

Diagnóstico Estratégico de Turismo

GARZÓN



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. Inventarios atractivos turísticos del municipio	16
Tabla 4. Sociodemográfico y económico, motivaciones y aficiones actitudes, necesidades y comportamentales	20
Tabla 5. Prestadores de servicios turísticos.....	22
Tabla 6. Gestión del destino turístico de Garzón	22
Tabla 7. Análisis DOFA.	23
Tabla 8 Acciones prioritarias- Infraestructura	26
Tabla 9 Acciones Prioritarias- Innovación	26
Tabla 10. Acciones prioritarias- Ordenamiento.....	27
Tabla 11. Acciones Prioritarias- Formación	27
Tabla 12 Acciones Prioritarias - Gobernanza	28
Tabla 13. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....	28
Tabla 14. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción.....	29

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>	<i>9</i>
Ilustración 4.Marca Huila un paraíso por descubrir.....	11
Ilustración 5: Aves de Interés en el PNR Miraflores.....	18
Ilustración 6.Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas	19

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 los 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 de Garzón ubicado en la cordillera Oriental territorio surcado por los ríos Suaza y Magdalena, su estratégica posición geográfica les ha permitido articular la zona centro y sur del departamento del Huila con la región norte, sin desconocer su visión de llegar al Pacífico a través de la vía Agrado-El Pital-La Plata- Popayán – Cali. Los garzoneños han formado su acervo patrimonial con fundamento en el desarrollo agropecuario. Su consagrada espiritualidad los motivó a gestionar la sede diocesana del sur del Tolima Grande, propósito que al lograrlo lo han respaldado dotando la ciudad de equipamientos religiosos como templos, conventos y seminarios, sus pobladores equilibraron la balanza introduciendo la creencia de la existencia de brujas en el sitio de La Jagua.

El reciente embalsamiento del río Magdalena creó la Represa El Quimbo, espejo de agua que comparte con los municipios de Gigante, Agrado, Altamira, Paicol y Tesalia, generando la expectativa de entronizar actividades como los deportes náuticos y la piscicultura; de igual manera la declaratoria promulgada en el año 2005 por la CAM de Parque Regional Natural al Cerro Paramo de Miraflores abre la posibilidad de estructurar productos de ecoturismo en un área de 15.400 hectáreas, y se le adicionaron 20.264 en el año 2006 para un total de 35.664 hectáreas compartidas en los municipios de Algeciras, y Gigante. El Parque se inscribe en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas SINAP en el 2011 y se modifican algunos de los objetivos de conservación. El área del municipio de Garzón en el parque es de 14.286,08 hectáreas en las Veredas El Batán, El Vergel, La Alejandría, Los Alpes, La Primavera, Alto Fátima, El Cedral, La Cañada, El Recreo, Las Delicias, Las Mercedes, Las Palmitas, El Libano, Los Pinos, Paloquemao, San José, Santa marta, y Villarrica.

El municipio cuenta con el Plan Sectorial de Turismo “Garzón El Alma del Huila” el cual fue adoptado mediante acuerdo 011 del 31 de mayo del 2021 del Concejo Municipal, cuenta con Consejo Municipal de Turismo, atractivos turísticos caracterizados, recursos turísticos que podrían ser incorporados a la oferta, prestadores de servicios y cuenta según el plan sectorial de turismo con 144 restaurantes registrados en la Cámara de Comercio del Huila. Garzón cuenta con servicios bancarios y cooperativas financieras, un sector comercial importante, servicios de salud principalmente en la ESE María Auxiliadora, y el Hospital Departamental San Vicente de Paúl y Centros de Salud en algunas veredas. Otros criterios que fueron tenidos en cuenta en la elaboración del diagnóstico, el desarrollo de proyectos turísticos, destacándose la formulación y adopción del Plan sectorial, tiene convenios principalmente con el Sena para la capacitación de actores del sector y desde el Centro Agro empresarial y Desarrollo Pecuario del Huila Sena Garzón, se desarrolló una app de información turística Centur Huila. De manera institucional y privada Garzón participa anualmente en ferias de turismo, o ferias comerciales donde se expone producto turístico, principalmente en la Vitrina Turística de Anato articulando acciones con el gobierno departamental. El municipio no cuenta con sistema de información turística ni maneja a la fecha de los talleres estadísticas de turismo.

