

Diagnóstico Estratégico de Turismo

AGRADO



La fuente principal de este diagnóstico municipal son los instrumentos de planificación turística que a la fecha se encuentran en la Secretaría de Cultura y Turismo del Huila.

Nelcy Tovar Trujillo

Secretaria de Cultura y Turismo del Huila

Equipo de Trabajo:

Luz Stella Cárdenas Calderón

Coordinadora y Líder del Turismo

Profesional de apoyo

Andrés Fernando Parra Montealegre

Lizeth Vanessa Vargas Perdomo

Agradecimientos por sus aportes

Dr. José Albeiro Castro Yepes

Neiva, Junio 30 de 2023

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Programa Colegios Amigos Del Turismo	12
Tabla 2. Oferta Académica en Turismo	13
Tabla 3 Inventario Turístico.....	14
Tabla 4 Inventario De Tradiciones Culturales	15
Tabla 5 Inventario de Eventos Institucionales	15
Tabla 6 Recursos Turísticos	16
Tabla 7 Tipología del Producto.....	17
Tabla 8 Segmentación Perfilada	18
Tabla 9 Demanda Turistica	19
Tabla 10 Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de Neiva	20
Tabla 11 Gestión del Destino Turístico del Agrado.....	20
Tabla 12 Análisis Dofa	21
Tabla 13 Acciones Prioritarias - Infraestructura.....	21
Tabla 14 Acciones Prioritarias - Innovación	22
Tabla 15 Acciones prioritarias- Ordenamiento.....	22
Tabla 16 Acciones Prioritarias – Formación.....	23
Tabla 17 Acción Prioritaria - Gobernanza.....	23
Tabla 18 Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....	23

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Principales Atractivos del Huila	7
Ilustración 2.Producto Turístico del Huila	8
<i>Ilustración 3 Líneas Estratégicas Plan Sectorial de Turismo</i>	9
Ilustración 4.Marca Huila un paraíso por descubrir.....	11
Ilustración 5 Equipamiento, Instalaciones y Actividades Turísticas	17

LISTA DE ABREVIATURAS

B

BID. Banco Interamericano de Desarrollo

C

CAM. Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena

CITUR. Centro de información turística de Colombia

D

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística

DNP. Departamento Nacional de Planeación

DRMI. Distrito Regional de Manejo Integrado

E

EOT. Esquema de Ordenamiento Territorial

F

FEM. Foro Económico Mundial

FONTUR. Fondo Nacional de Turismo

I

IDC. Índice Departamental de Competitividad

INDERENA. Instituto Nacional de los Recursos Naturales Renovables y del Ambiente

L

LRPCI. Lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial

M

MEN. Ministerio de Educación de Colombia

MINCIT. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

MICE. Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exhibiciones

MinCIT. Ministerio de Comercio Industria y Turismo

N

NTC. Normas Técnicas Colombianas

O

OMT. Organización Mundial del Turismo
ONG. Organización No Gubernamental
ONU. Organización de las Naciones Unidas

P

PBOT. Plan Básico de Ordenamiento Territorial
PECTI. Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación
PND. Plan Nacional de Desarrollo
PIT. Puntos de Información Turística
PNN. Parque Nacional Natural
PST. Prestadores de Servicios Turísticos
RNT. Registro Nacional de Turismo
SENA. Servicio Nacional de aprendizaje
SITUR. Sistema de Información Turística
SITYC. Sistema de Información Turístico y Cultural

S

SENA. Servicio Nacional de Aprendizaje

3.1. GENERALIDADES DEL TURISMO DEL HUILA

No hay tiempo que perder. Repensemos y reinventemos el turismo y, juntos, ofrezcamos un futuro más sostenible, próspero y resiliente para todos. Antonio Gutiérrez, secretario general de la ONU (ONU, 2021)

La emotiva reflexión del secretario general de la ONU inspira a la institucionalidad del turismo huilense a prospectar sus estrategias de comercialización y promoción enfocadas en crear condiciones socioeconómico y ambientales para hacer del turismo una actividad económica sostenible y competitiva que les permita a las opitas formar patrimonio con equidad social, direccionando sus acciones de mercadeo al ámbito nacional con proyección al mercado internacional.

Inspiración que armoniza con el objetivo del Plan Nacional Sectorial de Turismo 2022-2026 – Turismo en Armonía con la Vida, “Construir capacidades para consolidar el desarrollo sostenible y responsable del turismo en el país, mejorando las prácticas de inclusión e innovación que realizan los entes gubernamentales, las empresas, las comunidades y los territorios, incrementando las oportunidades para la creación de valor social y económico en la oferta turística, para aumentar la demanda de viajeros y el reconocimiento turístico del país.

Desde el ámbito económico el Plan Sectorial Nacional de Turismo reconoce la capacidad del turismo para contribuir a la diversificación de la generación de divisas de las tradicionales exportaciones minero- energéticas, actividades que también han jugado un importante rol en la economía huilense.

