

# Diagnóstico Estratégico de Turismo

## BARAYA



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 Productos Turísticos en Estructuración.....	15
Tabla 4 Recursos Turísticos municipio de Baraya .....	15
Tabla 5 Inventario de eventos ferias y fiestas.....	16
Tabla 6 Establecimientos rurales .....	17
Tabla 7 Establecimientos urbanos.....	17
Tabla 8 Gestión del destino turístico de Baraya.....	18
Tabla 9 Análisis Dofa .....	19
Tabla 10. Acciones prioritarias- Infraestructura .....	20
Tabla 11 Acciones Prioritarias- Innovación .....	20
Tabla 12. Acciones prioritarias- Ordenamiento.....	21
Tabla 13. Acciones Prioritarias- Formación .....	21
Tabla 14 Acciones Prioritarias- Gobernanza .....	22
<i>Tabla 15. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....</i>	<i>22</i>
Tabla 16. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción.....	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

## 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 a la cacaocultura, 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 gráfico 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 nuestra 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 cuenta con un Esquema de Ordenamiento Territorial desactualizado, lo que no refleja la realidad de cara a las actividades que en materia de turismo pueden ser desarrolladas en el territorio, lo anterior en detrimento del desarrollo de iniciativas orientadas a la operación turística, teniendo la plena certeza de ejecutarlas en donde el uso del suelo así lo permita y por supuesto con las consecuencias que podría generar en el momento de presentarse a convocatorias o pretender acceder a líneas de crédito. Sin embargo, en su Plan de desarrollo municipal para el periodo 2020-2023 denominado “Baraya, junto lo haremos”; en su capítulo 7. DIMENSION ECONOMICA, sección 3 SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, describe el municipio de Baraya como un lugar con paisajes maravillosos, fincas empotradas en la cordillera oriental colombiana donde se produce café, plátano, cacao, diversidad de frutas tropicales, ganadería, etc. El municipio es muy productivo ya que cuenta con unas tierras fértiles, es una zona bonita con sitios de interés y valor natural como las fuentes Azufradas, los saltos del Guaroco y del Tequendama, las moyas del Boquerón y cueva de las lajas. Sin embargo, no existe un producto turístico definido y promocionado, lo cual hace necesario que el municipio en el presente cuatrienio construya su Plan Municipal Sectorial de Turismo, estructure al menos dos productos turísticos para iniciar su implementación y respectiva promoción en el ámbito nacional.

Al avanzar en la fase del Diagnóstico de igual manera encontramos que en el municipio de Baraya, cuenta con un prestador de servicios turísticos, así mismo no cuenta con una caracterización de inventarios. Es de resaltar que, con relación a recursos turísticos, se tiene la Laguna de las nubes, que se podría perfilar como un gran potencial.

El Municipio de Baraya cuenta con un hospital de primer nivel, estación de policía, restaurantes y servicios bancarios, que le aportan notablemente al desarrollo turístico de la localidad.

A la fecha el municipio de Baraya no participa en ferias especializadas en turismo ni posee un sistema de información turística, así mismo no se tiene en cuenta por el centro de pensamiento turístico para elaborar el índice de competitividad turística que es precisamente sobre el cual se soporta el ranking nacional de los territorios en materia de desarrollo turístico desde la óptica integral, para lo cual se puede establecer que a la fecha, el municipio no cuenta con las condiciones técnicas requeridas para desarrollar el turismo en la localidad.

No obstante, no se puede desconocer que hay un pequeño avance, que al momento de tomar la decisión por parte del sector público – privado de incursionar en el desarrollo turístico, se puede partir de la información, que se incluye en este capítulo.

### 3.2.1. Oferta turística

Según la información suministrada por la comunidad en las diferentes sesiones de agendas estratégicas productivas del municipio, se percibe que como potencial turístico local la Laguna de Las Nubes.

