquira	Aniversario Fundación del Municipio	14-ene						
16	Isnos	Aniversario Fundación del Municipio	05-dic						
17	La Argentina	Aniversario Fundación del Municipio	15-oct	Día de la Independencia	20-jul				
18	La Plata	Aniversario Fundación del Municipio	05-jun						
19	Nátaga	Aniversario Fundación del Municipio	04-ene						
20	Neiva	Aniversario Fundación del Municipio	24-may	Mingo Pinzón	Último Viernes	Orden de La Vorágine	14-jun	Premio de Periodismo Reynaldo Matiz	9 de febrero
21	Oporapa	Aniversario Fundación del Municipio	16-abr						
22	Paicol	Aniversario Fundación del Municipio	10-nov						
23	Palermo	Aniversario Fundación del Municipio	07-ene						
24	Palestina	Aniversario Fundación del Municipio	30-jul						
25	Pitalito	Aniversario Fundación del Municipio	13-jun						
26	Rivera	Aniversario Fundación del Municipio	03-ene						
27	Saladoblanco	Aniversario Fundación del Municipio	17-dic						
28	San Agustín	Aniversario Fundación del Municipio	20-nov	20 de Julio	Julio				
29	Santa María	Aniversario Fundación del Municipio	26-nov						
30	Suaza	Aniversario Fundación del Municipio	20-oct						
31	Tarqui	Aniversario Fundación del Municipio	19-jul						
32	Tello	Aniversario Fundación del Municipio	01-mar						
33	Teruel	Aniversario Fundación del Municipio	23-sep						
34	Tesalia	Aniversario Fundación del Municipio	22-abr						
35	Timaná	Aniversario Fundación del Municipio	18-dic	Grito de independencia	20-jul	Batalla de Boyacá	07-ago		
36	Villavieja	Aniversario Fundación del Municipio	18-ago	Día de la independencia	20-jul				
37	Yaguará	Aniversario Fundación del Municipio	13-mar						

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015



9.8) Eventos deportivos municipios departamento del Huila

El departamento del Huila y Neiva en particular ha construido un importante equipamiento deportivo, villa olímpica, polideportivos, pero se observa que son utilizados en competencias locales, pero no se realizan de manera institucional eventos de convocatoria nacional.

Llama la atención que el departamento del Huila no registre en el calendario nacional de Motonáutica a pesar de contar con los escenarios para ello, como son, el embalse de Betania y el río Magdalena, y a partir del año 2015 cuenta con un nuevo escenario como lo es, el embalse El Quimbo.

El cuadro 51 muestra el calendario de eventos institucionales de carácter deportivo que se realizan en el departamento del Huila.

Cuadro 51 Calendario eventos deportivos del Huila

GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA													
SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO													
PRODUCTO TURÍSTICO EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA													
CALENDARIO DE EVENTOS DEPORTIVOS													
No.	MUNICIPIO	EVENTO 1		EVENTO 2		EVENTO 3		EVENTO 4		EVENTO 5		EVENTO 5	
		DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA
1	Acevedo												
2	Agrado	Campeonato Municipal de Fútbol	Marzo- Sept	Campeonato de Microfútbol	Abril-Oct	Campeonato de Baloncesto	Abril-Oct						
3	Alpe												
4	Algeciras												
5	Altamira												
6	Baraya	Olimpiadas Campesinas	Octubre - Noviembre										
7	Campoalegre												
8	Colombia												
9	Elías												
10	El Pital	Campeonatos Municipales (Microfútbol, fútbol, baloncesto, voleibol)		Campeonato Veteranos	Noviembre	Campeonato Interveredal							
11	Garzón	Campeonato Nacional de tejo	17-ene										
12	Gigante	Encuentro de las Colonias Giganteñas Fútbol	Octubre	Carrera Atlética Nacional	17-ene	Festival Surcolombiano de Fútbol	Octubre	Travesía Nacional Ciclomontañismo	Octubre				
13	Guadalupe			Clásica de Ciclismo Páramo Miraflores	Octubre	1er Microvuelta al Huila Ciclismo	Dic 5-6						
14	Hobo	Campeonato Masculino Microfútbol	Marzo-Junio										
15	Íquira			Campeonato Fútbol	Junio-Agosto	Campeonato Microfútbol Femenino	Septiembre						
16	Isnos												
17	La Argentina	Copa Sampedrina de Fútbol	24-27 Junio	Copa Navideña de Fútbol	26-29 Dic								
18	La Plata	Juegos Campesinos	Julio	Juegos Intercolegiales	Mayo o Junio	Juegos Interescolares	Octubre o Nov						
19	Nátaga												
20	Neiva												
21	Oporapa												
22	Paicol												
23	Palermo												
24	Palestina												
25	Pitalito												
26	Rivera												
27	Saladoblanco												
28	San Agustín	Olimpiadas Campesinas	Octubre	Torneos Deportivos Intermunicipales: Fútbol, baloncesto, futsal, ciclismo, atletismo	Agosto	" A recrearnos con cultura y deporte" Ciclovía, patinaje, juegos tradicionales, juegos de banquitos, ajedrez, arte y cultura(danzas, música, chirimía)	Cada 15 días						
29	Santa María	Vacaciones Recreativas	Octubre	Programa Supérate	Abril-noviembre	Campeonato de Fútbol	-----	Campeonato de Fútbol de Salón	-----	Campeonato de Baloncesto	-----	Válida de Cid	-----
30	Suaza												
31	Tarqui												
32	Tello												
33	Teruel												
34	Tesalia												
35	Timaná												
36	Villavieja	Carrera con las Estrellas(prueba de atletismo con recorrido 5, 10 y 20 km)	Noviembre										
37	Yaguará	Festival del Agua y los Deportes Náuticos	2y3 Noviembre										

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015



9.9) Eventos Culturales municipios departamento del Huila

Los eventos institucionales de carácter cultural que organizan los municipios del departamento del Huila, muestran las diferentes tradiciones y líneas temáticas. Vale decir que, en el marco de los Reinados Municipales del Bambuco se organizan eventos autóctonos de música y danza local; mientras que en los eventos denominados Festival del Retorno se muestra la cultura local pero se le adiciona las presentaciones de los hijos que retornan a casa, se combina la actividad cultural con rumba y en ocasiones con paseos al río.

La Semana Cultural también es un evento que regularmente organizan los municipios apoyados por la Institución Educativa de la localidad. San Agustín y Villavieja organizan eventos singulares; San Agustín celebra el Día Mundial del Patrimonio y Villavieja el Festival de Las Estrellas (Star Party).

El cuadro 52 muestra los eventos institucionales de carácter cultural que se organizan en los municipios del departamento del Huila.

Cuadro 52 Calendario eventos culturales del Huila

GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA															
SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO															
PRODUCTO TURÍSTICO EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA															
INVENTARIO DE EVENTOS CULTURALES															
No.	MUNICIPIO	EVENTO 1		EVENTO 2		EVENTO 3		EVENTO 4		EVENTO 5		EVENTO 6		EVENTO 7	
		DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	FECHA
1	Acevedo	Festival del Retorno	06-ene												
2	Agrado														
3	Alpe														
4	Algeciras	Festival del Retorno	20-jul												
5	Altamira														
6	Baraya	Festival del Retorno	Octubre – Noviembre	Concurso de Música Campesina	Octubre – Noviembre										
7	Campoalegre														
8	Colombia	Semana Cultural	Septiembre												
9	Elias	Festival Musical del Macizo Colombiano	Junio	Festival de Teatro "La Nariz Contra el Piso"	Octubre										
10	El Pital	Encuentro de Música Campesina	24-jun	Encuentro de Música Andina	Junio	Encuentro de Rajaleñas	Junio	Encuentro de Danzas	Junio	Encuentro de Bandas Marciales	Noviembre	Encuentro de Población con Discapacidad de la Jagua	Diciembre		
11	Garzón	Círculo de Teatro	Mayo	Festival Folclórico de Garzón	Junio	Semana Cultural	7 al 13 Diciembre	Destellos de Navidad	16-23 Diciembre	Concurso de Música Campesina" Eduardo reyes"	Septiembre	Festival de Brujas de la Jagua	Octubre		
12	Gigante	Encuentro Departamental de Danza	Octubre	VI Encuentro Departamental de Música Campesina	Octubre	III Encuentro Departamental de Música Alternativa	Octubre	Muestra artesanal y gastronómica	Octubre	V Banda Vientos Juveniles	Octubre	Encuentro Departamental de Danzas por Pareja	Octubre	Festival Folclórico	Octubre
13	Guadalupe	Día del Campesino	07-jun												
14	Hobo														
15	Iquira														
16	Isnos	Semana Cultural	Agosto o Noviembre	Concierto Celebra la Música	Noviembre	Carnavales de Blancos y Negros	06 de Enero	Celebración del Día del Niño	ABRIL						
17	La Argentina	Festival Artístico de la Montaña (teatro callejero)	4-6 Enero	Día Madres	12-may	Día Niñez	29-abr	Día Campesino	Junio	Noche de Velitas	07-dic				
18	La Plata	Fiesta del Campesino	Junio	Día del Música" Celebra la música"	Noviembre	Festival Estudiantil de Teatro (colegio)	Mayo	Festival Nacional de Cultura por una Sana Convivencia	Mayo	Encuentro de Danzas" Evita roso de Palacios"	Junio	Encuentro de Música Colombiana" Jose Antonio Obando"	Junio	Encuentro del Bambuco Tradicional" Reynaldo Pérez"	Junio
19	Nátaga														
20	Neiva	Viva la Palabra Viva	Noviembre	Festival Internacional de Cuentos	Octubre	Bienal de novela	cada 2 años	Encuentro de Escritores	cada 2 años						
21	Oporapa														
22	Paicol														
23	Palermo	Semana Cultural	Noviembre												
24	Palestina														
25	Pitalito	Festival de Música Andina	Octubre	Festival de Música Tradicional Re-Cuerdas	Octubre	Festival de Bandas Musicomarciales	Sep-Oct	Festival de Música Tradicional	Mayo						
26	Rivera														
27	Saladoblanco														
28	San Agustín	Peñas Culturales	Festivos	Semana Cultural	Octubre	Día del Turismo y Patrimonio	27-sep								
29	Santa María	Semana Cultural Municipal	Noviembre	Festival Internacional de Danzas en Pareja	Agosto	Concurso Departamental de Danzas en Pareja	Noviembre	Semana Cultural I.E. Santa Juana de Arco	Octubre	Encuentro Municipal del Adulto Mayor	Noviembre	Encuentro Municipal de Discapacitados	Noviembre		
30	Suaza														
31	Tarqui														
32	Tello														
33	Teruel														
34	Tesalia														
35	Timaná	Fiestas del Retorno	Enero	Día del Idioma	23-abr	Semana Cultural	Octubre								
36	Villavieja	Festival Fiestas del Retorno	18-ago	Festival de Estrellas de la Tatacoa o Tatacoa Star Party (evento de divulgación de la astronomía)	Jul-20										
37	Yaguará	Fiestas Reales	Agosto												
TOTAL EVENTOS CULTURALES															

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10) Eventos Gremiales

Se auscultó al sector empresarial y específicamente a los gremios de la producción para conocer el tipo de eventos que de manera institucional organizan cada año, inicialmente y como un ejercicio piloto se trabajó con los gremios inscritos en la Cámara de Comercio de Neiva y posteriormente en un segundo ejercicio se podrá aplicar el instrumento por los menos en las tres restantes ciudades cabecera de región en el departamento del Huila, como lo son, Pitalito, Garzón y La Plata.

El instrumento enviado a 27 gremios de la producción fue diligenciado por 24 instituciones, resultados que se presentan en los siguientes cuadros, de los cuales se extraerá la información relevante para incorporarla al Calendario de Eventos Institucionales del departamento del Huila.

9.10.1) Cámara de Comercio de Neiva

Cuadro 53 Eventos institucionales Cámara de Comercio de Neiva

CAMARA DE COMERCIO DE NEIVA		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Encuentro de afiliados en Pitalito, la Plata, Garzón y Neiva	febrero
2	La Feria Automotriz de Garzón	mayo
3	Feria de Saldos en Neiva	primer semestre
4	Feria Agroindustrial en Garzón – Especializada en cacao y café	primer semestre
5	Expohuila 2016	segundo semestre agosto
6	Exposur en Pitalito - 2016	2016
7	El día del pan	segundo semestre
8	Feria piscícola en Garzón	segundo semestre
9	Feria Artesanal y Cultural Jagua del Magdalena	2016 octubre
10	La Feria Artesanal de Pitalito – Segundo Semestre	noviembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.2) FENALCO

Cuadro 54 Eventos institucionales Fenalco

FENALCO		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Asamblea general de afiliados	Marzo
2	Congreso Nacional de comerciantes	Septiembre
3	Noche de los mejores	Noviembre
4	Feria automotriz	Agosto
5	Feria gastronómica	Junio y Diciembre
6	Cena Navideña	Diciembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.3) COMFAMILIAR

Cuadro 55 Eventos institucionales Comfamiliar

COMFAMILIAR HUILA		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Premio responsabilidad social y empresarial Comfamiliar	Septiembre
2	Noche de los elegidos	Noviembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.4) Comité de Cafeteros del Huila

Cuadro 56 Eventos institucionales Comité de cafeteros

COMITÉ CAFETEROS DEL HUILA		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Encuentro gerente FNC y entidades gremiales	Junio
2	Feria regional Huila	Julio
3	Feria empresario cafetero	Noviembre
4	Foros cafeteros regionales	Todo el año
5	Atención compradores de café internacionales	Todo el año
6	Concurso de calidad taza de la Excelencia	Enero-febrero
7	Feria colombiana Expo especiales	Oct-Nov
8	Giras educativas a cafeteros del Huila	Todo el año

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.5) CONFETUR

Cuadro 57 Eventos institucionales Confetur

CONFETUR CAPITULO HUILA		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Vitrina turística y feria Gastronómica	marzo 20 al 27
2	Travesía del alto magdalena	mayo
3	Encuentro folclórico y primer san pedrito del sector turismo Huila	junio
4	Encuentro surcolombiano de turismo	septiembre
5	Encuentro Nacional de bandas a la Paz	octubre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.6) Comité de Ganaderos del Huila