El Departamento del Huila no es ajeno a la realidad competitiva del sector, realidad plasmada en el Plan Departamental de Desarrollo 2020-2023 – Huila Crece que trazó como objetivo: “posicionar al Huila como un destino turístico sostenible y competitivo, con su oferta turística cultural y de naturaleza de alto valor y especialización. Para su implementación creó el programa Huila Crece con turismo competitivo y sostenible, perfilando diez metas de producto que durante el cuatrienio se implementaran a través de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo-(Departamento del Huila, 2020)

El producto turístico se promoverá en los mercados nacional e internacional amparados en la marca institucional “Huila un Paraíso por Descubrir”, marca que refleja las riquezas tangibles e intangibles que potencializan el desarrollo turístico en un pueblo emprendedor y pujante; tiene las insignias que la naturaleza le ha dotado, entre ellas, los valles y montañas que baña el majestuoso río Magdalena reconocido como “Río de La Patria” pues recorre el territorio nacional desde su nacimiento en Macizo Colombiano hasta su desembocadura en el Mar Caribe creando el corredor biológico más extenso del país, particularmente en el Huila articula la ecorregión del Macizo Colombiano con la zona árida del norte conocida como Desierto de La Tatacoa.

Ilustración 1. Principales Atractivos del Huila



Fuente: (EDUCAPLAY, 2016)

Tradicionalmente, esto es desde la década de los sesenta de la anterior centuria hasta el año 2020 el Huila ha promovido institucionalmente dos productos turísticos: el primero, la Zona Arqueológica San Agustín-Isnos, territorios donde se han implantado los Parques Arqueológicos de San Agustín, Alto de Los Ídolos, Alto de Piedras, reconocidos en 1995 por la UNESCO como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, reconocimiento soportado en el pensamiento mito poético de sus comunidades entorno a la relación del hombre con el cosmos, y del hombre con la naturaleza.

El segundo producto, se desarrolla en la región árida del Desierto de La Tatacoa, soportado en su riqueza biótica y en el reconocimiento como cielos oscuros otorgado en el año 2019 por la Fundación Starlight, certificación que convierte al desierto La Tatacoa, en un lugar del planeta propicio para el turismo astronómico y lo coloca a nivel de otros destinos de talla mundial para la observación de los fenómenos celestes, entre ellos el Desierto de Atacama en Chile.

Recientemente, esto es, año 2020 la Administración Departamental del Huila ha creado un tercer producto turístico enmarcado en agroturismo enfocado en el desarrollo de la caficultura con extensión al cacao cultura, producto al que ha denominado Ruta Mágica del Café, soportado en el reconocimiento nacional e internacional de la calidad de sus cafés especiales y en el cacao fino de aroma.

Los habitantes del Huila, emprendedores y decididos han sabido aprovechar la riqueza de sus recursos naturales y culturales para generar desarrollo. Este pueblo acogedor y alegre lo invita a disfrutar el encanto de tradiciones ancestrales y ricas creencias populares que se manifiestan en la alegría de sus fiestas regionales, en la variedad de su artesanía y su cocina típica, especialmente en el legado cultural que dejaron sus ancestros.

El destino Huila, cuenta con un gran potencial turístico reconociendo su oferta multicultural y aplicando las tendencias de sostenibilidad, cuenta con dos ejes que determinan

claramente la oferta relevante y diferenciadora del turismo en los mercados nacionales e internacionales.

- Turismo Cultural
- Turismo de Naturaleza.

Ilustración 2.Producto Turístico del Huila



Fuente: (Departamento del Huila, 2016)

De acuerdo con el producto turístico del Huila, estos dos motivadores son los favoritos de la demanda, principalmente en los mercados internacionales. El turismo cultural resalta los rasgos característicos de una sociedad y turismo de naturaleza se desarrolla sin alterar el medio ambiente e interactuando con la naturaleza y los ecosistemas existentes.

3.1.1. PLAN SECTORIAL DE TURISMO “HUILA UN PARAÍSO POR DESCUBRIR 2021 - 2033

El Gobierno departamental en el marco de sus funciones y objetivos ha direccionado el Plan Sectorial de Turismo “Huila un Paraíso por Descubrir 2021 – 2033”, resaltando el potencial turístico que, el departamento tiene como estrategia de desarrollo competitivo y sostenible, siendo un instrumento de planificación turística, el cual contiene elementos para fortalecer la competitividad del sector, de tal forma que, el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental.

Este instrumento de planificación turística, construido colectivamente entre la Administración Departamental, los prestadores de servicios turísticos, gremios, academia y actores del turismo del departamento, identificó siete (7) líneas estratégicas, con el propósito de generar sinergia en la región, para lograr el desarrollo turístico y establecer acciones encaminadas al fortalecimiento de la oferta y demanda turística, para posicionarnos en los mercados nacional e internacional.

Ilustración 3 Líneas Estratégicas Plan Sectorial de Turismo





INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL DESTINO HUILA

- Proyecto 1: Implementar componentes creativos, innovadores y diferenciados.
- Proyecto 2: Promover la investigación científica y aplicada para el desarrollo del destino turístico Huila
- Proyecto 3: Crear la Red de Centros de Ciencia del Departamento del Huila



INFRAESTRUCTURA TERRESTRE, AÉREA Y FLUVIAL AL SERVICIO DEL TURISMO

- Proyecto 1: Vías para la conectividad con los mercados emisores
- Proyecto 2: Vías para la conectividad al interior del destino Huila
- Proyecto 3: Mejoramiento y construcción de senderos para conectar los atractivos turísticos
- Proyecto 4: Mejoramiento y Construcción de infraestructura que contribuya a la movilidad en los principales destinos.
- Proyecto 5: Plan de Señalización Turística
- Proyecto 6: Mejoramiento de la infraestructura aérea para el turismo
- Proyecto 7: Dotación de Infraestructura fluvial de apoyo al turismo



PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS PRODUCTIVOS, COMPETITIVOS Y SOSTENIBLES

- Proyecto 1: Formalización Empresarial para la productividad turística
- Proyecto 2: Turismo Huilense Ético y Responsable
- Proyecto 3: Emprendimiento y Fortalecimiento Turístico para el desarrollo del sector

CONECTIVIDAD DIGITAL PARA EL TURISMO

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

INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO DE SOPORTE PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

- Proyecto 1: Servicios públicos para soportar el turismo
- Proyecto 2: Construcción y mejoramiento de equipamientos MICE



PROFESIONALIZACIÓN DEL TURISMO HUILENSE

- Proyecto 1. Formar Cultura Turística
- Proyecto 2: Formar profesionales en turismo
- Proyecto 3: Capacitar a los prestadores de servicios turísticos



GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO HUILA

- Proyecto 1: Consolidación de los procesos de planificación turística en el Departamento del Huila.
- Proyecto 2: Fortalecimiento Institucional para gerenciar el turismo en el destino Huila.
- Proyecto 3: Seguridad Turística para el destino Huila.
- Proyecto 4: Información turística para la planificación y desarrollo del sector turístico del destino Huila.



DESTINO HUILA: ORDENADO Y SOSTENIBLE PARA EL TURISMO

- Proyecto 1: Ordenamiento territorial para el desarrollo turístico del destino Huila.
- Proyecto 2: Destinos sostenibles y sustentables para el desarrollo turístico del Departamento del Huila.



PROGRAMA MERCADEO Y PROMOCIÓN DEL DESTINO HUILA.

- Proyecto 1: Estudio de mercado para el destino Huila
- Proyecto 2: Diseño, formulación e implementación de la estrategia de promoción turística del departamento del Huila

Fuente: (Departamento del Huila, 2021a)

3.1.2. Marca Huila

La Superintendencia de Industria y Comercio reconoció mediante Resolución No. 23625 del 2017, el registro de la Marca Comercial “Huila un Paraíso por Descubrir”, soportada en los componentes gráficos y de texto. El componente grafico desarrolla la hermosa flor de la chulupa, cuya conformación permite percibir la cúpula celeste, interpretando el pensamiento mito poético de los habitantes del Alto Magdalena y la relación de la opita con el cosmos y con la naturaleza, relación de la que se derivan nuestras tradicionales fiestas de San Juan y San Pedro, así como nuestra vocación por la producción agrícola y pecuaria.

Ilustración 4. Marca Huila un paraíso por descubrir



Fuente: (Departamento del Huila, 2016a)

En cuanto al componente de texto “Huila un Paraíso por Descubrir”, es un claro mensaje de invitación al habitante del mundo a conocer el departamento del Huila como una oportunidad para vivir a plenitud la experiencia de estar en el paraíso, pero también, para interactuar con sus tradiciones culturales; el texto también es un claro mensaje al opita a descubrir el Huila, como es bien sabido, los huilenses somos los primeros invitados a conocer nuestro patrimonio turístico, solo así, seremos capaces de convertirnos en los promotores ante el mundo de nuestras bondadosa hospitalidad, conocimiento que se debe traducir en un desarrollo socioeconómico y ambiental, sostenible, competitivo e incluyente.

3.1.3. Puntos de Información Turística

La Red Nacional de Puntos de Información Turística -PIT-, ofrece información confiable de un destino turístico, información que se entrega a los turistas de los diferentes mercados emisores de turismo de Colombia. Con este propósito la Gobernación del Huila a través de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo creará la Red Departamental de Puntos de Información Turística “PIT”, con el ánimo de servir como herramienta de orientación a los turistas, visitantes y comunidad en general, y a su vez facilitar la recolección de la información estadística para la toma de decisiones del sector. En el departamento del Huila se cuenta con dos (2) Puntos de Información Turística que forman

parte de la Red Nacional de PITS de Colombia, ellos están ubicados en los siguientes municipios:

- Neiva: PIT interior tipo caseta ubicado a la salida del Aeropuerto Benito Salas de Neiva Aliado: Gobernación del Huila.
- San Agustín: Local Alcaldía Municipal Aliado: Alcaldía de San Agustín.

3.1.4. Educación Énfasis En Turismo

En materia de educación con énfasis en turismo, desde la Administración Departamental se trabaja en la estructuración del programa Turismo Joven, el cual consiste en vincular un colegio en cada uno de los municipios de mayor vocación turística, buscando apropiar el conocimiento del turismo dentro de los planes educativos institucionales, enfocado a la formación de la cultura turística en los estudiantes de básica secundaria y bachillerato, adoptando el turismo como un proyecto transversal a las diferentes áreas del conocimiento.

