

Diagnóstico Estratégico de Turismo

GIGANTE



ALCALDIA MUNICIPAL
DE GIGANTE

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	15
Tabla 4 Recursos Turísticos.	20
Tabla 5. Eventos Institucionales.....	21
Tabla 6. Sociodemográfico y económico, motivaciones y aficiones actitudes, necesidades y comportamentales	23
Tabla 7. Gestión del destino turístico de Gigante.....	26
Tabla 8. Análisis DOFA.	27
Tabla 9. Acciones prioritarias- Infraestructura	30
Tabla 10 Acciones Prioritarias- Innovación	30
<i>Tabla 11. Acciones prioritarias- Ordenamiento.....</i>	<i>31</i>
Tabla 12. Acciones Prioritarias- Formación	31
Tabla 13. Acciones Prioritarias- Gobernanza	32
<i>Tabla 14. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....</i>	<i>32</i>
Tabla 15. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción.....	33

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.Loma de la Cruz	16
Ilustración 6. Hacienda la Loma	16
Ilustración 7 Montaña la Mano del Gigante	17
Ilustración 8.Mirador la Morra	18
Ilustración 9. Reserva ecoturística.....	19
Ilustración 10. Aviturismo	20
Ilustración 11.Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas	22

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, 2016c)

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 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

Gigante al igual que al municipio de Garzón se les reconoce desde los albores de la década de los años noventa de la anterior centuria por su liderazgo en la formación de la Ruta Cafetera, hoy comercialmente conocida como “Ruta Mágica del Café”, sin desconocer la presencia de otras importantes ventajas comparativas, entre ellas: su estratégica situación geográfica sobre el embalse El Quimbo, de igual manera en la parte alta de su territorio se percibe la presencia de una amplia zona de bosque de niebla y páramo; resulta oportuno advertir que hasta hace pocos años a Gigante se le reconocía por la legendaria Ceiba que se alojaba en el seno de su parque principal.

En este mismo componente de naturaleza se advierte la presencia del área protegida declarada en el año 2005 por la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena-CAM como Parque Regional Natural Cerro Paramo de Miraflores, reconocimiento fundamentado en su diversidad en flora y fauna, su capacidad hídrica y su oferta de bienes y servicios ambientales que debe protegerse, conservarse y manejarse adecuadamente para garantizar la disponibilidad actual y futura de los recursos naturales. En cuanto a su extensión inicialmente fue de 15.400 hectáreas, y posteriormente en el año 2006 se le adicionaron 20.264 para un total de 35.664 hectáreas compartidas con los municipios de Algeciras, Gigante y Garzón.

El Parque se inscribe en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas SINAP en el 2011 y se modifican algunos de los objetivos de conservación. Del área total del Parque al municipio de Gigante le corresponden 7.333 hectáreas ubicadas en jurisdicción de las Veredas: Ventanas, La Estación y La Humbría, zona de donde fluyen varias fuentes hídricas entre las que destacamos las Quebradas Rioloro, La Honda, La Guandinosa y Las Vueltas, esta última, límite natural con el Municipio de Hobo.

A Gigante también se le reconoce por la tierna y romántica leyenda de “Matambo y Mirtayú”, inspiradora del amor que trasciende en el tiempo, tomada como ejemplo para ilustrar la estrategia de marketing de la Ruta Mágica del Café; otro icono giganteño es su Festival Folclórico y Reinado Departamental del Cacao.

En cuanto a las ventajas competitivas se destaca la adecuación de alojamientos rurales en fincas cafeteras y desarrollo de actividades típicas del agroturismo, articuladas a la Ruta Mágica del Café, desarrollo que le han permitido presentarse con éxito en las dos versiones de la Feria Internacional del Café, Cacao y Agroturismo, presentación que ha consolidado el apoyo de organizaciones internacionales.

En suma, se podría decir que Gigante cuenta con un nutrido inventario de naturaleza y cultura para prospectarse como un destino turístico en el centro del departamento del Huila, tanto para captar turistas de origen nacional, como internacional.

3.2.1. Oferta turística

El municipio de Gigante cuenta con 15 atractivos turísticos validados con la comunidad mediante su participación en el “Taller de Priorización de Atractivos” desarrollado en el año 2020, Taller que reconoció 5 atractivos turísticos de naturaleza y 10 atractivos turísticos de carácter cultural