Cuadro 58 Eventos institucionales Comité de Ganaderos

COMITÉ GANADEROS DEL HUILA		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Asamblea general ordinaria de socios	Marzo
2	Feria exposición bovina ASOCEBU BRAHMAN y GYR grado B	Mayo
3	Celebración día Nal del ganadero	30-sep

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.7) ASOCOOPH

Cuadro 59 Eventos institucionales Asocooph

ASOCOPH		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Campamento Juvenil de prospectiva solidaria	Marzo
2	Seminario internacional de sistema de recirculación de agua para la industria acuícola	Abril
3	Encuentro sembrando paz y seguridad alimentaria	Mayo
4	Encuentro folclórico de integración de la economía solidaria	Junio
5	Encuentro sembrando paz y seguridad alimentaria	Septiembre
6	Muestra empresarial de economía solidaria	Octubre
7	Jornada juvenil de prospectiva solidaria	Noviembre



8	Integración navideña del sector solidario del Huila	Diciembre
9	Novena navideña solidaria	Diciembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.8) Asociación de Contadores del Huila

Cuadro 60 Eventos institucionales Contadores del Huila

ASOCIACIÓN CONTADORES		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Actualización tributaria	30-ene
2	Medio Magnéticos	febrero
3	Declaración renta	Septiembre
4	Diplomados(Normas internacionales, Normas de aseguramiento)	
5	Día del contador	01-mar
6	San Pedrito	
7	Fin de año	diciembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.9) CAMACOL

Cuadro 61 Eventos institucionales Camacol

CAMACOL		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Asamblea de afiliados 2016	24-feb
2	9 expo vivienda feria inmobiliaria 2016	22,23,24 Abril
3	San pedrito	28-may
4	Congreso colombiano de la construcción 2016	8,9,10 Junio
5	10 expo vivienda feria inmobiliaria	25,26,27 Noviembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.10) Sociedad Huilense de Ingenieros

Cuadro 62 Eventos institucionales Sociedad Huilense de Ingenieros

SOCIEDAD HUILENSE DE INGENIEROS		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Asamblea ordinaria	Primer trimestre del año(antes del 30 Marzo)
2	Capacitación SENA	Espontánea
3	San Pedro	
4	Navidad	

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.11) Asociación EMPSE

Cuadro 63 Eventos institucionales Empse

ASOCIACIÓN EMPSE		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Congreso Nal de intermediarios de seguros	Cada 2 años

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.12) ACIEM Capitulo Huila

Cuadro 64 Eventos institucionales Aciem Capítulo Huila

ACIEM CAPÍTULO HUILA		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Asamblea ordinaria con asociados	Cualquier fecha
2	San Pedrito(Almuerzo)	
3	Cena Navideña	

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.13) CEAGRODEX

Cuadro 65 Eventos institucionales Ceagrodex

CEAGRODEX		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Asamblea de accionista	Marzo



2	Semana de la salud	Octubre
3	Desayuno Navideño	

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.14) Sociedad Huilense de Economistas

Cuadro 66 Eventos institucionales Sociedad Huilenses de Economistas

SOCIEDAD HULENSE DE ECONOMISTAS		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Comité técnico con aliados	Cada 2 meses
2	Asamblea de socios	Marzo
3	Informes de gestión e investigación	

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

162

9.10.15) COAGROHUILA

Cuadro 67 Eventos institucionales Coagrohuila

COAGROHUILA		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	El señor Jairo Díaz afirmó no realizar ninguna clase de eventos durante el año	

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.16) FENALCE

Cuadro 68 Eventos institucionales Fenalce

FENALCE		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	2 Capacitaciones de asistencia técnica	1er Semestre del año
2	4 Capacitaciones	2do Semestre del año

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.17) Asociación de Ferreteros

Cuadro 69 Eventos institucionales Asociación de Ferreteros

ASOCIACIÓN DE FERRETEROS		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Martillo Nal ferretero(en diferentes ciudades del país)	Cada 2 años



2	San pedrito ferretero	
---	-----------------------	--

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.18) Colegio de Jueces y Fiscales del Huila

Cuadro 70 Eventos institucionales Colegio de Jueces y Fiscales del Huila

COLEGIO JUECES Y FISCALES		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Asamblea de asociados	Marzo
2	Día del abogado	22 de junio
3	San pedrito	
4	Seminarios	Cualquier fecha del año

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

163

9.10.19) Consejo Gremial del Huila

Cuadro 71 Eventos institucionales Consejo gremial del Huila

CONSEJO GREMIAL HUILA		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Asamblea general de socios (223 socios en el Huila)	Marzo

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.20) FEDEARROZ

Cuadro 72 Eventos institucionales Fedearroz

FEDEARROZ		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Transferencia de tecnología	1 ó 2 veces al mes
2	Asamblea seccional	Cada 2 años

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.21) Sector de Autopartes

Cuadro 73 Eventos institucionales Sector autopartes

SECTOR AUTOPARTES		
ÍTEM	EVENTO	FECHA



1	San pedrito	Junio
2	Navidad	Diciembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.22) Cooimpresur

Cuadro 74 Eventos institucionales Cooimpresur

COOIMPRESUR		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	San pedrito Cooimpresur	Junio
2	Asamblea General Ordinaria Y Asociados	Marzo

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

164

9.10.23) FEDECACAO

Cuadro 75 Eventos institucionales Fedecacao

FEDECACAO		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Transferencia de tecnología(campo)	Mensual

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.24) Sociedad Colombiana de Arquitectos

Cuadro 76 Eventos institucionales Sociedad Colombiana de Arquitectos

SOCIEDAD COLOMBIANA DE ARQUITECTOS		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Semana del arquitecto	Noviembre

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.25) FENDIPETROLEO

Cuadro 77 Eventos institucionales Fendipetróleo

FENDIPETRÓLEO		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Asamblea	Cualquier fecha del año

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.10.26) INCIHUILA

Cuadro 78 Eventos institucionales Incihuila

INCIHUILA		
ÍTEM	EVENTO	FECHA
1	Navidad	
2	Fin de año	

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.11) Eventos Corporativos

Los eventos corporativos se conciben para convocar la visita de turistas a la ciudad sede con el propósito de generar dinámicas económicas que beneficien a la comunidad local y coadyuven en la construcción o consolidación del concepto de destino turístico especializado en eventos corporativos.

Si bien el departamento del Huila ha avanzado en la construcción de equipamientos para la operación de eventos corporativos, no se percibe la existencia de oferta de eventos marca propia. Esto es, que sean diseñados para crearle demanda a los ya mencionados equipamientos. Soportados en las Apuestas Productivas perfiladas en las Agendas de Productividad y Competitividad tanto del departamento del Huila como de Neiva, se presenta una selección de eventos que bien se pueden organizar para darle ocupación a dichos equipamientos y generar a partir de ellos la activación de la cadena productiva de los eventos.

9.11.1) Congresos

- Congreso Mundial de Productores de Cafés Especiales
- Congreso Nacional de Productores de Panela
- Congreso Nacional de Productores de Derivados Lácteos
- Congreso Nacional de Productores de Alimentos Cárnicos
- Congreso Nacional de Cultivadores de Arroz
- Congreso Nacional de Cultivadores de Frutales de Clima Frío

- g) Congreso Nacional de Cultivadores de Cítricos
- h) Congreso Nacional de Cultivadores de Cereales
- i) Congreso Mundial de Productores de Pescados Congelados
- j) Congreso Mundial de Medicina Estética y Anti-Envejecimiento
- k) Congreso Colombiano de Gestión y Administración en Salud
- l) Congreso Latinoamericano de Cardiología
- m) Congreso Latinoamericano de Reumatología Pedriatica
- n) Congreso Latinoamericano de Enfermería
- o) Congreso Internacional de Pedagogía e Infancia
- p) Congreso Nacional de Ciencia y Tecnología
- q) Congreso Mundial de Astronomía
- r) Congreso Mundial de Paleontología
- s) Congreso Mundial de Arqueología
- t) Congreso Mundial de Ecoturismo

9.11.2) Convenciones

- a) Convención Nacional de Seguros
- b) Convención Nacional de Concesionarios de Autos
- c) Convención Nacional de Entidades Financieras
- d) Convención Nacional de Empresas de Telefonía Celular
- e) Convención Nacional de Medios de Comunicación

9.11.3) Ferias

- a) Feria Surcolombiana de Belleza & Salud
- b) Expo Agro
- c) Agro Empaques
- d) Feria Nacional de la Horticultura
- e) Feria Nacional Cadenas de Frío
- f) Expo Náutica
- g) Expo Macizo Colombiano
- h) Feria Internacional del Café
- i) Feria Nacional de Frutales
- j) Feria Internacional de la Acuicultura
- k) Feria Nacional de la Piscicultura
- l) Feria Mundial del Cacao
- m) Feria Internacional de las TICs

- n) Feria Surcolombiana de la Moda
- o) Feria del Hogar
- p) Feria de la Industria Inmobiliaria
- q) Expo Car Audio
- r) Feria Nacional de Artesanías
- s) Feria Surcolombiana del Libro
- t) Feria Surcolombiana de Logístico
- u) Feria Surcolombiana de Turismo

9.11.4) Eventos Académicos

- a) Simposio Internacional de Arqueología
- b) Simposio Internacional de Paleontología
- c) Simposio Internacional de Astronomía

9.11.5) Eventos Médicos

Desde hace dos décadas la Cámara de Comercio de Neiva organiza la Jornada denominada Helen The Children, un evento de carácter humanitario que convoca a la niños que presentan cuadros clínicos de labio leporino, paladar hendido y pie chapín, para que médicos voluntarios y altruistas de la comunidad internacional con apoyo de médicos locales realicen cirugías sin costo alguno para la familia del paciente. Se propone, que en el marco de este evento se realicen simposios o eventos académicos que beneficien a la comunidad médica del surcolombiano.

• Eventos propuestos por Medilaser

- a) Congresos Nacional de Enfermería.
- b) Jornada de Actualización de terapias.
- c) Congreso de Humanización.
- d) Diplomado de Humanización.
- e) Congreso de Infectología.
- f) Congreso de Responsabilidad Médica.
- g) Jornada de Actualización en Cirugía Laparoscópica.
- h) Jornada de actualización en Cardiología intervencionista: Cx Cardiovascular, Hemodinamia y electrofisiología.
- i) Jornada de Actualización en Diabetes a Usuarios.
- j) Jornada de Actualización en VIH y ETS

- **Eventos propuestos por el Hospital Universitario Hernando Moncaleano Perdomo de la ciudad de Neiva**

- a) Jornada Anual De Enfermería
- b) XII Simposio De Enfermedades Tropicales E Inmunodeficiencia

9.11.6) Eventos Deportivos

- a) Valida Nacional de Motonáutica en Betania
- b) Valida Nacional de Motonáutica en El Quimbo
- c) Revista Nacional de Motonáutica – Río Magdalena Neiva
- d) Campeonato Nacional de Agua Abiertas
- e) Parada Nacional de Sky Acuático en Betania
- f) Parada Nacional de Sky Acuático El Quimbo
- g) Campeonato Nacional de Pesca Deportiva en Betania
- h) Campeonato Nacional de Pesca Deportiva en El Quimbo
- i) Campeonato Nacional de Kayak en Betania
- j) Campeonato Nacional de Kayak en El Quimbo
- k) Travesía Ciclomontañismo Yaguará
- l) Travesía Ciclomontañismo Territorio Páez
- m) Travesía Ciclomontañismo Ruta del Café
- n) Travesía Ciclomontañismo Desierto de La Tatacoa
- o) Trail de Aventura Yaguará
- p) Trail de Aventura Territorio Páez

9.12) Valor simbólico

El departamento del Huila posee en su acervo cultural un nutrido inventario de reconocidos hitos que le generan orgullo al turista que lo visita, entre ellos: el Macizo Colombiano reconocido por la UNESCO como Reserva de la Biosfera y Estrella Fluvial del Pacífico; la Cultura Ullumbe popularmente conocida como Cultura Agustiniana cuya expresión lírica reconoció la UNESCO como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad a través de los Parques Arqueológicos de San Agustín, Alto de Los Ídolos, Alto de Las Piedras y Tierradentro; Río Magdalena reconocido como Río de La Patria, Festival Folclórico, Reinado Nacional del Bambuco y Muestra Internacional del Folclor reconocido por la Ley 1026 de 2006 como Patrimonio Cultural de la Nación, único evento que cuenta con



reconocimiento nacional y con la capacidad de convocar al país a visitar el Huila.

9.13) Calendario de Eventos Institucionales del Huila

En este acápite se presentan los eventos institucionales que se organizan mes a mes en los municipios del departamento del Huila, incluidos los que organizan las instituciones y gremios.