Se gestionará con la Red de Universidades que oferten programas de formación superior en turismo que la malla curricular del turismo instituida mediante el PEI pueda ser homologada al estudiante egresado de la institución educativa de bachillerato que desee continuar con su formación profesional de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras o carreras afines a este concepto de forma tal que pueda ser admitido directamente, especial situación que le permitirá ahorrar tiempo y dinero en su ya mencionada formación profesional

3.1.4.1. Programa Colegios Amigos Del Turismo

Según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el departamento del Huila operan 7 entidades de educación básica, media y secundaria pertenecientes al Programa Nacional Colegios Amigos del Turismo [CAT] que benefician a 4.300 estudiantes del Departamento y cuya finalidad consiste en preparar una nueva sociedad en la importancia y los efectos positivos y negativos generados por la actividad turística; coincidentemente, todos los CAT se encuentran ubicados en los municipios identificados como de vocación turística:

Tabla 1 Programa Colegios Amigos Del Turismo

Nombre del Establecimiento Educativo	Ciudad / Municipio	Departamento	Nombre Del Rector/a
IE. San Gerardo	Garzón	Huila	Carlos Humberto Cruz Bustos
IE. Rodrigo Lara Bonilla	Neiva	Huila	Luz Marina Aldana García
Liceo de Santa Librada de Neiva	Neiva	Huila	Gloria González Perdomo
IE. Luis Edgar Duran Ramírez	Paicol	Huila	José Antonio Lizcano Bonilla
Colegio Laureano Gómez	San Agustín	Huila	Eliecer Bolaños
IE. Carlo Ramón Repizo Cabrera	San Agustín	Huila	Edith María Cerpa Jiménez
IE. El Rosario	Tesalia	Huila	Eileen Arelis Brand Pérez

Fuente: (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2021)

3.1.4.2. Articulación a la Media Técnica

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

3.1.4.3. Formación Profesional

El Huila cuenta con una extensa red de entidades de educación superior, con presencia general en su ámbito territorial, entidades que ofertan tres programas de formación profesional relacionados con el desarrollo turístico del Huila.

Tabla 2. Oferta Académica en Turismo

MUNICIPIO	UNIVERSIDAD	PROGRAMA	NIVEL ACADEMICO
Neiva	Corporación Universitaria del Huila-CORHUILA	Administración de empresas turísticas	Profesional
Neiva	Universidad Surcolombiana	Antropología	Profesional
Pitalito	Universidad Surcolombiana	Administración turística y hotelera	Profesional

Fuente: (EDUCAEDU, 2022)

Adicionalmente la Universidad Antonio Nariño en Neiva ofrece el programa de formación tecnológica en Coordinación Logística de Eventos Culturales y Artísticos. Por su parte el SENA Regional Huila oferta los programas: Animación turística, Aplicación de buenas prácticas en establecimientos de alojamiento y hospedaje, Diseño de recorridos turísticos en espacios rurales, emprendedor en desarrollo de actividades turísticas en espacios naturales, emprendedor en prestación de servicios de alojamientos rurales, Tecnólogo Guianza turística, Marketing online de productos turísticos, Mesa y bar, Operación turística local, Reconocimiento y registro de especies para el aviturismo, Servicios de agencias de viajes y Servicio de alimentos y bebidas.

3.2. CONTEXTO GENERAL DE TURISMO MUNICIPAL

El municipio del Agrado es uno de los puertos sobre el embalse El Quimbo, igualmente está integrado a la Serranía de Las Minas, ecosistema que conecta el Macizo Colombiano desde su nacimiento en jurisdicción del municipio de Saladoblanco hasta su finalización en el río Magdalena, de igual manera está ubicado en el cenit del bosque seco tropical, especial situación que le ha significado la construcción y puesta en marcha en su territorio el Centro de Investigación del Bosque Seco Tropical, convirtiéndose en una de las más importantes ventajas comparativas del municipio con proyección a la estructuración de un producto ecoturístico para el mercado nacional e internacional.

La estratégica posición geográfica del Agrado sobre el embalse El Quimbo, inicialmente le ha permitido atraer turistas instagramables llegados por la motivación de tomarse una fotografía con el fondo paisajístico del Quimbo; se espera que una vez construidos los puertos o embarcaderos la navegación fluvial y la práctica de los deportes náuticos se convertirá en otra ventaja comparativa. Por su parte, el Camino del Astillero trae a la memoria la época cuando peregrinos y comerciantes viajaban desde Pitalito con destino a Nátaga para visitar a la virgen de Las Mercedes en su santuario, y, a quienes continuaban por el Camino de Guanacas buscando llegar a La Plata y Popayán en busca de realizar negocios o diligencias gubernamentales.

En el ámbito de la planeación turística al municipio del Agrado se le considera como un destino incipiente, en este sentido, no ha construido su plan municipal sectorial de turismo, ni ha constituido su respectivo Consejo Municipal de Turismo, en cuanto a la formación del talento humano en turismo, el Agrado no ha incluido el turismo en su Plan Educativo Institucional, ni adoptado el Servicio Social en turismo, se reconoce la existencia de convenio con el SENA para el desarrollo del Programa de Articulación a la Media Técnica en las disciplinas relacionadas con la operación de servicios turísticos.

3.2.1. Oferta turística

El municipio del Agrado tampoco ha levantado su Inventario Turístico, pero, cuenta con las referencias elaboradas por la Academia Huilense de Historia, la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo, así como, el inventario elaborado por el SENA.