Tabla 3 Productos Turísticos en Estructuración

PRODUCTOS TURÍSTICOS EN ESTRUCTURACIÓN			
No	PRODUCTO TURÍSTICO	SUB PRODUCTO	DENOMINACIÓN
1	Naturaleza	Rural	Laguna de las Nubes

Fuente: (Municipio de Baraya, 2021a)

Sin embargo, al auscultar el documento “Construcción del Conocimiento del Contexto Local”, los consultores con fundamento en el EOT de Baraya identificaron 16 recursos turísticos, esto es que se identifican como ventajas comparativas, pero que no se han caracterizado para evaluar su transformación en productos turísticos sostenibles y competitivos.

Tabla 4 Recursos Turísticos municipio de Baraya

No.	RECURSO TURÍSTICO	PRODUCTO	SUBPRODUCTO
1	Hacienda Manila	Cultural	Patrimonio Arquitectónico
2	Hacienda El Olivo	Cultural	Patrimonio Arquitectónico
3	Hacienda Santa Helena	Cultural	Patrimonio Arquitectónico
4	Hacienda El Levante	Cultural	Patrimonio Arquitectónico
5	Hacienda Barayita	Cultural	Patrimonio Arquitectónico
6	Casona Interlagos	Cultural	Patrimonio Arquitectónico
7	Casa de Las Brisas	Cultural	Patrimonio Arquitectónico
8	Parque Zoológico	Cultural	Patrimonio Arquitectónico
9	Parque Central	Cultural	Patrimonio Arquitectónico
10	Salto Guarocó	Naturaleza	Aventura
11	Salto de Tequendama	Naturaleza	Aventura
12	Laguna de Las Nubes	Naturaleza	Aventura
13	Cueva de Las Lajas	Naturaleza	Aventura
14	Cueva de Los Guacharos	Naturaleza	Aventura
15	Fuentes Azufradas de Patía	Naturaleza	Recreación
16	Finca La Batalla	Naturaleza	Rural

Fuente: (Departamento del Huila, 2021a)

Este municipio organiza anualmente nueve eventos institucionales con el propósito de fortalecer su identidad cultural y como una oportunidad para atraer turistas de los ámbitos nacional y regional.

*Tabla 5 Inventario de eventos ferias y fiestas*

INVENTARIO DEPARTAMENTAL DE EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS 2015			
MUNICIPIO DE BARAYA AÑO 2015			
No.	TIPO DE EVENTOS	EVENTO	FECHA
1		Virgen del Carmen	16-jul
2	RELIGIOSO	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		Festival del Retorno	Octubre – Noviembre
9	CULTURAL	Concurso de Música Campesina	Octubre – Noviembre

Fuente: (Departamento del Huila, 2021b)

### **Evaluación de equipamiento, instalaciones y actividades turística**

Actualmente, El único prestador de servicios turísticos en el municipio de Baraya, MEGATHERIUM COFFEE agencia de viajes, es una empresa que se encuentran en un proceso de aprendizaje, debido al conocimiento empírico donde se observa su actitud de emprendimiento, crecer y prestar un buen servicio.

#### **3.2.2.1. Comercializadores de servicios turísticos**

El municipio tiene establecimientos comerciales, que, en un momento dado, se pueden ir incursionando en la dinámica del turismo, para ello es necesario que la administración municipal establezca dentro de su planta administrativas, personal que impulse la formación del sector.

#### **3.2.2.2. Planta turística**

Como planta turística se entiende el conjunto de servicios turísticos presentes en un territorio dispuestos para la prestación de servicios que satisfacen las necesidades de los turistas. A continuación, un recuento de la oferta existente: Con base en el informe de la Cámara de Comercio del Huila, para el año 2022, el municipio cuenta con cuatro (01) prestador de servicios turísticos inscritos y activos en el Registro Nacional de Turismo.