9.13.1) Eventos Institucionales mes de Enero

Cuadro 79 Eventos Institucionales del Huila mes de Enero

169

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE ENERO		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1	Año Nuevo	Todos
	Aniversario Fundación del Municipio	Baraya
2	Aniversario Fundación del Municipio	Aipe
3	Aniversario Fundación del Municipio	Rivera
4	Aniversario Fundación del Municipio	Nátaga
5		
6	Festival del Retorno	Acevedo
	Festival del Retorno	Timaná
	Carnaval de Blancos y Negros	Isnos
	Festival Artístico de La Montaña	La Argentina
7	Aniversario Fundación del Municipio	Palermo
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14	Aniversario Fundación del Municipio	Iquira
15		
16		
17	Aniversario de Fundación del Municipio	Garzón
	Campeonato Nacional de Tejo	Garzón
18		
19		
20	San Sebastián	La Plata
	Feria Ganadera	La Plata
21		



22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30	Seminario de Actualización Tributaria- Asociación de Contadores	Neiva
31		

170

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.13.2) Eventos Institucionales mes de Febrero

Cuadro 80 Eventos Institucionales del Huila mes de Febrero

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE FEBRERO		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1		
2	Virgen de La Candelaria	Campoalegre
3		
4		
5	Concurso Cafetero Taza de la excelencia	Neiva
6		
7		
8	Declaración de la Independencia de la Provincia de Neiva	Neiva
9		
10	Aniversario de Fundación	Algeciras
11	Virgen de Lourdes	Algeciras
12		
13		
14		
15	Enceuntro de Afiliados Cámara de Comercio de Neiva	Neiva, Pitalito, Garzón, La Plata
16		
17		

18		
19		
20		
21		
22		
23		
24	Asamblea General de Afiliados - CAMACOL	Neiva
25		
26		
27		
28		
29		

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.13.3) Eventos Institucionales mes de Marzo

Cuadro 81 Eventos Institucionales del Huila mes de Marzo

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE MARZO		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1	Día del Contador	Neiva
	Aniversario de la Fundación del Municipio	Tello
2		
3		
4		
5		
6		
7	Festival del Agua y Los Deportes Náuticos	Yaguará
8		
9		
10	Feria Artesanal	San Agustín
11		
12		
13	Aniversario de la Fundación del Municipio	Yaguará
14	Campamento Juvenil de prospectiva Solidaria- Asocoop	Neiva
15		
16		

17		
18		
19	San José	Isnos
20	Vitrina Turística y Feria Gastronomía - Confetur	Neiva
21		
22		
23		
24	Aniversario de Fundación	Agrado
25		
26		
27		
28		
29		
30		
31	Asamblea Anual Fondo Ganadero del Huila	Neiva
	Asamblea General de Afiliados a FENALCO	Neiva
	Asamblea General Sociedad Huilense de Ingenieros	Neiva
	Asamblea General ACIEN Capitulo Huila	Neiva
	Asamblea General de Asociados a CEAGRODEX	Neiva
	Asamblea General Sociedad Huilense de Economistas	Neiva
	Asamblea General afiliados Colegios de Jueces y Fiscales del Huila	Neiva
	Asamblea General de Afiliados a Consejo Gremial del Huila	Neiva
	Asamblea General afiliada COIMPRESUR	Neiva

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.13.4) Eventos Institucionales mes de Abril

Cuadro 82 Eventos Institucionales del Huila mes de Abril

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE ABRIL		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1		
2		
3		
4		
5	Aniversario de Fundación del Municipio	Colombia
6		

7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14	Seminario internacional de sistema de recirculación de agua para la industria acuícola - Asocooop	Neiva
15		
16	Aniversario de Fundación del Municipio	Oporapa
17		
18		
19		
20	Exposición Homenaje a la Mujer Arte Visual	Neiva
21	Día del Libro	Neiva
22	9 Expo Vivienda Feria Inmobiliaria 2016 – Camacol	Neiva
	Aniversario de Fundación del Municipio	Tesalia
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		
31		

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.13.5) Eventos Institucionales mes de Mayo

Cuadro 83 Eventos Institucionales del Huila mes de Mayo

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE MAYO		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1		

2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14	Encuentro sembrando paz y seguridad alimentaria- Asocooop	Neiva
15	San Isidro	La Argentina
	Feria Automotriz - CCN	Garzón
	Feria Artesanal y Agrícola	El Pital
	Expo Garzón	Garzón
	Feria Ganadera y Equina	Iquira
	Helen The Children - CCN	Neiva
	Feria Ganadera y Exposición Equina	Oporapa
	Feria Ganadera y Exposición Equina	Paicol
	Festival Estudiantil de Teatro	Garzón
16		
17		
18		
19	Encuentro Departamental de Lectura	Neiva
20	Exposición Temática	Neiva
21	Día de la Afrocolombianidad	Neiva
22		
23		
24	Aniversario de la fundación de Neiva	Neiva
	Feria exposición bovina asocebu brahmán y GYR, Exposición Equina grado B	Neiva
	Feria Ganadera, Exposición Equina y Especies Menores	Agrado
	Feria Ganadera y Exposición Equina	Tesalia
25	Circuito de Teatro	Garzón
26		
27	Travesía del Alto Magdalena-Confetur	Neiva
28		
29		
30		
31		



Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.13.6) Eventos Institucionales mes de Junio

Cuadro 84 Eventos Institucionales del Huila mes de Junio

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE JUNIO		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1		
2		
3		
4		
5	Santísima Trinidad	Tello
	Aniversario de la Fundación del Municipio	La Plata
6		
7	Día del Campesino	Guadalupe
8		
9		
10		
11		
12		
13	San Antonio de Padua	Gigante
	San Antonio de Padua	Pitalito
	San Antonio de Padua	Tarquí
	Aniversario de la Fundación del Municipio	Pitalito
14		
15	Aniversario de la fundación del departamento del Huila	Neiva
	Concurso Estudiantil del Rajaleña	Neiva
16	Virgen del Perpetuo Socorro	Rivera
	Virgen del Perpetuo Socorro	Villavieja
17		
18		
19		
20		
21	Encuentro Departamental de Etnias	Neiva
22	Día del Abogado	Neiva
23		
24	Encuentro Nacional de Maestros Artesanos	Neiva

	Encuentro Departamental de Música Campesina	Neiva
	Encuentro Departamental de Rajaleñas	Neiva
	Encuentro Departamental de Danza	Neiva
	Encuentro Departamental del Baile del Bambuco	Neiva
	Encuentro Departamental del Pasillo Huilense	Neiva
	Encuentro Departamental de Música Alternativa	Neiva
	Encuentro Departamental del Baile del Sanjuanero Huilense	Neiva
	Festival de la Cultura Gastronómica del Huila - FENALCO	Neiva
	Festicrearte	Neiva
	San Juan Bautista	Hobo
	Festival de Música del Macizo Colombiano	Elías
	Festival de Música Campesina	El Pital
25		
26		
27		
28	Encuentro Internacional de Danza Inés García	Neiva
29		
30	Reinado Nacional del Bambuco	Neiva
	Reinado Municipal del Bambuco	Todos los Municipios
	Festival Folclórico y Reinado Surcolombiano del Bambuco	Pitalito
	Festival Folclórico y Reinado Departamental de La Alegría	Garzón
	Festival Folclórico del Suroccidente	La Plata
31		

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.13.7) Eventos Institucionales mes de Julio

Cuadro 85 Eventos Institucionales del Huila mes de Julio

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE JULIO		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		



8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16	Virgen del Carmen	Baraya
	Virgen del Carmen	Santa María
17		
18		
19	Aniversario de la Fundación del Municipio	Tarquí
	Feria Equina	La Plata
20	Reinado Departamental Infantil del Sanjuanero Huilense	Rivera
	Festival del Retorno	Algeciras
	Tatacoa Star Party	Villavieja
21		
22		
23		
24		
25		
26	Santa Ana	Yaguará
27		
28		
29		
30	Aniversario de la Fundación del Municipio	Palestina
31		

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.13.8) Eventos Institucionales mes de Agosto

Cuadro 86 Eventos Institucionales del Huila mes de Agosto

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE AGOSTO		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1		
2		

3		
4		
5		
6	Encuentro Departamental Vigías del Patrimonio	Neiva
7		
8		
9	San Emigdio	Elías
10	San Lorenzo	Suaza
11		
12		
13		
14	Feria Automriz - FENALCO	Neiva
	Exposición Equina	Altamira
	Día del Campesino	Elías
15	Expohuila - CCN	Neiva
16	San Roque	Altamira
	San Roque	Teruel
	Feria Ganadera	Nátaga
	Reinado Departamental del Bizcocho de Achira	Altamira
	Reinado Departamental del Arroz	Campoalegre
	Reinado Municipal de La Simpatía	Santa María
	Reinado Departamental Familias en Acción	Villavieja
	Reinado Departamental del Turismo	Yaguará
	Fiestas Reales	Yaguará
	Aniversario de Fundación del Municipio	Acevedo
	Aniversario de Fundación del Municipio	Campoalegre
17		
18	Aniversario de Fundación del Municipio	Villavieja
19		
20		
21		
22		
23	Santa Rosa de Lima	El Pital
	Reinado Municipal de Las Rositas	El Pital
24		
25		
26		
27		
28	San Agustín	San Agustín
29		
30		

9.13.9) Eventos Institucionales mes de Septiembre

Cuadro 87 Eventos Institucionales del Huila mes de Septiembre

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE SEPTIEMBRE		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1		
2		
3		
4	Santa Rosalía	Palermo
5	Aniversario de la Fundación del Municipio	Hobo
6		
7	Semana Cultural	Colombia
8		
9	Virgen de Aránzazu	Palestina
10		
11		
12		
13		
14		
15	Encuentro Departamental de Cultura	Neiva
16	Premio responsabilidad social y empresarial Comfamiliar	Neiva
17	Aniversario de los Mártires de la Independencia de la Provincia de Neiva	Neiva
	Nuestra Señora de Los Dolores	Aipe
	Aniversario de la Fundación del Municipio	Gigante
18		
19		Palermo
20	Feria Equina	
21		
22		
23	Aniversario de la Fundación del Municipio	Teruel
24	Virgen de Las Mercedes	Nátaga
	Virgen de Las Mercedes	Agrado
	Virgen de Las Mercedes	Colombia
	Virgen de Las Mercedes	Saladoblanco

25		
26	Aniversario de Fundación	Elías
27	Día Mundial del Turismo	Neiva
	Encuentro Surcolombiano del Turismo - Confetur	Neiva
	Día Mundial del Patrimonio	San Agustín
28		
29	San Miguel Arcángel	Garzón
	Concurso Departamental de Música Campesina Eduardo Reyes	Garzón
30	Día Nacional del Ganadero- Fondo Ganadero	Neiva
31		

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.13.10) Eventos Institucionales mes de Octubre

Cuadro 88 Eventos Institucionales del Huila mes de Octubre

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE OCTUBRE		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1		
2		
3		
4	San Francisco	Iquira
5		
6		
7	Virgen del Rosario	Tesalia
8		
9		
10		
11	Muestra empresarial de economía solidaria-Asocooop	Neiva
12	Festival Folclórico y Reinado Departamental del Cacao y el Café	Gigante
	Festival Equino	San Agustín
	Festival del Retorno	Baraya
	Festival de Música Andina	Pitalito
14	San Calixto	Timaná
15	Virgen de Las Lajas	Oporapa
	Aniversario de Fundación del Municipio	La Argentina
16		
17		
18	Aniversario de Fundación del Municipio	Altamira
19		

20	Aniversario de Fundación del Municipio	Suaza
	Festival Internacional de Cuenteros	Neiva
21		
22		
23		
	Festival de Teatro	Elías
24	Semana Cultural	San Agustín
	Semana Cultural	Timaná
25	Feria Agrícola, Ganadera y Exposición Equina	Guadalupe
26		
27		
28		
29	Feria Colombiana de Café - Expo especiales	Neiva
30		
31	Feria Artesanal	La Jagua - Garzón

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.13.11) Eventos Institucionales mes de Noviembre

Cuadro 89 Eventos Institucionales del Huila mes de Noviembre

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE NOVIEMBRE		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1		
2		
3		
4		
5		
6	Noche de los Elegidos- COMFAMILIAR	Neiva
7		
8		
9		
10	Exposición Equina, Bovina y de Especies Menores	La Argentina
	Aniversario de la Fundación del Municipio	Paicol
11	Feria Nacional Artesanal y Exposición Equina Grado B	Pitalito
12	Aniversario de Fundación	El Pital
13		
14		

15	Noche de Los Mejores - FENALCO	Neiva
16		
17		
18		
19		
20	Exposición de Arte Visual MACH	Neiva
	Feria Equina, Ganadera y Comercial	Isnos
	Aniversario de la Fundación del Municipio	San Agustín
	Viva La Palabra Viva	Neiva
21		
22		
23		
24	Feria Ganadera, Comercial y Exposición Equina	Timaná
	Semana Cultural	Isnos
	Semana Cultural	Palermo
	Semana Cultural	Santa María
25	10 Expo vivienda, Feria Inmobiliaria- Camacol	Neiva
26	Aniversario Fundación del Municipio	Santa María
27	Semana del Arquitecto - Sociedad Huilense de Arquitectos	Neiva
	Aniversario Fundación del Municipio	Guadalupe
28		
29		
30	Cierre Escuelas de Formación Artística	Neiva
31		

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

9.13.12) Eventos Institucionales mes de Diciembre

Cuadro 90 Eventos Institucionales del Huila mes de Diciembre

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA		
MES DE DICIEMBRE		
DÍA	EVENTO	MUNICIPIO
1		
2		
3		
4		
5	Aniversario Fundación del Municipio	Isnos
6		



7	Semana Cultural	Garzón
8	Inmaculada Concepción	Acevedo
	Inmaculada Concepción	Neiva
9		
10		
11		
12	Virgen de Guadalupe	Guadalupe
13		
14		
15		
16		
17	Aniversario Fundación del Municipio	Saladoblanco
18	Aniversario Fundación del Municipio	Timaná
19		
20	Feria Gastronómica - FENALCO	Neiva
21		
22		
23		
24		
25	Navidad	
26		
27		
28		
29		
30		
31		

Fuente: Encuesta Eventos Institucionales del Huila, 2015

10) Estrategia de Comercialización y Promoción

La Apuesta Productiva de Turismo actualizada en el año 2015 identificó la comercialización y la promoción tanto de productos como del destino Huila como una limitante al desarrollo del sector turismo, especialmente a la creación de confianza en el inversionista en torno a la rentabilidad y retorno de su inversión. Con fundamento en el Producto de Eventos, Ferias y Fiestas se trazan algunos lineamientos con los que se pretende orientar



una acertada estrategia para colocar el producto en las agencias mayoristas y especializadas en organización de eventos que lideran el mercado emisor inicialmente en el ámbito nacional pero proyectándolo al mercado internacional.

10.1) El mercado de los eventos, ferias y fiestas

Este segmento del turismo se refiere a las actividades de las personas que viajan a un destino con el propósito principal de participar, o acompañar a alguien que está participando, en una reunión o conferencia³⁹.