Tabla 3 Inventario Turístico

SITIOS NATURALES DE INTERÉS TURÍSTICO				
No.	SITIO NATURAL	TIPOLOGÍA	RECURSO	ATRACTIVO
1	Quebrada Buenavista	Aventura	x	
2	La Yaguilga	Aventura	x	
3	Cerro Caracol	Aventura	x	
4	Cerro De Buenavista	Aventura	x	
5	Embalse El Quimbo	Deportes Náuticos	x	

Fuente: (Historia F. C., 206a)

Tabla 4 Inventario De Tradiciones Culturales

TRADICIÓN O BIEN CULTURAL				
No.	TRADICIÓN O BIEN CULTURAL	TIPOLOGÍA	RECURSO	ATRACTIVO
1	Palacio Municipal	Arquitectura	x	
2	La Pila	Historia	x	
3	Templo Parroquial	Arquitectura	x	
4	Colegio De La Presentación	Arquitectura	x	
5	El Hospital	Arquitectura	x	
6	Hacienda Buenavista	Arquitectura	x	
7	Casa Barreiro	Arquitectura	x	
8	Casa Familia Cabrera Vargas	Arquitectura	x	
9	Escuela José María Rojas Garrido	Arquitectura	x	
10	Casa Méndez Méndez	Arquitectura	x	
11	Camino del Astillero	Historia		
12	Asado Huilense	Gastronomía	x	x
13	Baile del Sanjuanero Huilense	Música y Danza		x

Fuente: (Historia F. C., 206)

Tabla 5 Inventario de Eventos Institucionales

GOBERNACIÓN DEL HUILA - SECRETARIA CULTURA Y TURISMO				
EVENTOS INSTITUCIONALES MUNICIPIO DE AGRADO				
No.	EVENTO	TIPOLOGIA	FECHA	
1	FIESTA PATRONAL VIRGEN DE LAS MERCEDES	RELIGIOSO	24-sep	
2	SEMANA SANTA	RELIGIOSO	MARZO-ABRIL	
3	NAVIDAD	RELIGIOSO	24-dic	
4	FERIA EQUINA, BOVINA Y DE ESPECIES MENORES	FERIA	ULTIMA SEM MAYO	
5	SUBASTA GANADERA	FERIA	PRIMERA DE JUN, CADA DOS MESES	
6	FERIA COMERCIAL	FERIA	10-13 JUNIO	
7	REINADO MUNICIPAL DEL BAMBUCO	REINADO	28-29 JUN	
8	ANIVERSARIO FUNDACIÓN DEL MUNICIPIO	CIVICA	24-mar	
9	CAMPEONATO MUNICIPAL DE FUTBOL	DEPORTIVO	MARZO-SEPTIEMBRE	
10	CAMPEONATO DE MICROFUTBOL	DEPORTIVO	ABRIL-OCTUBRE	
11	CAMPEONATO DE BALONCESTO	DEPORTIVO	ABRIL-OCTUBRE	

Fuente: (Departamento del Huila, 2015)

Dentro de la jurisdicción del Municipio se han identificado algunas zonas, establecimientos y sitios naturales que cuentan con un atractivo para sus visitantes, aunque en su mayoría son locales los que aprovechan estos espacios, se comprende que con un trabajo e inversión pueden llegar a representar un avance positivo para el municipio, desde el ámbito, sociocultural y económico

Tabla 6 Recursos Turísticos

Nombre del Inventario	Dirección
Finca y Charco El Poirá	Vía a cerro Buenavista, carretera destapada con accesibilidad para vehículos, para llegar a la poceta se caminan 500mts.
Hotel San Carlos	Carrera 4 N° 5 – 14
Nact Tours	Carrera 6 N° 6-74
Balneario El Columpio	Escuela la Yaguilga, a 200mts del casco urbano
Bosque Seco Tropical	Vrda Pedernal, bajo Buenavista, astilleros.
Cascada El Bejucal	Vereda La María y alto Buenavista
Cascada el Dragón	Vereda Astilleros.
Cerro Caracol	Zona urbana, en vehículo unos 400 mts hasta la colina y otros 400mts en caminata hasta la cima.
Cerro Buenavista	Cerro Buenavista, vía destapada con accesibilidad para vehículos
Los Altares, Cascada y Poceta	Vereda Buenavista, a 3Km del casco urbano.
Manto de la Virgen	Vereda Buenavista, a 3Km del casco Urbano.
Paradero Buenavista	Vereda bajo Buenavista, carretera destapada en buenas condiciones
Quebrada Yaguilga	Desde el Municipio de el Pital o el agrado, a lo largo los recorre.

Fuente: (Sena Regional Huila, 2021)

3.2.2. Evaluación De Equipamiento, Instalaciones Y Actividades Turística

El desarrollo turístico del municipio del Agrado depende en gran medida de la implementación del Plan de Reconversión Económica elaborado por la construcción del embalse El Quimbo, plan que propuso el turismo náutico y de naturaleza como compensación a la habitual generación de ingresos derivadas de actividades agropecuarias.

3.2.2.1. Comercializadores de servicios turísticos

Dentro de su inventario de comercializadores turísticos y teniendo en cuenta que el desarrollo es muy incipiente, se rescata que, hay interés de 2 establecimientos de Alojamientos turísticos, es necesario fortalecer la infraestructura y servicios para así lograr que el municipio tenga un inicio en materia de turismo.

Ilustración 5 Equipamiento, Instalaciones y Actividades Turísticas



Fuente: (Camara de Comercio del Huila , 2022)

Los inventarios levantados por la Academia Huilense de Historia, la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo, y el SENA se consideran como ventajas comparativas que permiten tipificar la tipología del producto turístico a ofertar en el municipio del Agrado, producto que una vez estructurado y ofertado al mercado nacional se convertirá en ventajas competitivas.