*Tabla 6 Establecimientos rurales*

<b>ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURISTICOS RURALES</b>	
Finca El Balso	Finca turística (alojamiento rural)
Finca ecoturística Los Jagueyes	Finca turística (alojamiento rural)

Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022a)

*Tabla 7 Establecimientos urbanos*

<b>ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURISTICOS RURALES</b>	
Ecotour Baraya	agencia de viajes operadoras
Megatherium coffee	agencia de viajes operadoras

Fuente: (Cámara de Comercio del Huila , 2022b)

Desde las instituciones, es importante llevar a cabo el acompañamiento a los prestadores de servicios turísticos emergentes; con el fin de que se pueda dar un desarrollo turístico en el territorio. Para ello los prestadores de servicios turísticos formalizados contarán con los beneficios dentro del marco de la Ley, como la posibilidad de acceso a créditos y publicidad ante terceros.

### 3.3 INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

Tabla 8 Gestión del destino turístico de Baraya

GESTIÓN DE DESTINO	CUMPLE	
	Si	No
<b>Cuestionario</b>		
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)

### 3.4. 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 destino 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 .

Con esta herramienta de planificación lo que se busca es evaluar los aspectos internos y externos, positivos y negativos del sector turístico del municipio, específicamente los relacionados con los actores que intervienen en el desarrollo social y económico de esta región.

Así las cosas, se realizaron mesas de trabajo indagando acerca de los cuatro aspectos con los prestadores de servicios turísticos, gestores y actores culturales, la academia.

*Tabla 9 Análisis Dofa*

<b>Aspectos Externos</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nuevas tendencias en la demanda</li> <li>2. Fortaleza de productos de Naturaleza y Cultura</li> <li>3. Reconocimiento y ayuda de gobierno nacional</li> <li>4. Formación de la población</li> <li>5. El ecoturismo y el etnoturismo, mercado en apertura y expansión</li> <li>6. Condiciones favorables del mercado</li> <li>7. Disponibilidad de recursos públicos para la actividad.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Actividad turística no inclusiva y sin planificación.</li> <li>9. Deficiencia en la coordinación y colaboración público- privada.</li> <li>10. No tener identificado producto turístico.</li> </ol>
<b>Aspectos Internos</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Riquezas y diversidad natural y cultural.</li> <li>2. Producto diferenciador</li> <li>3. Desarrollo económico del territorio</li> <li>4. Nuevas inversiones en el municipio</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. No existe un direccionamiento frente al desarrollo de emprendimiento turístico, no existe lineamientos para el tema de sostenibilidad.</li> <li>2. Escasa existencia de producto desarrollado.</li> <li>3. Insuficiente penetración en los canales de comercialización turística.</li> <li>4. Falta de apoyo institucional</li> <li>5. Organización de las comunidades.</li> </ol>

Fuente: (Departamento del Huila, 2022a)

## **1.5 PLAN DE ACCION**

El turismo es uno de los sectores económicos de mayor proyección a nivel global, en el año 2022 representando el 4.1 del PIB mundial, se espera que las medidas de reapertura y reactivación económica adoptadas por la pandemia del Covid -19, por parte del gobierno nacional de Colombia en armonía con los lineamientos de la OMT, se alcance antes del cierre del año 2030 los índices de Desarrollo, Competitividad y de ocupación hotelera alcanzados al cierre del año 2019, esto es, el año de la pre pandemia.

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

Tabla 10. 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 y mejoramiento de la infraestructura vial que conecta al Municipio con sus principales mercados emisores.	1
	Plan de Señalización Turística	➤ Señalización de orientación a los atractivos Turísticos	1
		➤ Señalización turística interpretativa en el destino	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%

Tabla 11 Acciones Prioritarias- Innovación

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 2: Innovación			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Innovación y Gestión del Destino Huila	Implementar componentes creativos, innovadores y diferenciados	➤ Diseño de actividades, servicios, productos, experiencias innovadoras adaptadas a los atractivos identificados y caracterizados incorporando instrumentos para la gestión y la sostenibilidad.	4
		➤ Fortalecer los productos turísticos existentes.	1
		➤ Realizar la capacidad de carga de los atractivos turísticos focales en el municipio.	1
		➤ Verificar las normas de construcción en atractivos turísticos	1