184

Según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), en el año 2013 se realizaron en el mundo 11.685 eventos corporativos; Estados Unidos lidera el segmento con la realización de 829 eventos, seguido de Alemania con 722 y en tercer lugar España con 562 eventos; Colombia se ubicó en el puesto número 28 con la realización de 128 eventos corporativos⁴⁰. Por ciudades, París es la ciudad líder con 204 eventos, seguida de Madrid con 186 eventos y en tercer lugar Viena con 182 eventos. Con una estancia promedio de cuatro noches, el gasto promedio por delegado a los eventos fue de dos mil quinientos dólares y el promedio de gasto diario fue de setecientos cuarenta dólares.

En Colombia, Bogotá es líder con 47 eventos corporativos de carácter internacional, seguida de Cartagena (puesto 57 a nivel mundial) con la realización de 42 eventos y en el tercer lugar se ubica Medellín (puesto 74 en el mundo) 33 eventos corporativos de carácter internacional⁴¹.

Respecto a este nicho de mercado, en su documento Panorama 2020, la OMT señala las siguientes tendencias:

- Casi 30% de las reuniones internacionales en el mundo se llevan a cabo en EE.UU., Reino Unido, España, Francia o Alemania. Todos estos destinos ofrecen un producto desarrollado para adaptarse a los requerimientos de este segmento: acomodación amplia y de buena calidad y salas de conferencias para grupos de diferentes tamaños.
- Se estima que aproximadamente 20% de las llegadas de turistas internacionales corresponden a reuniones o conferencias. Esto muestra que este tipo de actividad es importante para atraer turistas.

³⁹ Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2001

⁴⁰ Fuente: ICCA Repórter de Estadísticas-2013

⁴¹ Fuente: ICCA Repórter de Estadísticas-2013

- Las reuniones y congresos complementan el turismo de ocio, en la medida en que se puede utilizar la misma infraestructura, generando ganancias adicionales. Debido a su gran dispersión geográfica y a la actividad durante todo el año, genera negocios adicionales para los destinos de ocio, haciendo posible la reducción de la estacionalidad y el mantenimiento del empleo todo el año.
- El turismo de negocios conduce a un crecimiento del turismo de ocio, ya que aproximadamente un 40% de quienes asisten a reuniones y conferencias regresan al destino con familiares, amigos o colegas. Además, este sector es más resistente ante recesiones económicas.
- A pesar de la continua amenaza de la videoconferencia y del uso del internet, el crecimiento del mercado de reuniones y conferencias parece estar asegurado.
- Un destino para conferencias y reuniones se puede impulsar a través de un evento deportivo o industrial de gran magnitud y con la oferta de actividades y atracciones adicionales a las conferencias.
- Los eventos corporativos regulan la estacionalidad de la demanda turística, generando dinámicas económicas en las bajas temporadas, contribuyen a elevar el promedio de gasto por turista/día, actúan además como un factor dinamizador de la promoción turística del destino e incrementan el índice de estadía promedio del turista en el destino además del empleo durante todo el año. A pesar de la continua amenaza de la videoconferencia y del uso del internet, el crecimiento del mercado de reuniones y conferencias parece estar asegurado⁴².

10.1.1) Perfil del turista⁴³

Los turistas corporativos generalmente son personas de elevado nivel educativo, alto nivel de ingresos, con una alta disponibilidad para gastar y que esperan una alta calidad de los servicios recibidos⁴⁴. El concepto integral de seguridad juega un papel importante a la hora de elegir el destino para la realización de eventos e incluye no solamente que el destino esté blindado contra las actividades propias del terrorismo y vandalismo sino que además ofrezca calidad en el sistema de salud y emergencias, disponibilidad de tecnologías de la información y las comunicaciones con sistemas interactivos para sus actividades magistrales y sistemas de reservas en línea vinculados igualmente a

⁴² Fuente: Plan Sectorial Nacional de Turismo, “Turismo para construir la Paz”-2015

⁴³ Fuente: Actualización Apuesta Productiva del Turismo, 2015

⁴⁴ Fuente: OMT documento Panorama 2020



pagos electrónicos y los ya tradicionales servicios de traducción simultánea e información turística amén de una acomodación hotelera amplia y de buena calidad, y salas de conferencias para grupos de diferentes tamaños.

Para el caso del Huila, el turismo corporativo encuentra atractivos como la Zona Arqueológica de San Agustín-Isnos y Tierradentro; Desierto de la Tatacoa, fuentes de agua termal en Rivera; y en Yaguará actividades náuticas y de aventura; en todos los destinos huilenses podrá disfrutar de la gastronomía típica, música y bailes autóctonos.

186

10.2) El Turismo Corporativo en Colombia

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reconoció la tendencia prevista por la Organización Mundial de Turismo que identifica el crecimiento constante del segmento de eventos corporativos y que, estima, representa el 20% de los motivos de viaje del turista de origen internacional. El Ministerio calificó los eventos corporativos como un producto turístico de talla mundial⁴⁵ con los que pretende cumplir la meta establecida al año 2018 de captar 5 millones de turistas de origen internacional que en suma le generen al país 6.000 mil millones de dólares⁴⁶.

Teniendo en cuenta que solo tres ciudades: Bogotá, Cartagena y Medellín han logrado posicionarse en el ámbito nacional como destinos receptivos para los eventos corporativos y conscientes de la creciente tendencia mundial de este segmento, el gobierno nacional promulgó en el año 2010 el Documento CONPES 3640 con el propósito de diversificar la oferta de destinos y productos turísticos en todo el territorio nacional.

El CONPES 3640 definió cinco estrategias para que Colombia se convierta en un destino de “Clase Mundial” en el segmento de eventos, congresos y convenciones:

- Apoyar las ciudades y regiones en la identificación de su potencial para el desarrollo del turismo de eventos

⁴⁵ Fuente: Plan Sectorial Nacional de Turismo, “Turismo factor de Prosperidad para Colombia” -2011

⁴⁶ Fuente: Plan Sectorial Nacional de Turismo, “Turismo factor de Prosperidad para Colombia” -2011



- Apoyar el desarrollo de infraestructura y planta turística adecuada para este segmento
- Generar incentivos a la inversión en el desarrollo de infraestructura y planta para este sector
- Apoyar el mejoramiento del producto turístico para este segmento y
- Fortalecer la promoción turística de Colombia como destino de eventos, congresos y convenciones tanto en el ámbito internacional como en el mercado nacional.

187

Santa Marta, Cali, Triangulo del Café⁴⁷, son, según el CONPES 3640, la segunda generación de ciudades destino para el desarrollo del segmento del turismo de eventos corporativos; y en una tercera generación trabajan: Ibagué, **Neiva**, Popayán y Villavicencio. El diagnóstico elaborado para soportar la construcción del Documento CONPES 3640 identifica que las ciudades de segunda y tercera generación han construido centros de convenciones y recintos feriales pero no se han ocupado de estructurar la cadena de producción del servicio turístico para atender las demandas del segmento de eventos corporativos. Esto es que, los centros de convenciones deben articular a su portafolio de servicios la oferta local de alojamiento, restaurantes, transporte, Guianza, entretenimiento y compras, así como, programas de pre y pos evento tanto para el participante en el evento como para sus acompañantes, una realidad para Neiva y el Huila.

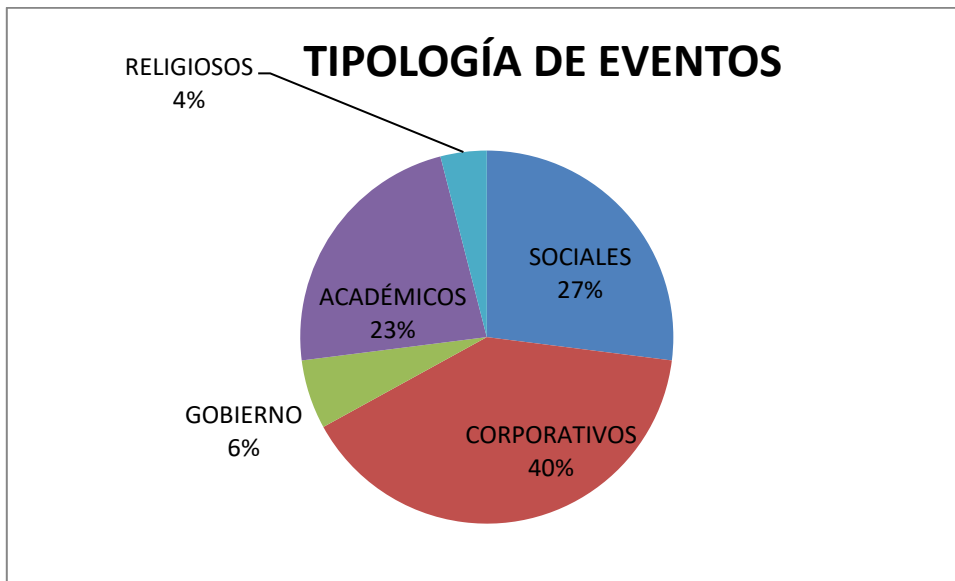
10.3) El Turismo Corporativo En El Huila⁴⁸

Desde hace 20 años, Neiva cuenta con un Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera de buenas especificaciones pero que, tal como se registró en el Diagnóstico de la AIPC, 77% de los eventos realizados en dicha sede son de origen local y tan solo 23% corresponden a eventos de carácter nacional.

Gráfica 40 Tipología de los eventos que se realizan en el Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera de Neiva

⁴⁷ Armenia, Pereira y Manizales

⁴⁸ Fuente: Calculo realizado con información del Centro de Convenciones correspondiente al año 2012- equipo técnico Actualización Agenda Interna del Huila, 2015



Fuente: Construcción de la Consultoría con información del Centro de Convenciones, año 2012

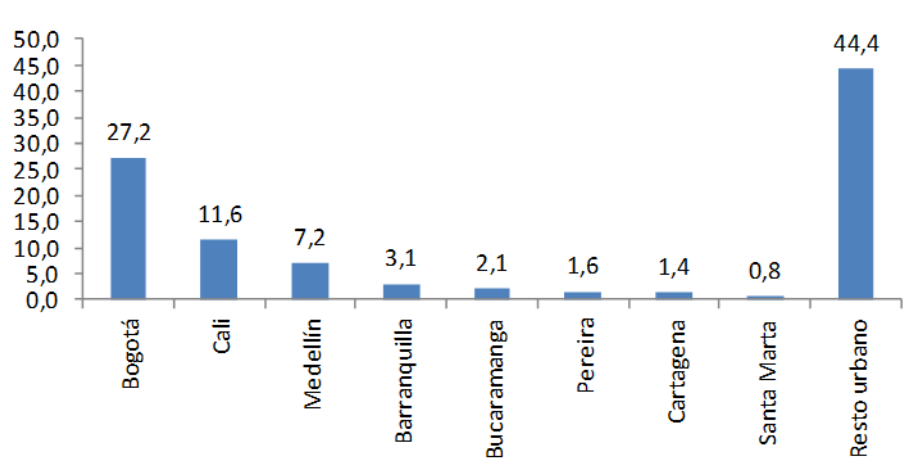
La gráfica 40, muestra la tipología de los eventos que se realizan en el Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera de Neiva

Adicionalmente, la Gobernación del Huila recientemente inauguró el Recinto Ferial de Neiva, una excelente infraestructura para exposiciones que complementará la oferta del Centro de Convenciones y que obliga a crear sinergias interinstitucionales y del sector prestador de servicios turísticos para cumplir con el propósito de posicionar a Neiva como destino de eventos corporativos, en el ámbito nacional.

10.4) Mercados Emisores para el Huila

Si bien no se ha realizado hasta la fecha un estudio de mercado que identifique los mercados emisores de turistas al departamento del Huila, turistas que viajen motivados por participar en eventos, ferias y fiestas, existen dos documentos que orientan la respuesta a este interrogante, la Encuesta ETUR realizada por el DANE en el año 2003 y actualizada en el año 2009 y el Estudio Diseño de un Producto Turístico para el Clúster Neiva Ciudad Región. La grafica xxx muestra las principales ciudades emisoras de turistas al mercado nacional.

Gráfica 41 Ciudades emisoras de turistas al mercado nacional



Fuente: Elaboración propia con base en estadísticas ETUR 2003, DANE.

La grafica permite inferir que las tres principales ciudades emisoras de turismo al mercado nacional o doméstico como se le conoce técnicamente son Bogotá, Medellín y Cali, de hecho son las ciudades de mayor concentración tanto de población como de emplazamiento industrial y comercial. El estudio realizado por la firma Siete Consultores también coincide con la Encuesta DANE. Con fundamento en estos resultados la estrategia de comercialización para el producto de eventos, ferias y fiestas se debe orientar hacia la canalización de los proveedores de turistas o lo que es lo mismo, la identificación de las agencias de viajes que comercializan este producto en el mercado nacional.

10.4.1) ¿Cómo llegar al mercado internacional?

Siguiendo los lineamientos de la Política Nacional de Comercialización, el camino para que los eventos institucionales y corporativos lleguen al mercado internacional es trabajar en coordinación con PROCOLOMBIA, agencia del Estado que ha elaborado estudios de mercado y conoce los requisitos exigidos por los operadores internacionales para incorporar un destino y sus eventos al portafolio de servicios especializados de OPC.

10.5) Estrategia de Comercialización

Como ya se mencionó Bogotá, Cartagena y Medellín son destinos receptivos para el turismo corporativo en Colombia, una segunda generación de ciudades que se prospectan para este segmento son Santa Marta, Cali y el Triángulo del Café, ciudades que trabajan de la mano con Procolombia; Neiva junto con Ibagué, Popayán y Villavicencio forman

parte de la tercera generación de ciudades que busca posicionarse como destino para el turismo corporativo, ciudades que si bien es cierto ha construido equipamientos de soporte para la operación de esta actividad, como por ejemplo, centro de convenciones, recinto ferial, villa olímpica, entre otros, no han logrado estructurar un producto turístico que le permita competir en el mercado nacional con un portafolio de paquetes turísticos que activen la cadena de producción del servicio turístico tanto en Neiva como en el departamento del Huila. Específicamente la región cuenta con centro de convenciones, recinto ferial, Villa Olímpico, escenarios para ferias agropecuarias, y construye actualmente en Neiva el Parque de La Música; adicionalmente existen algunos eslabones de la cadena de servicios turísticos, alojamiento, restaurantes, agencias de viajes, opc, transportadores y orientadores turísticos, elementos que permiten construir el producto Eventos, Ferias y Fiestas del Huila, producto para el cual se proyecta la estrategia de comercialización y promoción turística.