En el marco del proyecto “Agricultura y Turismo Sostenible para la consolidación de la Paz en Colombia (AID 11630)” a través del Instituto Ítalo Latino-Americano (IILA), en su Módulo de Turismo Sostenible define la necesidad de crear un Documento Técnico para la Ruta Mágica del Café” definiendo el estado de operatividad del territorio de los municipios de Gigante y Garzón, a través de la caracterización y evaluación de atractivos de naturaleza

y cultura, experiencias, actividades turísticas, prestadores de servicios, y los segmentos del mercado que se podrían impactar con esta oferta.

De igual manera el proyecto avanza en el fortalecimiento de unos ejes estratégicos de operatividad turística, que son; a) El impulso y desarrollo del Agro Ecoturismo en los Municipios de Garzón y Gigante, b) El Mejoramiento de la competitividad de los empresarios Agro Ecoturísticos de los territorios objetos de estudio y c) La diferenciación del producto turístico de la Ruta Mágica del Café.

3.2.1. Oferta turística

El municipio cuenta con una amplia oferta turística, desde zonas naturales hasta grupos arquitectónicos y costumbres culturales, sin embargo, una de los principales atractivos turísticos dentro de la zona es la denominada “Ruta del café” pues siendo el Huila, uno de los mayores productores de café, en el municipio de garzón diversas Fincas han obtenido Tasa de excelencia, como también la versatilidad de sus ecosistemas al tener múltiples zonas naturales como cascadas y ríos hacen un atrayente de las personas que buscan estar en contacto con la naturaleza (Garzón "El alma del Huila", 2022) por eso, el Aviturismo en el municipio podría representar una gran oportunidad para generar beneficios, pues cuenta con el Parque Natural Regional Cerro Paramo de Miraflores que es un excelente lugar para realizar actividades de ecoturismo y que además registra una notable riqueza y abundancia de Avifauna, con especies endémica, migratorias y en estado de conservación de vulnerabilidad.

Ruta Mágica del Café: El Huila es el principal productor de café de Colombia y tiene el mayor número de tazas de la excelencia por su calidad. Nuestro café ha sido declarado bajo la protección del Café de Huila como Denominación de Origen, el cual se identifica sensorialmente por tener una impresión global balanceada, con notas dulces, acidez y cuerpo medio/alto, fragancia/aroma intenso con sensaciones frutales y acarameladas, lo que ha forjado su reputación nacional e internacional durante largo tiempo.

El municipio de Garzón: conocido como la capital Diocesana del Huila – por ser la primera diócesis católica de la región – es también un destino turístico por sus paisajes entre cafetales, verdes montañas, llenas de historia y cultura. Su ubicación geográfica privilegiada, el medio ambiente, las condiciones climáticas, el amor de los caficultores por sus cultivos, la técnica en el sembrado, cosecha, beneficio y tostado, forman las condiciones adecuadas para producir uno de los mejores En esta ruta podrá disfrutar de experiencias únicas de agroturismo en torno al café. Conocerá todo el proceso del grano desde la selección de la semilla y siembra, hasta tomar la mejor taza de café producida por un caficultor.

Ruta Embrujo Ancestral: Embrujo Ancestral es una ruta turística guiada por el Centro Poblado de la Jagua, que tiene como principal atractivo el misticismo de una comunidad con cerca de 500 años de historia, que pareciera congelada en el tiempo; sus silenciosas calles empedradas y sus ventanales coloridos, son el inicio de una aventura llena de magia, color y deliciosa gastronomía.

Ruta Paraíso Natural: A menos de 45 minutos del casco urbano de Garzón, se disfruta del Páramo de Miraflores, cubierto de bosques de palma real de los Andes,

bosques naturales de selva húmeda tropical y algunos valles por donde descienden varias quebradas que traen agua cristalina y pura proveniente de nuestra joya natural más importante, el páramo de Miraflores; en la orilla y piedras de estas quebradas podemos ver gran cantidad de mariposas e insectos con formas y colores espléndidos que solamente la naturaleza puede llegar a crear.

Ruta City Tour Patrimonial: El despertar está enmarcado por la permanente música que nace en los campanarios de San Miguel Arcángel de la Catedral. Garzón es un dechado de arquitectura religiosa. El arte sacro se plasma en sus bellos templos, proyectados por la fe del alma católica de hidalgos castellanos, encarnada en las entrañas creyentes de los aborígenes, criollos y mestizos que hicieron de esta ciudad, la cuna de la fe y la convirtieron en la capital Diocesana y Religiosa del Huila.