Tabla 3. Inventarios atractivos turísticos del municipio

Nombre del Atractivo	Municipio	Tipo	Grupo
Zona Cafetera	Gigante	Patrimonio Inmaterial	1.2.1 Sector Urbano o rural de interés
Parque Natural Regional cerro Páramo de Miraflores	Gigante	Sitio Natural	2.10.2 Áreas con declaratorias departamentales
Resera Natural de Ventanas	Gigante	Sitio Natural	2.10.4 Reservas de la sociedad civil
Templo Colonial San Antonio de Padua	Gigante	Patrimonio Material	1.1.3.1 Templo
Casa Tradicional de la Zona Cafetera	Gigante	Patrimonio Inmaterial	1.6.12 Las técnicas de construcción.
Reinado Departamental del Cacao y del Café	Gigante	Festividades y Eventos	1.7.1.3 Concursos y/o reinados
Represa de El Quimbo	Gigante	Patrimonio Material	1.1.5 Obras de Ingeniería e Infraestructura
Artesanías en Madera	Gigante	Patrimonio Inmaterial	1.6.10 Las técnicas de elaboración de objetos artesanales e instrumentos
Sendero del Puente Colgante	Gigante	Patrimonio Material	1.1.5 Obras de Ingeniería e Infraestructura
Loma de La Cruz	Gigante	Sitio Natural	2.1.13 Cerro
La Mano del Gigante	Gigante	Patrimonio Material	1.2.1 Sector Urbano o rural de interés
Cerro de Matambo	Gigante	Sitio Natural	2.1.13 Cerro
Hacienda La Loma	Gigante	Patrimonio Material	1.1.2.2 Vivienda Rural (Casa de Hacienda)
Reserva Natural El Santuario	Gigante	Sitio Natural	2.10.4 Reservas de la sociedad civil
Recorridos Cacaoteros	Gigante	Patrimonio Inmaterial	1.2.1 Sector Urbano o rural de interés

Fuete: (Departamento del Huila , 2019)

El anterior Cuadro permite conocer atractivos existentes y operativos validados en el Taller de Priorización de Atractivos Turísticos validados por la comunidad en el año 2020, atractivos incluidos en el inventario Turístico Huila 2009; adicionalmente se incluyeron algunos atractivos turísticos propuestos por los actores participantes, los cuales actualmente surten el proceso de caracterización turística, entre ellos se relacionan los siguientes:

Loma de La Cruz: Cerro tutelar del municipio de Gigante, ubicado en la parte noroccidental del casco urbano, tiene un diferencia altitudinal de cerca de 320 Ms y por encontrarse entre el poblado y el río Magdalena, se constituye en un mirador natural desde el cual se pueden observar el pueblo, la cordillera oriental, el embalse El Quimbo y la cordillera central, el sendero desde el poblado tiene cerca de dos kilómetros y recorre potreros y parches de bosque seco tropical, en la cima hay una pequeña capilla y una inmensa cruz en concreto, lo cual invita a actividades de tipo religioso, como el Viacrucis en la época de la Semana Santa.

Ilustración 5. Loma de la Cruz



Fuente: (Departamento del Huila, 2016b)

Hacienda la Loma: Hacienda ganadera en la zona de Los Altares en el municipio de Gigante, colindando con el río Magdalena, es una zona de Bosque seco tropical y praderas, La casa fue construida en 1680, época en la que se producía carne y cueros que eran enviados a Popayán. la casa fue construida en bahareque en dos cuerpos en forma de “ele o acodado”, pisos en tableta cuadrada de ladrillo cocido, y cubiertas en zinc con estructura en madera, en sus alrededores están los corrales en piedra usados para el trabajo ganadero, cuenta con diferentes unidades de paisaje, hacia el Valle del Río Magdalena y el embalse El Quimbo; hacia la cordillera oriental y hacia su topografía quebrada con praderas y parches de bosque.

Ilustración 6. Hacienda la Loma



Fuente: (Departamento del Huila, 2016c)

Montaña la Mano de Gigante: La Montaña La Mano del Gigantes es un Mirador ubicado en las estribaciones de la cordillera Oriental, con una espectacular vista del Valle del Río Magdalena, especialmente los embalses El Quimbo en primer plano y al fondo el embalse de Betania; una forma de acceder al Mirador es mediante caminatas por senderos de dificultad media, por lo empinado del terreno, durante la caminata el viandante puede observar algunas aves de la región, los cafetales y parches de bosque. Otra forma de acceso es utilizando el transporte vehicular que ofrece el Mirador.

El sitio cuenta con una escultura funcional, que representa una mano abierta con la palma hacia arriba, siendo esta escultura el Mirador principal; adicionalmente cuenta con otros dos miradores, el primero es un columpio con alas de colores sobre el barranco ubicado con prospectiva al cañón, generando al visitante emoción y aventura; el segundo mirador está ubicado un poco más arriba, es una malla en forma de atrapa sueños en medio inmensos arboles de Cachimbo, con una vista espectacular al valle del río Magdalena.

En relación con los servicios turísticos, el Mirador La mano de Gigante ofrece comidas típicas y diferentes puntos de venta de artesanías, café y otros productos de la gastronomía.