La gráfica 42 muestra la estrategia que se ha perfilado para la comercialización del producto turístico de Eventos, Ferias y Fiestas del departamento del Huila.

Gráfica 42 Estrategia de Comercialización Eventos, Ferias y Fiestas





10.6) Constituir un grupo de trabajo que diseñe eventos corporativos

En el departamento del Huila se ha intentado en varias ocasiones constituir un Convención And Visitor Berau u Oficina Promotora de Eventos, esfuerzo que se enfocó en la necesidad de promover a Neiva y al Huila como Destino Turístico especializado en la operación de Eventos, intentos que no fructificaron y que hoy no encuentra ambiente en la comunidad prestadora de servicios turísticos del Huila.

Se sugiere entonces constituir un grupo de trabajo de carácter informal que este conformado por una representante de los siguientes sectores: alojamiento, agencias de viajes, opc, transporte aéreo y terrestre, así como, por representantes del centro de convenciones, recinto ferial y parque de la música. Grupo que tendrá como objetivo elaborar un calendario de eventos corporativos con horizonte de cinco años, eventos para promoverlos inicialmente en el ámbito nacional; el grupo también realizará tareas de gestión de proyectos de inversión en infraestructura, comercialización y promoción turística de los eventos corporativos.

10.7) Construir la oferta de programas turísticos

Las ciudades o regiones que deciden convertirse en destino para la realización de eventos corporativos, perfilan programas turísticos para los participantes en el evento, programas que bien se pueden ejecutar como pre evento o como post evento. Para el caso del departamento del Huila, el análisis de la cadena de servucción para la realización de eventos corporativos, muestra que la ciudad mejor aspectada para este segmento es Neiva, seguida de Pitalito; para el caso de los eventos de carácter cultural asociados a la arqueología el municipio líder es San Agustín, y para el segmento de actividades agropecuarias los municipios de Garzón y La Plata están bien posicionados; la presencia de los embalses de Betania y El Quimbo motiva a pensar en la necesidad de elaborar programas para los municipios de Yaguará y Garzón. A continuación y solamente con el ánimo de aportar ideas a las agencias de viajes y turismo especializadas en la organización de eventos, así como, a las OPC, se presentan programas para que el participante en un evento los pueda vivenciar durante su estancia en el departamento del Huila.

1) Pasadía



El pasadía es un programa pensado para aquellas personas que han programado estancia en la ciudad de un día. Se presentan programas para las ciudades de Neiva, Pitalito, San Agustín, Garzón, La Plata y Yaguará.

a) Neiva

Para la ciudad de Neiva se han identificado tres opciones de programa tipo pasadía.

Opción 1

Es un programa convencional de corte internacional que combina recorridos por la ciudad con compras.

Cuadro 91 Programa Pasadía Neiva Opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL HUILA		
PROGRAMA PASADÍA - NEIVA OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8,00	Citytour Neiva
	10,00	Visita a Museos Centro Cultural y de Convenciones
	12,00	Almuerzo
	14,00	Visita a centros comerciales

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

Opción 2

Este programa está pensado para personas que tienen la rutina de caminar pero que además desean tener mayor conocimiento de la ciudad.

Cuadro 92 Programa Pasadía Neiva Opción 2

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL HUILA		
PROGRAMA PASADÍA - NEIVA OPCIÓN 2		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8,00	Caminata Malecón del Río Magdalena
	10,00	Visita a Museos Centro Cultural y de Convenciones
	12,00	Almuerzo
	14,00	Visita a centros comerciales

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

Opción 3



Este programa está pensado para las personas que les gusta conocer entornos naturales.

Cuadro 93 Programa Pasadía Neiva Opción 3

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL HUILA		
PROGRAMA PASADÍA - NEIVA OPCIÓN 3		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8,00	Visita guiada a la Reserva Natural La Tribuna
	12,00	Almuerzo
	14,00	Visita a centros comerciales

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

b) Pitalito

Esta única opción de programa de pasada para Pitalito corresponde a la tipología básica de combinar recorridos de ciudad con compras.

Cuadro 94 Programa Pasadía Pitalito Opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL HUILA		
PROGRAMA PASADÍA - PITALITO OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8,00	Recorrido por el microcentro de Pitalito
	10,00	Visita a los Talleres de Artesanías
	12,00	Almuerzo
	14,00	Visita a centros comerciales

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

c) San Agustín

A pesar que en San Agustín la oferta de actividades recreativas es prolífica, se presenta una opción, en razón a que la mayoría de los atractivos arqueológicos están ubicados en la zona rural y demandan tiempo para su reconocimiento.

Cuadro 95 Programa Pasadía San Agustín Opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL HUILA		
PROGRAMA PASADÍA - SAN AGUSTÍN OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	9,00	Recorrido Parque Arqueológico de San Agustín



	12,00	Almuerzo
	14,00	Recorrido urbano por San Agustín
	15,00	Visita a los almacenes de artesanías

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

d) Garzón

El programa de pasadía en Garzón corresponde a la clásica combinación de recorridos de ciudad con compras.

194

Cuadro 96 Programa Pasadía Garzón Opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL HUILA		
PROGRAMA PASADÍA - GARZÓN OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	9,00	Recorrido urbano por Garzón
	11,00	Visita al viaducto sobre El Quimbo
	12,00	Almuerzo
	14,00	Visita a los almacenes de artesanías en La Jagua

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

e) La Plata

El pasadía propuesto para el municipio de La Plata es de carácter cultural no incluye compras o visita a centros comerciales, sin desconocer que en las rutas propuestas encontraran suvenir y galguerías típicas de la localidad.

Cuadro 97 Programa Pasadía La Plata Opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL HUILA		
PROGRAMA PASADÍA - LA PLATA OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	9,00	Recorrido urbano por La Plata
	12,00	Almuerzo
	14,00	Visita al museo Mártir de Armero

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015



f) Yaguará

El pasadía propuesto para Yaguará combina recorridos por el embalse de Betania con el recorrido urbano por la ciudad.

Cuadro 98 Programa Pasadía Yaguará Opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL HUILA		
PROGRAMA PASADÍA - YAGUARÁ OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	9,00	Recorrido por el embalse de Betania
	12,00	Almuerzo
	14,00	Citytour Yaguará

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

2) Una noche con dos días

Los programas diseñados con ofertas de actividades para una noche de pernoctación con dos días de amenidades son ideales para participantes en eventos corporativos que aprovechan la ocasión para conocer la región, bien como, una visita pre evento o como post evento, vale decir que algunos esta visita la realiza en compañía de amigos, compañeros participantes en el evento o con familiares.

a) Neiva

Neiva identifica cuatro opciones de programa para una noche de pernoctación y dos días de actividades, dos en su entorno inmediato y dos vinculadas con la zona arqueológica de San Agustín y Tierradentro.

Neiva Opción 1



Esta opción combina recorridos de ciudad con compras y visita a los atractivos turísticos de su entorno, incluida actividades nocturnas en el Desierto de La Tatacoa.

Cuadro 99 Programa Una noche – dos días, Neiva Opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS		
PROGRAMA UNA NOCHE- DOS DÍAS- NEIVA OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8,00	Citytour Neiva
	10,00	Visita a museos
	12,00	Almuerzo
	14,00	Tarde de compras
	19,00	Observación astronómica en La Tatacoa
Dos	9,00	Recorrido por el embalse de Betania y Yaguará
	12,00	Almuerzo
	14,00	Regreso a Neiva

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

Neiva Opción 2

Esta opción combina recorridos de ciudad con compras y visita a los atractivos turísticos de su entorno, incluida actividades nocturnas en las fuentes de aguas termales de Rivera.

Cuadro 100 Programa Una noche – dos días, Neiva Opción 2

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS		
PROGRAMA UNA NOCHE- DOS DÍAS- NEIVA OPCIÓN 2		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8,00	Citytour Neiva
	10,00	Visita a museos
	12,00	Almuerzo
	14,00	Tarde de compras
	19,00	Visita a las fuentes termales de Rivera
Dos	9,00	Recorrido por el embalse de Betania y Yaguará
	12,00	Almuerzo
	14,00	Regreso a Neiva

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

Neiva Opción 3

Esta opción combina las actividades clásicas de recorridos urbanos con compras articuladas a un programa de larga distancia para visitar el Parque Arqueológico de San Agustín.

Cuadro 101 Programa Una noche – dos días, Neiva Opción 3

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS		
PROGRAMA UNA NOCHE- DOS DÍAS- NEIVA OPCIÓN 3		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8,00	Citytour Neiva
	10,00	Visita a museos
	12,00	Almuerzo
	14,00	Tarde de compras
	19,00	Visita a las fuentes termales de Rivera
Dos	5,00	Salida a San Agustín
	10,00	Recorrido Parque Arqueológico de San Agustín
	13,00	Almuerzo
	14,00	Recorrido urbano por San Agustín
	16,00	Salida a Neiva

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

Neiva opción 4

Esta opción combina las actividades clásicas de recorridos urbanos con compras articuladas a un programa de larga distancia para visitar el Parque Arqueológico de Tierradentro.

Cuadro 102 Programa Una noche – dos días, Neiva Opción 4

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS		
PROGRAMA UNA NOCHE- DOS DÍAS- NEIVA OPCIÓN 4		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8,00	Citytour Neiva
	10,00	Visita a museos
	12,00	Almuerzo
	14,00	Tarde de compras
	19,00	Visita a las fuentes termales de Rivera



Dos	5,00	Salida a Tierradentro
	9,00	Recorrido Parque Arqueológico Tierradentro
	13,00	Almuerzo
	14,00	Visita a las tiendas de artesanías

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

b) Pitalito

El programa incorpora recorridos urbanos con visita a Parque Arqueológico y tiendas de artesanía.

Cuadro 103 Programa Una noche – dos días, Pitalito opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS		
PROGRAMA UNA NOCHE- DOS DÍAS- PITALITO OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	9,00	Recorrido urbano por Pitalito
	12,00	Almuerzo
	14,00	Visita a los Talleres de Artesanías
	16,00	Visita a la calle de los artistas
Dos	8,00	Salida a San Agustín
	9,00	Visita al Parque Arqueológico de San Agustín
	12,00	Almuerzo
	14,00	Citytour San Agustín
	16,00	Visita a las tiendas de artesanías
	17,00	Regreso a Pitalito

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

c) San Agustín

El programa San Agustín combina visita a los Parques Arqueológicos de San Agustín-Isnos con observación de sitios naturales, actividades culturales y compras.

Cuadro 104 Programa Una noche – dos días, San Agustín opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS		
PROGRAMA UNA NOCHE- DOS DÍAS-SAN AGUSTÍN OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	9,00	Visita al Parque Arqueológico de San Agustín
	12,00	Almuerzo
	14,00	Recorrido por el Estrecho del Magdalena -Obando
	17,00	Visita a las tiendas de artesanías

	19,00	Cena Andina
Dos	8,00	Salida a Isnos
	9,00	Visita a los parques Arqueológicos de Isnos
	13,00	Almuerzo
	14,00	Observación del Mirador del Magdalena
	16,00	Regreso a San Agustín

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

d) Garzón

El programa de dos días en Garzón incorpora actividades urbanas con la visita al Quimbo, compra de artesanías y reconocimiento de la Ruta Cafetera.

Cuadro105 Programa Una noche – dos días, Garzón opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS		
PROGRAMA UNA NOCHE- DOS DÍAS-GARZÓN OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8,00	Recorrido urbano por Garzón
	10,00	Visita al viaducto El Quimbo
	12,00	Almuerzo
	14,00	Visita al centro poblado La Jagua
Dos	7,00	Recorrido por la Ruta Cafetera
	12,00	Almuerzo
	14,00	Continuación de la Ruta Cafetera
	16,00	Llegada a Garzón

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

e) La Plata

El programa perfilado para el municipio de La Plata combina recorridos urbanos con visitas a los atractivos culturales del Territorio Páez.

Cuadro 106 Programa Una noche – dos días, La Plata opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS		
PROGRAMA UNA NOCHE- DOS DÍAS-LA PLATA OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8,00	Recorrido urbano por La Plata
	10,00	Visita al Santuario de Nátaga
	13,00	Almuerzo
	14,00	Visita al proyecto cafetero

Dos	7,00	Salida a Tierradentro
	10,00	Visita al Parque Arqueológico de Tierradentro
	13,00	Almuerzo
	14,00	Visita a las tiendas de artesanía
	15,00	Regreso a La Plata

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

f) Yaguará

200

El programa propuesto para Yaguará combina actividades de contacto con la naturaleza con las tradiciones de la cultura local.