Tabla 12. Acciones prioritarias- Ordenamiento

<b>Acciones 2020 – 2039</b>			
<b>Líneas Estratégicas 3: Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente</b>			
<b>Programa</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Subproyecto</b>	<b>Meta</b>
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 licito del suelo.	1
		➤ Conservación del Patrimonio arquitectónico referido a elementos representativos de la localidad – Fomentar planes pachadas	1
	Destinos sostenibles y sustentables para el desarrollo turístico del Departamento del Huila.	➤ Implementar normas técnicas de colombianas.	1

Tabla 13. Acciones Prioritarias- Formación

<b>Acciones 2020 – 2039</b>			
<b>Líneas Estratégicas 4: Formación del Talento Humano</b>			
<b>Programa</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Subproyecto</b>	<b>Meta</b>
Profesionalización del turismo en el municipio	Formar Cultura Turística:	➤ Incluir el Micro contexto Turístico como catedra transversal	1
		➤ Ampliar la cobertura del servicio social en turismo	1
		➤ Ampliar la cobertura del Programa Colegios Amigos del Turismo - Participar Programa Turismo Joven	1
		➤ Programa para Instituir el bilingüismo como catedra 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 ingles técnico	100%

Tabla 14 Acciones Prioritarias- 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
		➤ Diseñar y Ejecutar el Plan Sectorial de Turismo del Municipio	1
	Seguridad Turística para el destino Huila.	➤ Garantizar el pie de fuerza de la Policía de turismo en el municipio	1
		➤ Gestionar para brindar la dotación logística del pie de fuerza de la Policía de turismo.	1
		➤ Elaborar e implementación del Plan de Gestión de Riesgos del municipio	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 15. 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

Tabla 16. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción

<b>Acciones 2020 – 2039</b>			
<b>Líneas Estratégicas 7: Comercialización y Promoción</b>			
<b>Programa</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Subproyecto</b>	<b>Meta</b>
Programa Mercadeo y Promoción del Destino	Diseñar e implementar estrategias de promoción turística del Municipio	➤ Realizar un estudio de mercado para el conocimiento y análisis de nuevos mercados nacionales e internacionales para el producto turístico del municipio	<b>1</b>
		➤ Desarrollar un Plan de promoción turística para el municipio	<b>1</b>

Fuente: (Departamento del Huila, 2022b)

### 3.5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

#### Bibliografía

- Cámara de Comercio del Huila . (2022b). *Registro Nacional de Turismo*. Neiva.
- Cámara de Comercio del Huila. (2022a). *Registro Nacional de Turismo*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2016). Banco de imágenes Secretaría de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2016a). Manual de uso Marca Huila. *Secretaria 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). *Atractivos Turistico de Baraya*. Baraya.
- Departamento del Huila. (2021a). *Plan Sectorial de Turismo 2021-2033*. Neiva. Obtenido de Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2021b). *Inventario Turistico*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2022). *Nivel de desarrollo Turistico, segun metodologia del MINCIT*. Naieva.
- Departamento del Huila. (2022a). Talleres para la construccion de la Agenda Estrategica productiva en el componente de turismo. *Matriz Dofa*. Baraya.
- Departamento del Huila. (2022b). Talleres para la construccion de la Agenda Estrategica productiva en el componente de turismo. *Plan de Accion* .
- EDUCAEDU. (2022). *Ofertas academicas en turismo*. Neiva.
- EDUCAPLAY. (2016). *Mapa Turistico del Huila*. Obtenido de [https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1027869-turismo\\_el\\_huila.html](https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1027869-turismo_el_huila.html)
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). *Programa Colegios Amigos del Turismo*. Bogotá D.C.
- Municipio de Baraya. (2021a). *Producto Turistico* . Baraya.
- ONU. (2021).