De acuerdo a la información registrada por la Secretaria de Cultura y Turismo del Departamento, la oferta turística del municipio está caracterizada en el inventario Turístico Huila 2019; resaltando entre ellos los siguientes:

Tabla 3. Inventarios atractivos turísticos del municipio

Nombre del atractivo	Municipio	Patrimonio	Tipo de patrimonio	Grupo
Casa De Retiros Lomachata	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Casa embrujada del Maestro Emiro Garzón	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Cascada El Duende	Garzón	Patrimonio natural	Aguas lóaticas	Cascada catarata o salto
Cascada Las Damas	Garzón	Patrimonio natural	Aguas lóaticas	Cascada catarata o salto
Convento De Las Hermanas Clarisas Monasterio Del Ave María	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Arroz Tapado	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural inmaterial	La gastronomía y los saberes culinarios
Catedral De San Miguel Arcángel	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Embalse El Quimbo	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Expoferia Garzón	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural inmaterial	Festividades y eventos
Festival De Brujas De La Jagua	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural inmaterial	Festividades y eventos
Festival Y Reinado Departamental De La Alegría Y El Folclor	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural inmaterial	Festividades y eventos
Producción Cafetera De Garzón	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Realizaciones técnico científicas

Nombre del atractivo	Municipio	Patrimonio	Tipo de patrimonio	Grupo
Molino El Triunfo	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Palacio Episcopal De Garzón	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Poblado Colonial De La Jagua	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo urbano o rural
Sancocho de gallina	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural inmaterial	La gastronomía y los saberes culinarios
Seminario Mayor Conciliar María Inmaculada Concepción	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Tejeduría en fique	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural inmaterial	Las técnicas de elaboración de objetos artesa
Templo De Nuestra Señora Del Rosario	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Templo De La Inmaculada Concepción De La Jagua	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Templo De San José De Nazareth	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Viaducto El Quimbo	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
Casona Santa Cruz De La Plazuela	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural Material Inmueble	Grupo arquitectónico
Mirador El Balcón Del Huila	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural Material Inmueble	Urbano o rural
Finca Ecoturística Los Arenas	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Urbano o rural
La Truchera Villa Truch	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Urbano o rural
Música campesina	Garzón	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural inmaterial	Expresiones musicales y sonoras

Fuente: (Departamento del Huila, 2019)

3.2.1.1. Observación de Aves

El municipio cuenta con un amplio rango altitudinal, desde el valle del río Magdalena, hasta la partición de aguas con el departamento del Caquetá en la cordillera Oriental en una zona de Páramos que hacen parte del Parque Natural Regional Cerro Páramo de Miraflores Rigoberto Urriago, propiciando así la existencia y abundancia de especies de aves de los diferentes pisos térmicos y zonas de vida, destacándose de manera especial un listado en la Plataforma Ebird, en la Vereda Las Mercedes zona de amortiguación y al

interior del parque con 361 especies, y el valle algunos listados importantes en El Humedal Voltezuela con 120 especies y en el Hotel Parque La Casona con 114 especies.

Ilustración 5: Aves de Interés en el PNR Miraflores



Magdalena
Tapaculo

Flame-faced
Tanager

American Redstart
Ave Migratoria



Hooded Antpitta
Ave Vulnerable/

Indigo-capped
Hummingbird

Fuente: (EBIRD, 2021)

3.2.2. Evaluación De Equipamiento, Instalaciones Y Actividades Turística

Actualmente, los prestadores de servicios turísticos en el municipio proveen de servicios de alojamiento, alimentación, esparcimiento, agencia de viajes y turismo, guías profesionales en turismo entre otros, que permiten que la dinámica del turismo sea una realidad. En la actualidad las empresas que se encuentran en los territorios son en su mayoría famiempresas, esto es que han sido constituidas por miembros de una misma familia; igualmente se percibe la presencia de microempresas y medianas empresas, en su gran mayoría se han formalizado y otras cumplen el ciclo de emprendimientos en vía de formalización.

En cuanto a la formación del talento humano, en Garzón se percibe la presencia de profesionales en disciplinas académicas afines al turismo, así como, de profesionales formados en otras disciplinas académicas que han identificado en el turismo una actividad económica promisoría, sin desconocer que también existen prestadores de servicios turísticos empíricos.