Cuadro 107 Programa Una noche – dos días, Yaguará opción 1

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS		
PROGRAMA UNA NOCHE- DOS DÍAS-YAGUARÁ OPCIÓN 1		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
Uno	8,00	Recorrido por el embalse de Betania
	12,00	Almuerzo
	14,00	Citytour Yaguará
	17,00	Visita a las quesillerías
Dos	8,00	Visita a la Cueva El Tigre
	12,00	Almuerzo
	14,00	Cabalgata Sendero Chichayaco
	15,00	Kayak embalse de Betania

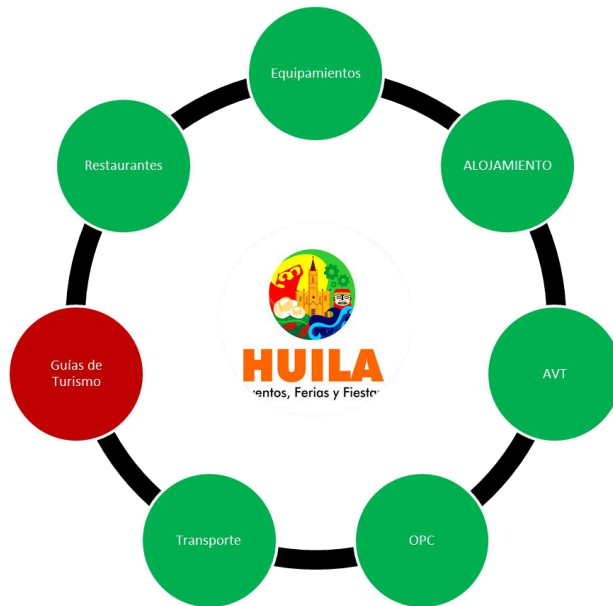
Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

10.8) Estructuración de la cadena de servucción

El vocablo servucción se utiliza para significar la elaboración o producción de un servicio, en otros sectores de la economía se utiliza el vocablo cadena productiva. En el ámbito de los eventos tanto institucionales y corporativos la cadena de servucción funciona con base en el eje de los equipamientos, esto es, centro de convenciones, recinto ferial, teatros, villa olímpica, escenarios para eventos feriales de carácter agropecuario. La Gráfica 43 muestra la cadena de servucción de los eventos en el Huila.



Gráfica 43 Cadena de Servucción de Eventos en el Huila



Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

Equipamiento: centro de convenciones, recinto ferial, teatros, villa olímpica, escenarios para eventos feriales de carácter agropecuario.

Alojamiento: Los hoteles que se prospectan para la operación del turismo corporativo en el municipio de Neiva son: Hotel Neiva Plaza, Hotel Chicalá, GHL Style, La Cabrera Hotel Boutique, Hotel Casa Blanca, Hostería Matamundo, Hotel Boutique El Poblado, Hotel Americano, Hotel Los Rosales, Hotel Sulicam, Hotel Milán Boutique, Adelaida Hotel, Hotel Boutique Sofía, Hotel Casa Pablo, Hotel Tumburagua INN, Hotel Panamá, Hotel Metropolitano, Hostería Los Dujos; en el Municipio de Pitalito se cuenta con 42 hoteles; en el Municipio de Garzón existen 8 hoteles y en el municipio de La Plata se evidencian 15 hoteles.

Agencias de Viajes: Las agencias operadoras que se comprometieron a comercializar los productos turísticos del Huila son: American Tour, Green Vacation, Ecoaventur, Yimmy Tours, Impacto Verde, Neivatur, Viajes Turismo Comfamiliar, Amparo Ossa, Mahuida, Viajes Circular; en el Municipio de Pitalito y San Agustín se encuentran 4 agencias; en el Municipio de La Plata 3 agencias, en Paicol opera una agencia



especializada en actividades de aventura, finalmente en Yaguará y Villavieja opera 1 agencia de viaje y turismo, respectivamente.

OPC: Los operadores profesionales de congresos, eventos y convenciones del departamento del Huila son: Casa De Campo Sevilla, Evaltur Opc, Jet Set Corporation, Opita Tour, Inversiones Turísticas Del Huila "Inturhuila Ltda."

Transporte: Las empresas prestadoras del servicio de transporte comprometidas con el tema turístico son: Coomotor, Cootranshuila, Escotur Huila, Ant Rent a Car.

Restaurantes: Los restaurantes que se prospectan en Neiva son: El Solar, Guantánamo, La Martina, La Cava Wine & Food, Gran Vinos, 14/54 Bistro, Mandalá Club, Emiliano Zapata, Flora Gastrobar, Wok & Roll, La Pampa, Nazca Express, Solas restaurante, El 10 Pub & Parilla, Baalbak, Tijuana, La casa del folclor, Súper Patacón Quindiano, Restaurante Avenida, Barbacoa, Sazón Peruano, Fonda Los Arrieros, BCN.

Guías de Turismo: El departamento del Huila en su conjunto cuenta con 57 guías de turismo, distribuidos de la siguiente manera:

- San Agustín: 42 Guías.
- Pitalito: 6 Guías.
- Neiva: 4 Guías.
- Isnos: 4 Guías.
- Garzón: 1 Guía.

10.9) Cadena de distribución del Producto

Como ya se ha mencionado en anteriores acápite, en el departamento del Huila no se ha elaborado un estudio específico de mercado para segmento de los eventos, pero no se desconoce que se han realizado varios estudios para otras actividades y destinos, entre ellos, Parque Islas de Aventura, Desierto de La Tatacoa, San Agustín y recientemente, en el año 2013, exploró el mercado para los productos turísticos del clúster turístico Neiva Ciudad Región, estudio que al igual que los anteriores identificaron que los mercados emisores de turistas para el departamento del Huila son las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali. La consultoría realizada por Siete, identificó agencias de viajes en Neiva, Bogotá, Medellín y Cali, agencias

que se comprometieron a distribuir el producto turístico en sus respectivas sedes de operación comercial.

1) Agencias de Viajes en Neiva

En Neiva de las cuarenta y siete agencias de viajes inscritas en el Registro Nacional de Turismo, siete manifestaron su interés de comercializar los paquetes turísticos del Clúster Neiva Ciudad Región y por extensión del departamento del Huila.

203

Cuadro 108 Agencias de Viajes Comercializadoras en Neiva

AGENCIAS DE VIAJES COMERCIALIZADORAS EN NEIVA		
AGENCIA	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO
AMPARO OSSA VIAJES Y TURISMO		amparossaviajes@hotmail.com
ORGANIZACION TURISTICA DEL HUILA TURISHUILA	3174405432	contacto@turishuila.com
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO ECOAVENTUR	3153416781	viajesyturismosecoaventurltd@hotmail.com
VIAJES Y EVENTOS YIMMY TOURS	3214516897	yimmytours@hotmail.com
MAHUIDA TOURS	3173516206	mahuidatours@hotmail.com
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO ESCOTUR HUILA	3174232340	escoturhuila@yahoo.com
IMPACTO VERDE	3115144183	mivarco@gmail.com

Fuente: Clúster Neiva Ciudad Región, Siete Consultores, 2013

2) Agencias de Viajes en Bogotá

De las agencias de viajes visitadas en la ciudad de Bogotá, diez dieron respuesta positiva para distribuir el producto turístico de Neiva Ciudad Región y por extensión del departamento del Huila.

Cuadro 109 Agencias de Viajes Comercializadoras en Bogotá

AGENCIAS DE VIAJES COMERCIALIZADORAS EN BOGOTÁ			
AGENCIA DE VIAJES	PERSONA DE CONTACTO	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO
JM Travel S.A.S	Nancy Mosucha	(1)4305095/ 3123794162	nmosucha@jmtravel.co
GLP Travel	Gerardo Luque	(1) 658 2573/ 3102403571	gerencia@glptravel.com
Organización Colombiana Parkway	Jaime Hernández	(1) 338 0829	agenciaparkway@hotmail.com
Agencia Selvatika	Sandra Ramírez	3134005094	aselvatika@hotmail.com
Ed Enduotravel	Enrique Ocampo	3014684468	enduoagencias1@gmail.com

		/	
		3014822055	
Sol y Luna Viajes y Turismo	Martha Hernández	(1)2691096/ 313800406	sollylunavty@yahoo.com
AC tours Colombia	María García	3153295144	gerencia@ac-tours.org
Dúshlan Travel Club	Daniel Molina	3107749332	danny.dams@gmail.com
Huellas Operador Turístico	Sandra Contreras	(1)4801968	contabilidad@huellastoportunistico.eu
Turismo Colombia	Duván Peña	3013792065	Info@colombiaturismo.travel

Fuente: Clúster Neiva Ciudad Región, Siete Consultores, 2013

3) Agencias de Viajes en Medellín

El estudio realizado por Siete Consultores también identificó seis agencias de viajes que operan en el mercado de Medellín que expresamente manifestaron su interés en comercializar productos turísticos del Clúster Neiva Ciudad Región y por extensión del departamento del Huila.

El Cuadro 110 Agencias de Viajes que comercializan en Medellín

CUADRO 4 AGENCIAS DE VIAJES COMERCIALIZADORAS EN MEDELLÍN			
AGENCIA DE VIAJES	PERSONA DE CONTACTO	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO
Destino Colombia	Carmen Mesa	3154155797 / (4)2606868	carmeneliana@destinocolombia.com
Caminos de Colombia	Beatriz Restrepo	3012009061 / (4) 4440322	gerencia@caminosdecolombia.com
Puerta de Embarque	Carolina Ospina	3007819012	operaciones.medellin@panamericanadeviajes.com
Panamericana de Viajes	Ruby Murillo	(4)3542555	operaciones.medellin@panamericanadeviajes.com
Viajes Bolívar	Margarita Monsalve	3113007632 / (4)2683111	viajesbolivar1@une.net.co
Colombia Conexión	Mauricio Benavides	3006126174	colombiaconexion@gmail.com

Fuente: Clúster Neiva Ciudad Región, Siete Consultores, 2013

4) Agencias de viajes en Cali

En enero de 2015 los empresarios prestadores de servicios turísticos del Territorio Páez visitaron las agencias de viajes que operan en la ciudad de Cali, e identificaron las agencias que manifestaron interés en distribuir los

productos turísticos del Territorio Páez, de Neiva Ciudad Región y del departamento del Huila en el mercado de Cali y del Valle del Cauca.

Cuadro 111 Agencias de Viajes que comercializan en Cali

AGENCIAS DE VIAJES COMERCIALIZADORAS EN CALI					
N o.	AGENCIA	CONTACTO	DIRECCIÓN	CELULAR	PAGINA WEB
1	Rioja Pacíf Co	Mauricio Novoa García	Avenida 5 Norte No.17 N -98 of 213	3117649690	www.riojatravel.com
2	Café Turístico	Álvaro Mauricio González Acosta	Avenida 3 Norte No.19 N -14 2 Piso	3148905966	www.cafeturistico.com
3	Ecolombiatours	Germán García Campo	Carrera 37 A No.6-18 Barrio El Templete	3154642043	www.ecolombiatours.com
4	Panturismo	Javier Hernando Carranza	Calle 18 N No.8 N -27	3158537607	www.panturismo.com.co
5	Promotora de Turismo Belisario Marín	Paola A. Holguín	Calle 9 No.48-69 L 104	5137777	www.promotoradeturismo.com

Fuente: Clúster Neiva Ciudad Región, Siete Consultores, 2013

11) Acciones de Comercialización

La comercialización de productos y en especial de paquetes turísticos exige de encuentros entre el oferente y distribuidor, paquetes que luego el distribuidor pone en manos del consumidor, que para nuestro caso se denomina turista. Las acciones de mayor uso en el marketing turístico son: participación en ferias, misión comercial, rueda de negocios, viaje de familiarización.

11.1) Participación en ferias

El departamento del Huila y en particular Neiva hacen parte de la tercera generación de ciudades que buscan convertirse en destinos turísticos especializados en eventos corporativos inicialmente para atender el mercado doméstico, se recomienda entonces participar en la Vitrina Turística de ANATO, un evento que tradicionalmente se realiza en el mes de febrero en la ciudad de Bogotá; en la medida en que se



avance en la certificación de calidad de los prestadores de servicios turísticos, con el apoyo técnico de Procolombia se debe explorar, algunos eventos feriales especializados de los que se realizan en el mundo con el propósito de hacer presencia en ellos.

¿Qué se necesita para participar en una feria especializada en turismo?

- Comprar los derechos de uso en stand
- Contratar la decoración y la logística de operación
- Elaborar el material P.O.P., electrónico y video gráfico de soporte
- Contratar y capacitar dos personas para atender el stand
- Conformar el grupo de empresarios e institucional que participaran en la Feria
- Capacitar al grupo de empresario y representantes de la institucionalidad en las técnicas de participación en Ferias (objeto, metas, compromisos pos evento)
- Comprar tiquetes, alojamiento, transporte y alimentos para el grupo de expositores en la feria.

206

11.2) Misión comercial

La Misión Comercial se entiende como un viaje de las autoridades y empresarios del turismo de un destino turístico a un mercado emisor con el propósito de lograr acuerdos comerciales que permitan la distribución de los productos y paquetes turísticos en los mercados emisores. Para el caso del departamento del Huila se consideran mercados emisores: Bogotá, Medellín y Cali. La Misión Comercial también incluye el concepto de participar en eventos gremiales que tengan PAR en el Huila con el propósito de solicitar la sede para que se realice en nuestro departamento.

¿Qué se necesita para participar en una Misión Comercial?

- Realizar un ejercicio de inteligencia de mercado para seleccionar las Agencias de Viajes a visitar en los mercados emisores
- Contactar a las Agencias de Viajes en el mercado seleccionado y concertar la agenda de visitas
- Identificar los eventos gremiales que se realizan en Colombia
- Contratar la logística de citas en el mercado seleccionado (auditorios, restaurantes, convocatoria)
- Conformar el grupo de Misioneros

- Capacitar los Misioneros en las técnicas de participación en Misiones Comerciales
- Comprar tiquetes, alojamiento, transporte y alimentos para el grupo de Misioneros.
- Elaborar el material P.O.P., electrónico y video gráfico de soporte

11.3) Rueda de negocios

La Rueda de Negocios se podría definir como un mecanismo simple y de acción directa, que consiste en reuniones de empresarios, instituciones y organizaciones, de uno o más países, que desean celebrar entrevistas y promover contactos entre sí, con el propósito de realizar negocios y relaciones asociativas⁴⁹.

En Colombia las Ruedas de Negocios del sector turismo las organiza el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de Procolombia⁵⁰, eventos que se enfocan en Acuerdos Comerciales con Agencias de Viajes de carácter mayorista en mercados internacionales considerados como emisores para los destinos y productos turísticos colombianos.

Las Cámaras de Comercio, gobernaciones y alcaldías también organizan eventos comerciales a los que denominan Ruedas de Negocios, pero generalmente asociados a encuentros entre empresarios nacionales o regionales.