Tabla 7 Tipología del Producto

PRODUCTO	SUBPRODUCTO	ACTIVIDADES	ESTADO
Naturaleza	Ecoturismo	Senderismo en el bosque seco tropical	Recurso
	Deportivo	Deportes Náuticos en el embalse del Quimbo	Recurso
Cultura	Historia	Camino del Astillero	Recurso
	Arquitectura	Inmuebles urbanos y casas de hacienda	Recurso

Fuente: (Municipio del Agrado , 2022)

El valor simbólico del municipio del Agrado está relacionado con la historia del Camino del Astillero, y la arquitectura de sus viviendas urbanas y las casas de las haciendas ganaderas, en la época contemporánea, se reconoce al municipio del Agrado por el viaducto sobre el

embalse El quimbo posibilitando la conectividad vial con Garzón y creando un escenario para la fotografía paisajística.

Como criterio para la caracterización de la demanda para el producto turístico de Agrado se tendrá en cuenta la segmentación perfilada en la siguiente Tabla.

Tabla 8 Segmentación Perfilada

SEGMENTO/ NICHOS	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
Familias	· Todos los perfiles.	*Preferencia por destinos "económicos" o actividades de costos controlados ("todo incluido", cruceros, ciudades vacacionales, parques temáticos), seguros, con variedad de actividades para todos los gustos y facilidades y servicios para familias y niños. *Compartir tiempos y espacio.	Viajan como unidad, con hijos pequeños o mayores sin autonomía económica para organizar sus propias vacaciones. Sensibles a costo, asistencia sanitaria y seguridad. · En función de la edad de los hijos decantan la elección hacia un destino nacional o internacional y la modalidad del transporte (propio o colectivo) y el hospedaje (estancia en segunda residencia, apartamento, hotel, etc.).
Singles	25-50 años, sin pareja estable. · Residen en grandes ciudades. · Universitarios. · Ingresos medios-altos. · Viven solos	Diferentes motivaciones. · Limitada sensibilidad a los precios.	Viajan solos o en grupo. Si viajan en grupo (amigos o programas) el objetivo de establecer relaciones interpersonales. · Compras por impulso o de última hora. · Consumen productos de moda, lujo y decoración. · Muy digitalizados y compradores por internet.
SAVE	Estudiantes, Egresados o Científicos. · 25-50 años. · Perfil universitario alto. · Ingresos medios o medio-altos.	Formación. · Adquisición conocimiento científico. · Programas solidarios o voluntariado.	Individuales o grupos. · Los estudiantes, en función de la edad, viajan en compañía de profesores o familiares en relación a hitos de sus estudios (fin de carrera) o vida social (quinceañeras, etc.), de acuerdo con las costumbres de su país; o de manera independiente pero organizada, por prácticas, aprendizaje de idiomas o cursos especializados.
Cultural	30-65 años. · Cultos. · Ingresos medios-altos a altos.	Interés por la cultura. · Combinación naturaleza-cultura. · Intereses especiales como mitos y leyendas, arqueología, arte contemporáneo, indigenismo y culturas autóctonas. · Lectura.	Informados. · Viajeros frecuentes. · Independientes, pero también pertenencia a clubes donde comparten aficiones. · Éticos. · Prefieren atractivos con poca afluencia. · Consideran muy útil la guía. · Tanto independientes como en grupo

SEGMENTO/ NICHOS	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
Buscadores de capital social	· 25-40 años. · Perfil universitario. · Ingresos medios-altos a altos. · Sociales, gregarios.	· Interés por la cultura o la naturaleza como fuente de experiencias. · Preferencia por destinos exóticos	Entienden que ser buen viajado es una característica personal envidiable. · Permanentemente conectados a las redes sociales. · A menudo planifican sobre la marcha

Fuente: (Departamento del Huila , 2019)

El perfil de demanda turística es el resultado de la combinación de las actividades identificadas en la tipología del producto turístico con los tipos de segmentos de consumidores para dichos productos, advirtiendo que, en el caso del municipio del Agrado se trabaja con información secundaria, asimilada a inventarios turísticos, igualmente trabajados como ventajas comparativas.

Tabla 9 Demanda Turística

No.	ACTIVIDAD	POBLACIÓN OBJETIVO
1	Senderismo en el bosque seco tropical	Save: universitarios que cursen disciplinas academias relacionadas con la biología, el medio ambiente y particularmente estudioso del bosque seco tropical ubicados en el entorno del río Valle Alto del Río Magdalena.
2	Deportes Náuticos en el embalse del Quimbo	Save: jóvenes practicantes de deportes náuticos en aguas lenticas, clubes náuticos, aficionados a la practica de actividades de aventura.
3	Camino del Astillero	Cultural: estudiosos de temas relacionados con la historia de la época de la colonia, así como, estudiosos de la historia de caminos prehispánicos, caminos reales, caminos vecinales, caminos de herradura, caminos de arriería.
4	Inmuebles urbanos y casas de hacienda	Familias, grupos familiares que les gusta pueblar, conocer destinos con oferta que combina historia, arquitectura, gastronomía, religión y como es el caso de Agrado actividades recreativas en cuerpos de agua.

Fuente: (Departamento del Huila , 2019 a)

3.2.2.3. Planta turística

Como planta turística se entiende el conjunto de servicios turísticos presentes en un territorio dispuestos para la prestación de servicios que satisfagan las necesidades de los turistas.

Auscultando el Registro Nacional de Turismo correspondiente al año 2022 los prestadores de servicios turísticos de Agrado inscribieron o renovaron el RNT de 02 empresarios.