3.2.2.1. Comercializadores de servicios turísticos

En el municipio de Garzón hay 61 prestadores de servicios inscritos en el Registro Nacional de Turismo, principalmente establecimientos de alojamiento y hospedaje por ser un centro de servicios y negocios para la región central del departamento del Huila, pero ha habido un incremento porcentual importante en el número de viviendas turísticas en la zona rural y establecimientos de alojamiento y hospedaje turísticos, vinculados al desarrollo de la ruta Mágica del café y a un importante desarrollo turístico municipal ligado a la estructuración del Plan de Desarrollo Turístico Municipal y al acompañamiento permanente del municipio en el desarrollo, formalización y comercialización de empresarios y emprendedores.

Ilustración 6. Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas



Fuente: (Departamento del Huila , 2022)

3.2.2.1.1. Tipología

Teniendo en cuenta el producto turístico del departamento del Huila construido en el año 2017, se pudo identificar que la oferta presentada en el Municipio de Garzón se enfoca en la demanda de Naturaleza y cultura.

Es importante tener en cuenta que con las actividades de turismo deben responder a la demanda turística para el municipio, por eso se desarrolla la siguiente segmentación por nichos del mercado.

Tabla 4. Sociodemográfico y económico, motivaciones y aficiones actitudes, necesidades y comportamentales

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 guianza. · Tanto independientes como en grupo
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.

SEGMENTO/ NICHOS	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
			· Permanentemente conectados a las redes sociales. · A menudo planifican sobre la marcha

Fuente: (Departamento del Huila, 2019a)

3.2.2.2. *Demanda Turística*

El desarrollo turístico de un destino se enmarca en la oferta y demanda que posee, donde se contempla la diversificación turística, en tal sentido es importante enfocarnos en las necesidades del turista a nuestros atractivos, es por eso que es fundamental tener en cuenta los siguientes parámetros, donde todo producto turístico responde a una combinación de hasta tres utilidades, en distintas proporciones, para atender las necesidades de los visitantes: Utilidades vivenciales, que integran gran parte de la experiencia turística: festivales, actividades, hospitalidad, intercambio sociocultural, eventos, comidas, entretenimiento, compras, servicios, entorno, entre otros. En Pitalito el turista podrá realizar recorridos por senderos cafeteros, visitar talleres artesanales o participar en amenos talleres de chalanería.

- Utilidades vivenciales, que integran gran parte de la experiencia turística: festivales, actividades, hospitalidad, intercambio sociocultural, eventos, comidas, entretenimiento, compras, servicios, entorno, entre otros. En Garzón el turista podrá vivir interesantes experiencias en los recorridos por la zona cafetera, la visita a los templos y las vivencias de La Jagua, un mix de cuento de brujas con artesanías.
- Utilidades simbólicas, perceptuales, que tienen que ver con las motivaciones últimas de los visitantes y que se satisfacen a través de los recursos humanos, culturales e históricos, los productos a la medida o de nicho, los nuevos conceptos de ocio, las marcas y que atienden a deseos de reconocimiento, aprendizaje, autorrealización, recompensa, entre un amplio abanico de motivaciones, necesidades y expectativas. A Garzón se le reconoce como la Capital Diocesana del Huila siendo hasta el momento su especial valor simbólico.
- Utilidades físicas, a menudo asociadas con aspectos físicos y necesidades básicas (una cama para dormir, comida para alimentarse, transporte) o las infraestructuras receptoras en destino (sanidad, salubridad, seguridad, movilidad, accesibilidad, etc.). los prestadores de servicios turísticos de Garzón se han esmerado por ofertar equipamientos confortables y seguros que le permitan al turista una placida estancia.

Con base en los resultados del trabajo de campo y una vez caracterizada con la información aportada por el municipio de Garzón, se infiere que, este municipio forma parte de la sub-región centro y de la Ruta Mágica del Café, es una zona rica en recursos turísticos para el turismo cultural y de naturaleza, con actividades de paisajismo y vivenciales, en sus paisajes cafeteros, en los miradores, en la zona montañosa de la Cordillera Oriental, y vivencias en los recorridos cafeteros, en los senderos interpretativos de naturaleza, en la

preparación de las comidas tradicionales, como los bizcochos, el pan chicha, las cucas y los platos fuertes como el sancocho, el asado huilense, los tamales entre otros.

El municipio de Garzón cuenta con una infraestructura de servicios adecuada para el desarrollo de las actividades turísticas, vías de acceso, servicios públicos en zonas urbanas y rurales y salones para conferencias o reuniones empresariales o temáticas.

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. 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 30 inscritos activos en el Registro Nacional de Turismo.