¿Qué se necesita para participar en una Rueda de Negocios?

- Conocer la metodología y protocolo a seguir para participar en la Rueda de Negocios
- Realizar investigación comercial sobre la Agencia con la cual va a interactuar
- Suministrar información comercial a la agencia de viajes con la que va a interactuar
- Inscribirse en la Rueda de Negocios
- Comprar tiquetes, alojamiento, transporte y alimentos
- Elaborar el material P.O.P., electrónico y video gráfico de soporte

⁴⁹ Fuente: Texto construido a partir de la definición del Diccionario de Términos Económicos, internet, febrero de 201

⁵⁰ Procolombia sustituyó a partir del año 2014 la institución denominada Proexport

11.4) Viaje de familiarización.

Son viajes de cortesía que se ofrecen a periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes para que puedan vivir la experiencia de un destino turístico en primera persona. El objetivo de estos viajes es lograr un mejor conocimiento del producto y una relación más cercana, estableciendo nuevas relaciones comerciales que permitan la distribución del producto en los mercados emisores.

Cuando los viajes de familiarización turística se realizan con agencias de viajes u operadores de turismo se denominan "FAMTUR" y cuando los invitados son prensa especializada se denominan "FAMTRIPS".

Como bien se dice en la definición los viajes de familiarización turística son viajes de cortesía, esto es, que el destino turístico, entendido este como, la Gobernación del Huila, las Alcaldías Municipales y los empresarios locales cubren el gasto generado por la invitación: transporte terrestre, aéreo e interno, alojamiento, alimentos, Guianza y material impreso o electrónico para la totalidad de los invitados.

¿a quiénes se debe invitar? A gerentes generales, estructuradores de producto y directores de receptivo nacional de las agencias de viajes que han participado en: Misión Comercial, Rueda de Negocios, o se han contactado durante la participación en Ferias. En el caso de prensa, se debe invitar a directores de medios especializados en turismo, noticieros de televisión y de acuerdo al target a medios dirigidos a segmentos específicos de consumo, como Semana a políticos, Dinero a Ejecutivos, Elenco a farándula, Cromos a frívolos; revistas de aerolíneas para

¿Qué se necesita para participar en un Viaje de Familiarización Turística?

- Conformar el grupo anfitrión, elaborar programa y presupuesto
- Seleccionar el grupo de invitados (no superior a 10 invitados)
- Cursar invitación y Confirmar asistencia
- Capacitar al grupo anfitrión en las técnicas de operación de Famtur o famtrips
- Elaborar el material P.O.P. y electrónico de soporte
- Operación del evento

12) Campaña de Promoción Turística

La promoción turística sigue los lineamientos del proceso de comunicación. La promoción turística se entiende entonces, como: “el proceso mediante el cual se transmite información entre dos sujetos, el receptor y el emisor”. En materia de turismo, la comunicación se realiza utilizando medios impresos, audiovisuales, electrónicos y publicidad.

Como medios impresos, también llamados material P.O.P., se reconocen los periódicos, revistas, catálogos, plegables, afiches, correo directo; los medios electrónicos página web, redes sociales, los medios audiovisuales (videos, audio, discos, DVD. CD Room) y la publicidad a través de radio, televisión e Internet.

Para los efectos de la promoción turística de los eventos institucionales y corporativos del departamento del Huila, se propone utilizar cuatro herramientas de comunicación, medios electrónicos, medios impresos, free press y publicidad.

12.1) Medios Electrónicos

Al componente de medios electrónicos se articulan las páginas web, las redes sociales, YouTube como un comunicador de imágenes gráficas y video gráficas, así como los blog especializados en temas turísticos.

12.2) Medios Impresos

Los medios impresos que también se les reconoce como material P.O.P., resultan vitales en la estrategia de promoción turística, si bien hasta hace menos de una década se utilizaban en diferentes formatos, hoy los que con mayor frecuencia se utilizan son, el plegable de destino y de producto; los portafolios de los servicios que ofertan los prestadores de servicios turísticos; las guías de turismo que promueven tanto el destino, como los productos y las empresas prestadoras de servicios turísticos; también hacen parte de esta familia los Guiones y Cartillas que apoyan los procesos pedagógicos de formación de profesionales en turismo.

12.3) Free Press

El Free Press es una estrategia de comunicación de uso frecuente de los destinos turísticos que se fundamenta en dos pilares: el primero realizar



invitación personalizada a un medio o periodista a vivir el destino y sus productos turísticos y la segunda consiste en la producción de documentos y boletines que los medios de comunicación reproducen sin costo alguno.

12.4) Publicidad

La publicidad no es otra cosa que la emisión de cuñas o pauta a través de medios de comunicación masivos, esto es, que llegan a toda clase de públicos, medios que pueden ser prensa escrita, radio, televisión e internet.

210

13) Proyección de la Inversión en Comercialización y Promoción

Turística de los eventos, ferias y fiestas para el periodo 2016-2019

La proyección de la inversión en las estrategias de comercialización y promoción turística del producto Eventos, Ferias y Fiestas del Huila se elaboró con base en los siguientes criterios:

- Se tomó como base el año 2015 por ser el año en que se diseñó el producto turístico.
- Los costos se proyectaron a una tasa de crecimiento anual del 8%, dos puntos por encima del Índice de Inflación estimado entre enero y octubre de 2015, fecha para la cual, el gobierno nacional a través del DANE reconoció que dicho indicador había crecido en un 5.89% y se estima que cierre el año en el 6%⁵¹, también se estima que las economías suramericanas continuaran experimentando bajos crecimientos en los próximos cinco años, soportando crecimientos continuos en su indicador de inflación.
- Los costos que se presentan en esta proyección tienen el carácter de indicativos, esto es, que tienen el carácter de orientar la elaboración de la estructura del costo, pero requiere su ajuste a precios de mercado en el momento en que se tome la decisión de implementar la campaña de comercialización y promoción turística.

Cuadro 112 Proyección Inversión Comercialización y Promoción Turística Eventos, Ferias y Fiestas 2015-2020

⁵¹ Fuente: Diario El Tiempo, edición del día 6 de noviembre de 2015.



EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA								
PLAN PLURIANUAL DE INVERSIÓN EN COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN 2015 - 2020								
LINEAMIENTO	ACTIVIDAD	INVERSIÓN/AÑO						TOTAL
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	
COMERCIALIZACIÓN	Participación en Ferias Nacionales	19.170.000	20.703.600	22.359.888	24.148.679	26.080.573	28.167.019	140.629.760
	Participación en Ferias Internacionales	60.700.000	65.556.000	70.800.480	76.464.518	82.581.680	89.188.214	445.290.893
	Misión Comercial	25.950.000	28.026.000	30.268.080	32.689.526	35.304.689	38.129.064	190.367.359
	Participación en Ruedas de Negocios	7.425.000	8.019.000	8.660.520	9.353.362	10.101.631	10.909.761	54.469.273
	Viajes de familiarización	29.600.000	31.968.000	34.525.440	37.287.475	40.270.473	43.492.111	217.143.499
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	Material P.O.P.	33.400.000	36.072.000	38.957.760	42.074.381	45.440.331	49.075.558	245.020.030
	Material electrónico	26.000.000	28.080.000	30.326.400	32.752.512	35.372.713	38.202.530	190.734.155
	Free Press	15.000.000	16.200.000	17.496.000	18.895.680	20.407.334	22.039.921	110.038.936
	Publicidad	174.000.000	187.920.000	202.953.600	219.189.888	236.725.079	255.663.085	1.276.451.652
TOTAL		391.245.000	422.544.600	456.348.168	492.856.021	532.284.503	574.867.263	2.870.145.556

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

211

El cuadro 112 permite inferir que para atender las demandas de la campaña de comercialización y promoción turística para el primer año se requiere de una inversión de trescientos noventa y un millones doscientos cuarenta y cinco mil pesos y para el año 2020 se prevé una inversión de quinientos setenta y cuatro millones ochocientos sesenta y siete mil doscientos sesenta y tres pesos ,en suma, la implementación de la campaña de comercialización y promoción turística de los eventos, ferias y fiestas de manera sostenida durante los años 2016-2020 demandaría recursos financieros del orden de los dos mil cuatrocientos setenta y ocho millones novecientos mil quinientos cincuenta y seis pesos.

Con el ánimo de permitir una mejor comprensión de la estructura de costos de la campaña de comercialización y promoción turística de los eventos, ferias y fiestas del Huila, se presenta en los siguientes numerales el detalle de cada uno de los componentes de los nueve ítem que conforman la propuesta de Campaña.

13.1) Participación en Ferias Nacionales

El cuadro 113 muestra los componentes del ítem correspondiente a la participación en las ferias nacionales de turismo, para el caso que nos ocupa, se proyectó para participar en la Vitrina Turística de ANATO, evento que se realiza en Bogotá durante la última semana del mes de febrero; se recomienda participar en esta feria, por ser ella la de mayor reconocimiento tanto nacional como internacional.

Cuadro 113 Presupuesto participación ANATO

PARTICIPACIÓN EN FERIAS NACIONALES						
PRESUPUESTO ELABORADO PARA EL AÑO 2015						
FERIA	ACITIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UD	GRUPO	TOTAL
Vitrina Turística de Anato	Alquiler de stand 3 x3 mts	Evento	1	3.000.000	1	3.000.000
	Decoración stand	Global	1	5.000.000	1	5.000.000
	Honorarios Hostes	Días	4	150.000	2	1.200.000
	Material P.O.P.	Global	1	3.000.000	1	3.000.000
	Material electrónico	Global	1	2.000.000	1	2.000.000
	Transporte	Tiquete	1	130.000	2	260.000
	Alojamiento	Noches	3	100.000	2	600.000
	Alimentos	Días	4	70.000	2	560.000
	Transporte Empresarios	Tiquete	1	130.000	5	650.000
	Alojamiento Empresarios	Noches	3	100.000	5	1.500.000
	Alimentos Empresarios	Días	4	70.000	5	1.400.000
TOTAL						19.170.000

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

El presupuesto de la participación en ferias nacionales considera además de los elementos básicos de logística, la inclusión de hostes debidamente capacitadas para atender el stand y el acompañamiento de cinco empresarios del sector turismo para hacer presencia permanente en el stand.

13.2) Participación en Ferias Internacionales

El cuadro 114 muestra la estructura del costo para participar en un evento internacional de carácter corporativo, cuyo objeto sea la comercialización y promoción de eventos en su respectivo ámbito.

Cuadro 114 Presupuesto participación en Ferias Internacionales

PARTICIPACIÓN EN FERIAS INTERNACIONALES						
PRESUPUESTO ELABORADO PARA EL AÑO 2015						
FERIA	ACITIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UD	GRUPO	TOTAL
Feria Internacional	Alquiler de stand	Evento	1	10.000.000	1	10.000.000
	Decoración stand	Global	1	10.000.000	1	10.000.000
	Honorarios Hostes	Días	7	200.000	2	2.800.000
	Material P.O.P.	Global	1	3.000.000	1	3.000.000
	Material electrónico	Global	1	2.000.000	1	2.000.000
	Transporte	Tiquete	1	1.500.000	2	3.000.000
	Alojamiento	Noches	8	300.000	2	4.800.000
	Alimentos	Días	4	200.000	2	1.600.000
	Transporte Empresarios	Tiquete	1	1.500.000	5	7.500.000
	Alojamiento Empresarios	Noches	8	300.000	5	12.000.000
	Alimentos Empresarios	Días	4	200.000	5	4.000.000
TOTAL						60.700.000

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

El presupuesto prevé la participación en un evento tipo Feria Internacional especializada en el tema con elementos de logística y el permanente acompañamiento de dos hosts y cinco empresarios del sector.

13.3) Misión Comercial

El cuadro 115 muestra la estructura de costos para la realización de tres misiones comerciales, una a cada una de las ciudades determinadas en el estudio de mercado para el producto turístico Neiva Ciudad Región como mercados emisores de turistas para Neiva y por extensión al departamento del Huila.

Cuadro 115 Presupuesto Misiones Comerciales

PARTICIPACIÓN EN MISIONES COMERCIALES							
PRESUPUESTO ELABORADO PARA EL AÑO 2015							
CIUDADES	ACTIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UD	MISIONEROS	CIUDADES	TOTAL
Bogotá, Medellín y Cali	Transporte	Tiquete	1	100.000	5	3	1.500.000
	Alojamiento	Noche	2	100.000	5	3	3.000.000
	Alimentos	Día	3	70.000	5	3	3.150.000
	Material P.O.P.	Global	1	3.000.000	1	3	9.000.000
	Material Electrónico	Global	1	2.000.000	1	3	6.000.000
	Alquiler auditorio	Día	1	500.000	1	3	1.500.000
	Desayuno de trabajo	Invitados	20	30.000	1	3	1.800.000
TOTAL							25.950.000

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

La Misión Comercial se proyectó con la participación de cinco empresarios a los que llamamos misioneros, para que pernocten dos noches en cada ciudad y tengan una estancia de tres días, tiempo en el cual, desempeñan su función comercial, adicionalmente se presupuestó el costo de logística.

13.4) Participación en Ruedas de Negocios

El cuadro 116 muestra el presupuesto requerido para que los empresarios operadores de eventos, ferias y fiestas participen en la Rueda de Negocios que cada año convoca el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de FONTUR.

Cuadro 116 Presupuesto participación en la Macrorueda de Negocios

PARTICIPACIÓN EN MACRO RUEDAS DE NEGOCIOS						
PRESUPUESTO ELABORADO PARA EL AÑO 2015						
EVENTO	ACITIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UD	EMPRESARIOS	TOTAL
Macro Rueda de Negocios FONTUR	Transporte	Tiquete	1	75.000	5	375.000
	Alojamiento	Noche	2	100.000	5	1.000.000
	Alimentos	Día	3	70.000	5	1.050.000
	Material P.O.P.	Global	1	3.000.000	1	3.000.000
	Material Electrónico	Global	1	2.000.000	1	2.000.000
TOTAL						7.425.000

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

El presupuesto prevé la participación de cinco empresarios en la Macrorueda de Negocios, apoyados con logística, incluida la pernoctación durante dos noches y actividades para tres días de estancia.