Tabla 10 Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de Neiva

No.	TIPO DE SERVICIO	CANTIDAD
1	Alojamiento	2
TOTAL		2

Fuente: (Camara De comercio del Huila , 2022a)

3.3. INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

3.3.1. Eje de Oferta y Demanda Turística

Tabla 11 Gestión del Destino Turístico del Agrado

GESTIÓN DE DESTINO	CUMPLE	
	Si	No
Cuestionario		
EBOT Esquema Básico de Ordenamiento Territorial	X	
PDM Incluye el desarrollo turístico		X
Oficina o funcionario de Turismo		X
Cuentan con un Plan sectorial de Turismo		X
Cuenta con el Consejo Municipal de Turismo		X
Prestadores en el RNT	X	
Hospedajes	X	
Guías de Turismo		X
Operadores Turísticos		X
Restaurantes	X	
Atractivos Caracterizados y valorados		X
Recursos Turísticos	X	
Servicios Bancarios	X	
Servicios de Salud	X	
Convenios de cooperación Turismo		X
Proyectos de Turismo		X
Participa el municipio en Ferias Turísticas		X
Cuenta el Municipio con un sistema de información turística		X
Tiene el municipio estadísticas de turismo		X
Presenta Indicadores de nivel de desarrollo ante MINCIT		X

Fuente: (Departamento del Huila , 2022)

3.3. ANALISIS DOFA

La matriz DOFA es un método de planeación que permite definir los aspectos internos y externos que favorezcan o inhiban el buen funcionamiento del Destino, la matriz se desglosa de la siguiente manera: (D)

debilidades: se refiere a los aspectos internos que de alguna u otra manera no permiten o que frenan el cumplimiento de los objetivos planteados; (O) oportunidades: se refiere a los acontecimientos o características externas objeto de estudio, que puedan ser utilizadas a favor de los actores del sector turísticos para garantizar el crecimiento del destino; (F) Fortalezas: Son las características internas del negocio o territorio que permitan impulsar al mismo y poder cumplir las metas planteadas y por último (A) Amenazas: son los acontecimientos externos del destino en la mayoría de las veces incontrolables que puedan afectar su desarrollo .

Tabla 12 Análisis Dofa

Aspectos Externos	
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevas tendencias prospectadas para la época post Covid-19 2. Plan Nacional Sectorial de Turismo 2022-2026 enfocado en el desarrollo del turismo de naturaleza 3. Escenario para la práctica de los deportes náuticos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fracaso de los acuerdos de paz 2. Restricciones al uso del embalse El Quimbo 3. Apatía de la comunidad y la dirigencia local por el desarrollo turístico municipal
Aspectos Internos	
Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Centro de Estudios del Bosque Seco Tropical 2. Embalse El Quimbo 3. Camino El Astillero 4. Arquitectura de estilo colonial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No existe un direccionamiento frente al desarrollo de emprendimiento turístico, 2. Ausencia de lineamientos para la sostenibilidad. Turística del Quimbo y su entorno en el municipio del Agrado 3. Ausencia de un producto turístico estructurado para el mercado nacional 4. Falta de apoyo institucional 5. Comunidades locales sin liderazgo turístico

Fuente: (Departamento del Huila, 2022 a)

3.4. PLAN ACCIÓN

El turismo es uno de los sectores económicos de mayor proyección a nivel global, en el año 2022 representando casi el 4.1 del PIB y del empleo en el mundo.

Como estrategia de desarrollo turístico para el municipio, se establecen siete (7) líneas estratégicas, con las cuales se dinamizará la economía y el desarrollo turístico en el municipio, las cuales quedan establecidas así:

Tabla 13 Acciones Prioritarias - Infraestructura

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 1: Infraestructura, Conectividad Y Accesibilidad Para El Turismo			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Infraestructura al servicio del Turismo	Vías para la conectividad al interior de los municipios.	➤ Construcción de puerto y embarcaderos sobre El Quimbo	1
	Plan de Señalización Turística	➤ Señalización vial de orientación a los atractivos Turísticos del Quimbo y del área urbana del Agrado	1
		➤ Señalización turística interpretativa de los hitos turísticos	1

	Puntos de Información Turística	➤ Participar de la Red Departamental de PIT	1
Conectividad Digital para el turismo	Masificación del Internet de alta calidad en el municipio	➤ Garantizar el internet de calidad dando cobertura para toda la población.	1
	Conectividad digital al servicio del turismo en el municipio	➤ Brindar acceso al turista en los diferentes canales digitales de comercio electrónico	50%
Infraestructura y equipamiento de soporte para la actividad turística	Servicios públicos para soportar el turismo	➤ Fortalecimiento de los sistemas de servicios públicos que respondan a la demanda del sector y a la sostenibilidad de los recursos naturales, (acueducto y alcantarillado, agua potable, saneamiento básico, energía, recolección de basuras, servicios de salud, transporte local, entre otros).	100%

Fuente: (Departamento el Huila, 2022 b)

Tabla 14 Acciones Prioritarias - Innovación

Acciones 2020 – 2039		
Líneas Estratégicas 2: Innovación		
Programa	Proyecto	Subproyecto
Innovación y Gestión del Destino Huila	Implementar componentes creativos, innovadores y diferenciados	➤ Estructuración de productos ecoturísticos, deportes náuticos, historia y arquitectura local
		➤ Estructurar un producto turístico incorporando el Centro de Investigaciones y estudios del Bosque Seco Tropical.
		➤ Trazar los lineamientos para la construcción y operación de los Miradores Turísticos
		➤ Estudio de Mercado de la Oferta y Demanda para los productos turísticos prospectados para el municipio del Agrado..