Auscultado el Registro Nacional de Turismo se observa que durante el año 2022 un total de 76 empresarios prestadores de servicios turísticos renovaron o se inscribieron en el RNT.

Tabla 5. Prestadores de servicios turísticos

No.	Tipo de servicio	Cantidad
1	Alojamiento	31
2	Agencias de viajes	6
3	Profesionales en guianza turística	0
4	Transporte terrestre	2
5	Viviendas turísticas	22
Total		61

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

3.3. INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

3.3.1. Gestión del destino Turístico

Tabla 6. Gestión del destino turístico de Garzón

Cuestionario	Cumple	
	Si	No
Esquema básico de ordenamiento territorial	X	
Plan de desarrollo municipal 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 , 2022a)

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 7. Análisis DOFA.

Positivos Para alcanzar el objetivo	Negativos Para alcanzar el objetivo
<p>Fortalezas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con una oferta de miradores turísticos, mirador del Huila, mirador el Totoy 2. Cuenta con el plan sectorial de turismo de Garzón. 3. Cuenta con la marca Garzón: Alma del Huila 4. Cuenta con una riqueza de arquitectura 	<p>Debilidades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe una asociación en Informalidad turística en el quimbo, según el quimbo hay biomasa debajo del agua. 2. Informalidad para los actores del sector turístico. 3. No cuentan con guías profesionales de turismo. 4. No se ha actualizado el EOT el desarrollo de actividades turísticas. 5. Los miradores no cuentan con la normatividad de condiciones de construcción.

-
- | | |
|--|---|
| 5. Cuenta con el viaducto sobre la represa del quimbo. | 6. Falencia en la estructura vial en la zona rural. |
| 6. Cuenta con una oferta turística, Mesón: avistamiento de aves | 7. Falencia en desarrollo de asociatividad entre los actores del sector turístico. |
| 7. Hace parte de la ruta mágica del café | 8. Deficiencia en la formación de Bilingüismo y personal calificado en atención al cliente. |
| 8. Cuenta con la oferta turística en el municipio de la Jagua | 9. Debilidad en apertura de sitios para el público en los fines de semana a nivel de comercio. |
| 9. Turismo contemplativo en el viaducto del quimbo. | 10. Falencia en señalización a los puntos de interés de turismo en el municipio. |
| 10. Caracterización de la oferta turística en el destino | 11. No existe un punto de información turística. |
| 11. Cuenta con un guion turístico para las actividades en el destino. | 12. Baja conectividad en Red. |
| 12. Fortalecimiento de la institución de san Gerardo a los estudiantes con el programa de formación en turismo | 13. Poca unidad de policía de turismo existe solo una unidad. |
| 13. Oferta de avistamiento de aves en la Jagua y en la vereda las mercedes. | 14. Desconocimiento de la oferta turística y cultural por parte de los actores del municipio. |
| 14. Estar parte dentro del rio y la cordillera. | 15. Poco interés de las instituciones educativas en el reconocimiento del turismo como desarrollo del destino. |
| 15. Diversidad Gastronómica | 16. Poco apoyo de recursos financieros para el fortalecimiento a los empresarios del sector turístico. |
| 16. Ubicación geográfica de Garzón | 17. No se pueden acceder a los créditos debido a los intereses de los bancos, no existiendo un beneficio para los empresarios del sector turístico. |
| 17. Infraestructura de establecimiento de alojamiento. | 18. Informalización y aplicación de las normas técnicas colombianas. |
| 18. Gran riqueza cultural: escuelas artísticas. | 19. Promoción interna de la oferta turística y cultural. |
| 19. Desarrollo de Coocentral como dinamizador de los mercados nacional e internacional. | 20. NO se ha definido la ruta económica del municipio, es importante actualizar el EOT. |
| 20. Realización de Bici tour | 21. No existe una tecnificación en procesos de turismo rural como oferta turística |
| 21. 12.500 hectáreas de área protegida. de bosque seco tropical que debe entregar Enel, | 22. Rotación de comandantes de policía de turismo |
| | 23. Deficiencia en los taxistas para la promoción del destino. |
| | 24. Señalización en el acceso a Garzón en la vía nacional. |
| | 25. Poco conocimiento en el desarrollo en los procesos de estrategias de promoción. |
| | 26. No existe la agenda de actividades turísticas en el municipio. |
| | 27. Poca capacidad para la atención de turistas |
| | 28. No existe espacios adecuados para transitar por lo peatones. |
| | 29. Inexistencia de información estadística del destino |
-