13.5) Viajes de Familiarización

El cuadro 117 muestra el presupuesto para la realización de cuatro viajes de familiarización con empresarios de agencias de viajes que se comprometan a comercializar el producto de eventos, ferias y fiestas en los mercados emisores.

Cuadro 117 Presupuesto Viajes de Familiarización

REALIZACIÓN DE VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN						
PRESUPUESTO ELABORADO PARA EL AÑO 2015						
ACITIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UD	EMPRESARIOS	EVENTO	TOTAL
Transporte interno	día	3	50.000	20	4	12.000.000
Desayunos	Platos	3	10.000	20	4	2.400.000
Almuerzo	Platos	2	30.000	20	4	4.800.000
Cena	Platos	2	25.000	20	4	4.000.000
Guía local	día	3	5.000	20	4	1.200.000
Recreación	día	1	30.000	20	4	2.400.000
Suvenir	Participante	1	20.000	20	4	1.600.000
Seguro de viajes	día	3	5.000	20	4	1.200.000
TOTAL						29.600.000

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

El presupuesto está pensado para atender veinte empresarios que visitarían el Huila en tres días, el alojamiento se considera como un aporte de los empresarios locales.

13.6) Material P.O.P.

El cuadro 118 muestra el presupuesto de inversión en material P.O.P., como un soporte a las implementación de las diferentes alternativas de promoción turística.

Cuadro 118 Presupuesto Material P.O.P.

MATERIAL P.O.P. PUBLICIDAD PRESUPUESTO AÑO 2015				
ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	TOTAL
Plegables	Millar	10	500.000	5.000.000
Afiches	Millar	10	1.200.000	12.000.000
Guia Turística	Millar	1	16.400.000	16.400.000
TOTAL				33.400.000

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

13.7) Material electrónico

El cuadro 119 presenta el presupuesto para la elaboración del material electrónico que se subirá a las redes sociales.

Cuadro 119 Presupuesto Material Electrónico

EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS				
MATERIAL ELECTRONICO PRESUPUESTO AÑO 2015				
ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	TOTAL
Video institucional	video	1	10.000.000	10.000.000
spo	unidad	10	1.600.000	16.000.000
TOTAL				26.000.000

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

13.8) Free Press

El rubro de free press considera atender 3 medios de comunicación con publicaciones de alto reconocimiento mundial, se estima que la inversión anual por cada medio es de cinco millones de pesos.



13.9) Publicidad

El cuadro 120 muestra el presupuesto requerido para la inversión en publicidad a través de medios masivos de comunicación. El rubro de internet hace referencia a la pauta en redes sociales.

Cuadro 120 Presupuesto Inversión en publicidad

PUBLICIDAD PRESUPUESTO AÑO 2015				
ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	TOTAL
Medios impresos	Pagina	12	4.000.000	48.000.000
Televisión	Pauta	30	3.000.000	90.000.000
Internet	mes	12	3.000.000	36.000.000
TOTAL				174.000.000

Fuente; Construcción de la Consultoría, octubre de 2015

BIBLIOGRAFÍA

Ley 300 de 1996

Ley 1101 de 2006

Ley 1558 de 2012

Decreto 1824 de 2001

Registro Nacional de Turismo -2015

Documento CONPES 3640

Plan Nacional Sectorial de Turismo 2014-2018

Metodología Para La Elaboración Del Inventario De Atractivos Turísticos, MINCIT, 2010

Construcción del Contexto Local, Academia Huilense de Historia, 2006

Desarrollo de Productos Turísticos Competitivos, Secretaría de Turismo de México, 1998

Diccionario de la Real Academia Española RAE, internet, febrero de 2015

Diseño de Productos Turísticos, un Enfoque Metodológico, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2006



ICCA Estadísticas 2013

GRÁFICAS

Gráfica 1 Estructura del Producto Turístico

Gráfica 2 Imagen de Marca Eventos, Ferias y Fiestas del Huila

Gráfica 3 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Acevedo

Gráfica 4 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Agrado

Gráfica 5 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Aipe

Gráfica 6 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Algeciras

Gráfica 7 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Altamira

Gráfica 8 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Baraya

Gráfica 9 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Campoalegre

Gráfica 10 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Colombia

Gráfica 11 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Elías

Gráfica 12 Participación porcentual tipo de eventos municipio de El Pital

Gráfica 13 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Garzón

Gráfica 14 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Gigante

Gráfica 15 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Guadalupe

Gráfica 16 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Hobo

Gráfica 17 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Íquira

Gráfica 18 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Isnos

Gráfica 19 Participación porcentual tipo de eventos municipio de La Argentina

Gráfica 20 Participación porcentual tipo de eventos municipio de La Plata

Gráfica 21 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Nátaga

Gráfica 22 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Neiva

Gráfica 23 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Oporapa

Gráfica 24 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Paicol

Gráfica 25 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Palermo

Gráfica 26 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Palestina

Gráfica 27 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Pitalito

Gráfica 28 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Rivera

Gráfica 29 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Saladoblanco

Gráfica 30 Participación porcentual tipo de eventos municipio de San Agustín

Gráfica 31 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Santa María

Gráfica 32 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Suaza

Gráfica 33 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Tarqui

Gráfica 34 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Tello

Gráfica 35 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Teruel

Gráfica 36 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Tesalia

Gráfica 37 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Timaná

Gráfica 38 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Villavieja

Gráfica 39 Participación porcentual tipo de eventos municipio de Yaguará

Gráfica 40 Tipología de los eventos que se realizan en el centro cultural y de convenciones Jose Eustasio Rivera de Neiva.



Gráfica 41 Ciudades emisoras de turistas al mercado nacional

Gráfica 42 Estrategia de Comercialización Eventos, Ferias y Fiestas

Gráfica 43 Cadena de Servucción de Eventos en el Huila

CUADROS

Cuadro 1 Proyección Población Huila 2015

Cuadro 2 Inventario Departamental de Alojamiento

Cuadro 3 Inventario Departamental de Bares y Restaurantes

Cuadro 4 Inventario Departamental de Agencias de Viajes

Cuadro 5 Inventario Departamental de OPC

Cuadro 6 Inventario Departamental de Transporte Terrestre

Cuadro 7 Distribución de unidades de vigilancia y control Policia Nacional en el departamento del Huila

Cuadro 8 Eventos Institucionales – Secretaria Departamental de Cultura y Turismo

Cuadro 9 Eventos Institucionales del municipio de Acevedo

Cuadro 10 Eventos Institucionales del municipio de Agrado

Cuadro 11 Eventos Institucionales del municipio de Aipe

Cuadro 12 Eventos Institucionales del municipio de Algeciras

Cuadro 13 Eventos Institucionales del municipio de Altamira

Cuadro 14 Eventos Institucionales del municipio de Baraya

Cuadro 15 Eventos Institucionales del municipio de Campoalegre

Cuadro 16 Eventos Institucionales del municipio de Colombia

Cuadro 17 Eventos Institucionales del municipio de Elías

Cuadro 18 Eventos Institucionales del municipio de El Pital

Cuadro 19 Eventos Institucionales del municipio de Garzón

Cuadro 20 Eventos Institucionales del municipio de Gigante

Cuadro 21 Eventos Institucionales del municipio de Guadalupe

Cuadro 22 Eventos Institucionales del municipio de Hobo

Cuadro 23 Eventos Institucionales del municipio de Íquira

Cuadro 24 Eventos Institucionales del municipio de Isnos

Cuadro 25 Eventos Institucionales del municipio de La Argentina

Cuadro 26 Eventos Institucionales del municipio de La Plata

Cuadro 27 Eventos Institucionales del municipio de Nátaga

Cuadro 28 Eventos Institucionales del municipio de Neiva

Cuadro 29 Eventos Institucionales del municipio de Oporapa

Cuadro 30 Eventos Institucionales del municipio de Paicol

Cuadro 31 Eventos Institucionales del municipio de Palermo

Cuadro 32 Eventos Institucionales del municipio de Palestina

Cuadro 33 Eventos Institucionales del municipio de Pitalito

Cuadro 34 Eventos Institucionales del municipio de Rivera

Cuadro 35 Eventos Institucionales del municipio de Saladoblanco

Cuadro 36 Eventos Institucionales del municipio de San Agustín

Cuadro 37 Eventos Institucionales del municipio de Santa María

Cuadro 38 Eventos Institucionales del municipio de Suaza

Cuadro 39 Eventos Institucionales del municipio de Tarqui

Cuadro 40 Eventos Institucionales del municipio de Tello



- Cuadro 41 Eventos Institucionales del municipio de Teruel
- Cuadro 42 Eventos Institucionales del municipio de Tesalia
- Cuadro 43 Eventos Institucionales del municipio de Timaná
- Cuadro 44 Eventos Institucionales del municipio de Villavieja
- Cuadro 45 Eventos Institucionales del municipio de Yaguará
- Cuadro 46 Fiestas Patronales de los municipios del Huila
- Cuadro 47 Peregrinación a Nátaga
- Cuadro 48 Calendario de ferias del Huila
- Cuadro 49 Calendario de reinados del del Huila
- Cuadro 50 Fiestas Cívicas del Huila
- Cuadro 51 Calendario eventos deportivos del Huila
- Cuadro 52 Calendario eventos culturales del Huila
- Cuadro 53 Eventos institucionales Cámara de Comercio de Neiva
- Cuadro 54 Eventos institucionales Fenalco
- Cuadro 55 Eventos institucionales Comfamiliar
- Cuadro 56 Eventos institucionales Comité de cafeteros
- Cuadro 57 Eventos institucionales Confetur
- Cuadro 58 Eventos institucionales Comité de Ganaderos
- Cuadro 59 Eventos institucionales Asocooph
- Cuadro 60 Eventos institucionales Contadores del Huila
- Cuadro 61 Eventos institucionales Camacol
- Cuadro 62 Eventos institucionales Sociedad Huilense de Ingenieros
- Cuadro 63 Eventos institucionales Empse
- Cuadro 64 Eventos institucionales Aciem Capítulo Huila
- Cuadro 65 Eventos institucionales Ceagrodex
- Cuadro 66 Eventos institucionales Sociedad Huilenses de Economistas
- Cuadro 67 Eventos institucionales Coagrohuila
- Cuadro 68 Eventos institucionales Fenalce
- Cuadro 69 Eventos institucionales Asociación de Ferreteros
- Cuadro 70 Eventos institucionales Colegio de Jueces y Fiscales del Huila
- Cuadro 71 Eventos institucionales Consejo gremial del Huila
- Cuadro 72 Eventos institucionales Fedearroz
- Cuadro 73 Eventos institucionales Sector autopartes
- Cuadro 74 Eventos institucionales Cooimpresur
- Cuadro 75 Eventos institucionales Fedecacao
- Cuadro 76 Eventos institucionales Sociedad Colombiana de Arquitectos
- Cuadro 77 Eventos institucionales Fendipetróleo
- Cuadro 78 Eventos institucionales Incihuila
- Cuadro 79 Eventos Institucionales del Huila mes de Enero
- Cuadro 80 Eventos Institucionales del Huila mes de Febrero
- Cuadro 81 Eventos Institucionales del Huila mes de Marzo
- Cuadro 82 Eventos Institucionales del Huila mes de Abril
- Cuadro 83 Eventos Institucionales del Huila mes de Mayo
- Cuadro 84 Eventos Institucionales del Huila mes de Junio
- Cuadro 85 Eventos Institucionales del Huila mes de Julio
- Cuadro 86 Eventos Institucionales del Huila mes de Agosto
- Cuadro 87 Eventos Institucionales del Huila mes de Septiembre



Cuadro 88 Eventos Institucionales del Huila mes de Octubre
Cuadro 89 Eventos Institucionales del Huila mes de Noviembre
Cuadro 90 Eventos Institucionales del Huila mes de Diciembre
Cuadro 91 Programa Pasadía Neiva Opción 1
Cuadro 92 Programa Pasadía Neiva Opción 2
Cuadro 93 Programa Pasadía Neiva Opción 3
Cuadro 94 Programa Pasadía Pitalito Opción 1
Cuadro 95 Programa Pasadía San Agustín Opción 1
Cuadro 96 Programa Pasadía Garzón Opción 1
Cuadro 97 Programa Pasadía La Plata Opción 1
Cuadro 98 Programa Pasadía Yaguará Opción 1
Cuadro 99 Programa Una noche – dos días, Neiva Opción 1
Cuadro 100 Programa Una noche – dos días, Neiva Opción 2
Cuadro 101 Programa Una noche – dos días, Neiva Opción 3
Cuadro 102 Programa Una noche – dos días, Neiva Opción 4
Cuadro 103 Programa Una noche – dos días, Pitalito opción 1
Cuadro 104 Programa Una noche – dos días, San Agustín opción 1
Cuadro 105 Programa Una noche – dos días, Garzón opción 1
Cuadro 106 Programa Una noche – dos días, La Plata opción 1
Cuadro 107 Programa Una noche – dos días, Yaguará opción 1
Cuadro 108 Agencias de Viajes Comercializadoras en Neiva
Cuadro 109 Agencias de Viajes Comercializadoras en Bogotá
El Cuadro 110 Agencias de Viajes que comercializan en Medellín
Cuadro 111 Agencias de Viajes que comercializan en Cali
Cuadro 112 Proyección Inversión Comercialización y Promoción Turística Eventos, Ferias y Fiestas 2015-2020
Cuadro 113 Presupuesto participación ANATO
Cuadro 114 Presupuesto participación en Ferias Internacionales
Cuadro 115 Presupuesto Misiones Comerciales
Cuadro 116 Presupuesto participación en la Macrorueda de Negocios
Cuadro 117 Presupuesto Viajes de Familiarización
Cuadro 118 Presupuesto Material P.O.P.
Cuadro 119 Presupuesto Material Electrónico
Cuadro 120 Presupuesto Inversión en publicidad