Tabla 15 Acciones prioritarias- Ordenamiento

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 3: Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta

Destino Huila: ordenado y sostenible para el turismo	Ordenamiento territorial para el desarrollo turístico del destino Huila.	➤ Gestionar la inclusión del turismo en el Esquema de Ordenamiento Territorial EOT como un uso lícito del suelo.	1
		➤ Conservación del Patrimonio arquitectónico a las construcciones urbanas y rurales de estilo colonial.	1
	Destinos sostenibles y sustentables para el desarrollo turístico del Departamento del Huila.	➤ Implementar normas técnicas colombianas.	1

Tabla 16 Acciones Prioritarias – Formación

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 4: Formación del Talento Humano			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Profesionalización del turismo en el municipio	Formar Cultura Turística:	➤ Incluir el Micro contexto Turístico em el PEI Institucional del Agrado	1
		➤ Adoptar el servicio social en turismo	1
		➤ Gestionar la inclusión del Agrado en el Programa Colegios Amigos del Turismo - Participar Programa Turismo Joven	1
		➤ Instituir el bilingüismo como cátedra transversal	1
Cualificación de los prestadores de servicios turísticos.	Capacitar a los prestadores de servicios turísticos	➤ Realizar programas de formación complementaria en turismo	1
		➤ Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en inglés técnico	100%
		➤	

Tabla 17 Acción Prioritaria - Gobernanza

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 5: Gobernanza			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Gestión Integral del destino Huila	Consolidación de los procesos de planificación turística en el municipio	➤ Crear o fortalecer la oficina de Turismo del municipio	1
		➤ Construir el Plan Sectorial de Turismo del Municipio	1
	Seguridad Turística para el destino Huila.	➤ Garantizar el pie de fuerza de la Policía de Turismo.	1
		➤ Gestionar la construcción de una Inspección Fluvial en El Agrado.	
		➤ Elaborar e implementación del Plan de Gestión de Riesgos del municipio del Agrado	1
	información turística para la planificación y desarrollo del sector turístico del destino Huila.	➤ Adoptar y fortalecer el Sistema de Información Turística y Cultural - SITYC Huila.	1

Tabla 18 Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial

Acciones 2020 – 2039

Líneas Estratégicas 6: Desarrollo Empresarial

Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Prestadores de Servicios Turísticos Productivos, Competitivos y Sostenibles	Brindar Formalización Empresarial para la productividad turística	➤ Fomentar la formalización y normalización de los prestadores de servicios turísticos	100%
		➤ Desarrollar programas de prevención de actividades ilícitas asociadas al turismo	1
	Programa de Turismo Ético y Responsable	➤ Crear e Impulsar el programa de asociatividad, cooperativismo y de economía solidaria para el desarrollo turístico.	1
		➤ Fortalecer y promover iniciativas de desarrollo Local turísticas.	2

Fuente: (Departamento el Huila, 2022 b)

3.5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Bibliografía

Camara de Comercio del Huila . (2022). *Registro Nacional de Turismo*. Neiva.

Camara De comercio del Huila . (2022a). *Registro Nacional de Turismo*.

Departamento del Huila . (2022). *Nivel de Desarrollo Turístico, Según Metodología MINICIT*. El agrado.

Departamento del Huila . (2019 a). *Producto Turístico del Huila* . Agrado .

Departamento del Huila . (2019). *Producto Turístico del Huila* . Neiva.

Departamento del Huila . (2022e). *Ordenamiento Territorial - Medio Ambiente* . El Agrado.

Departamento del Huila. (2015). *Eventos , Feria y Fiestas*.

Departamento del Huila. (2016). Banco de imágenes Secretaría de Cultura y Turismo.

Departamento del Huila. (2016a). Manual de uso Marca Huila. *Secretaría de Cultura y Turismo*. Neiva.

Departamento del Huila. (2020). *Plan Departamental de Desarrollo*. Obtenido de <https://www.huila.gov.co/documentos/1336/plan-de-desarrollo-2020-2023/>

Departamento del Huila. (2021a). *Plan Sectorial de Turismo 2021-2033*. Neiva. Obtenido de Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.

Departamento del Huila. (2022 a). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *Mtriz Dofa* . El Agrado.

Departamento el Huila. (2022 b). Talleres para la construcción de la agenda Estratégica productiva en el componente de Turismo. *Infraestructura*. El Agrado.

EDUCAEDU. (2022). *Ofertas académicas en turismo*. Neiva.

EDUCAPLAY. (2016). *Mapa Turístico del Huila*. Obtenido de https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1027869-turismo_el_huila.html

Historia, F. C. (206). *Historia/Construcción del Conocimiento del Contexto Local*. Neiva.

Historia, F. C. (206a). *Historia/Construcción del Conocimiento del Contexto Local*. Neiva.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). *Programa Colegios Amigos del Turismo*. Bogotá D.C.

Municipio del Agrado . (2022). *Construcción propia con base en el Inventario Turístico del Agrado*.

ONU. (2021).

Sena Regional Huila. (2021). *Centur*. Agrado.