Oportunidades:

1. Potencial turístico de riqueza natural.
2. Potencial: ruta: caminos reales;
3. Se encuentra fortaleciendo 5 rutas turísticas:
4. Ruta embrujo ancestral, ruta mágica del café, ruta gastro tur, ruta paraíso natural.
5. Potencial turístico y cultural.
6. Promoción del Destino Garzón a nivel regional y nacional.
7. Se viene liderando un proyecto para actividades multipropósito en el Químbo.
8. Fortalecimiento de la infraestructura del Aeropuerto internacional de carga de Garzón.
9. Infraestructura de operación de COOCENTRAL- Siendo una de las grandes a nivel nacional.
10. Desarrollo de producción de cacao.
11. Cerro Páramo de Miraflores
12. Comercializadores de café de Chile
13. Desarrollo de actividades turísticas en el centro del Huila- La Jagua por su ubicación en la ruta 45, arquitectura histórica, gastronomía, cultural.
14. Estructuración de rutas religiosas, siendo denominada capital diocesana del Huila, como dinamizadores de generar experiencia turística.
15. Proyectar al Químbo para el desarrollo de actividades turísticas, al finalizar el aval de EMGESA.

Amenazas:

1. Permisos para la actividad turística en el Químbo
2. Inseguridad hurto a los turistas en sitios turísticos para los turistas, visitantes y comunidad en general.
3. Realización de Piques ilegales en zonas de accesos a los atractivos turísticos.
4. Desconocimiento y falta de seguimiento del patrimonio en el municipio.
5. Falta de investigación y desarrollo de guiones turísticos
6. Destrucción de la arquitectura colonial para desarrollarla de manera moderna.
7. No existe un plan de urbanismo para la conservación de la arquitectura en La Jagua.
8. Falta de actualización del EOT del municipio de Garzón.
9. Falencias en el tránsito y transporte por la movilidad de transeúntes en los andenes e incumplimiento de las normas de tránsito, no existe un sentido de las vías, el no respeto del espacio público.
10. Incumplimiento del código de policía

Fuente: (Departamento del Huila , 2022b)

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 8 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
	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
		➤ Brindar corredores digitales en el municipio	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 9 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
		➤ Fortalecer el Clúster Turístico del Norte del Huila.	1
		➤ Realizar la capacidad de carga de los atractivos turísticos focales en el municipio.	1
		➤ Verificar las normas de construcción en atractivos turísticos	1
		➤ Estudio de Mercado de la Oferta y Demanda del Destino.	

Tabla 10. 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 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.	➤ Certificación de calidad y sostenibilidad del municipio que impacte el turismo.	1
		➤ Implementar normas técnicas de colombianas.	1

Tabla 11. 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 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
	Formar profesionales en turismo	➤ Programa de formación de formadores para el turismo de aventura	1
		➤ Mejorar y ampliación de cobertura del programa de Articulación a la Media Técnica en Turismo.	1
		➤ Fomentar los convenios de movilidad académica entre instituciones educativas de secundaria y las universidades	2
		➤ Crear oferta de especializaciones en turismo teniendo en cuenta las vocaciones del turismo huilense	2
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%
		➤ Fortalecer la Gestión Integral de Destino	1

Tabla 12 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
		➤ 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 13. 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 14. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 7: Comercialización y Promoción			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
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	1
		➤ Desarrollar un Plan de promoción turística para el municipio	1
		➤ Estrategias e implementación de campañas promocionales del destino para el posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales. - Anual	1

Fuente: (Departamento del Huila, 2022c)

3.5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Bibliografía

- Cámara de Comercio del Huila. (2022a). *Registro Nacional de Turismo*. Neiva.
- Departamento del Huila . (2022). *Registro Nacional de Turismo* . Neiva.
- Departamento del Huila . (2022a). *Nivel de desarrollo Turístico, Según metodología del MINICIT*. Garzón .
- Departamento del Huila . (2022b). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *Análisis DoFa* .
- 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. (2019). *Producto Turístico del Huila*. Gáron.
- Departamento del Huila. (2019a). *Producto Turístico del Huila*. Garzón.
- 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. (2022c). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *Plan Acción*.
- EBIRD. (2021). *Aves del Huila*. Garzón.
- 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
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). *Programa Colegios Amigos del Turismo*. Bogotá D.C.
- ONU. (2021).