En cuanto a las tendencias turísticas para la época del Post Covid -19 se percibe un cambio en los intereses del turista colombiano, inclinándose hacia destinos con oferta de actividades de contacto con la naturaleza, entre ellas: el turismo rural, agroturismo, ecoturismo y aventura; tendencia que ha favorecido al Mirador La Mano del Gigante convertido en un verdadero polo de desarrollo para el turismo en el centro del departamento del Huila, por su alto reconocimiento nacional reflejado en el número de visitas, cuyo corte a la fecha, (08/10/22) registra la llegada de más de 200.000 visitantes desde su apertura en el año 2020; visitantes que activan la cadena de servucción turística de Gigante, especialmente los eslabones de alojamiento, restaurantes y actividades de entretenimiento, sin desconocer su impacto regional con visitas a destinos perimetrales.

Ilustración 7 Montaña la Mano del Gigante



Fuente: (Departamento del Huila, 2016d)

Mirador la Morra: Mirador La Morra está ubicado en la zona montañosa del municipio de Gigante, ubicado en las estribaciones de la cordillera Oriental, con una vista espectacular al Valle el Río Magdalena, las represas de Betania y El Quimbo y algunos municipios del centro y sur del departamento del Huila, hacia la cordillera oriental se puede apreciar la zona cafetera de Gigante y la zona montañosa, donde está ubicado el parque Natural Regional Cerro de Miraflores, que llega hasta la partición de aguas de la cordillera límite natural con el departamento del Caquetá.

Ilustración 8. Mirador la Morra



Fuente: (Departamento del Huila, 2016e)

Reserva Ecoturística El Carriquí y El Barranquero: Este emprendimiento es una Finca cafetera que ha destinado hectárea y media de su lote al establecimiento de una Reserva Natural dotada de senderos de interpretación biótica

En referencia al cafetal se cultivan diferentes variedades, producción para la que se dispone de las instalaciones para beneficio y secado; así como el proceso agroindustrial de tostado y molido, actividades en las que un turista bien puede participar como parte de su vivencia durante su estancia en Gigante. En el cafetal también existe un sendero interpretativo con información de la historia universal del café, su llegada a Colombia y sus diferentes etapas productivas.

La finca cuenta con miradores hacia la cordillera oriental, y el valle del Magdalena, incluyendo el casco urbano de Gigante y El cerro de Matambo. La Casa es una casa tradicional campesina con corredores laterales que permiten la observación pasiva de aves y el paisajismo, en la finca se han registrado 136 especies de aves.

Ilustración 9. Reserva ecoturística



Fuente: (Departamento del Huila, 2016f)

Ruta mágica del café: 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. (Departamento del Huila, 2021)

3.2.1.1. Observación de Aves

El municipio de Gigante cuenta con un rango altitudinal entre los 650 Msnm en la desembocadura de la quebrada las vueltas al río Magdalena, hasta los 3440 Msnm en el Parque Natural Regional Páramo de Miraflores, en límites con el municipio de Puerto Rico en el departamento del Caquetá, cuenta con diversidad de ecosistemas y zonas de vida zonas de vida desde Bosque seco Tropical, hasta el Páramo, pasando por Bosques Húmedos de Montaña y Bosque Húmedo Montano Bajo, desde el Valle del río Magdalena hasta la partición de aguas de la Cordillera Oriental en límites con el departamento del Caquetá, generando unas condiciones especiales para la observación de aves, por la diversidad de especies y la abundancia de individuos, de aves terrestres y acuáticas, endémicas raras y amenazadas.

Ilustración 10. Aviturismo



Fuente: (EBIRD, 2021)

En la plataforma Ebird encontramos registros importantes en La Reserva Natural El Carriquí y el Barranquero, con 149 especies, en La Montaña La Mano del Gigante con 137 especies y Vereda Ventanas con 174 especies. Las fincas cafeteras de Gigante han sido pioneras en la observación pasiva de aves, pues, sus administradores han instalado comederos donde se dispone de fruta y alimentadores para colibríes, y llegan diferentes especies que pueden ser observadas mientras los viajeros disfrutan de un café, el desayuno o simplemente de una amena conversación y se cuenta con las guías, cámara fotográfica y los binoculares para la identificación y el registro de las especies. Se acostumbra también la modalidad de identificar las aves que se van encontrando durante los recorridos interpretativos y se aporta a los listados de registros que se tienen en cada lugar.

Tabla 4 Recursos Turísticos.

No.	Recurso turístico	Producto	Subproducto
1	Parque central	Cultura	Historia
2	Templo colonial	Cultura	Patrimonio arquitectónico
3	Monseñor Ismael Perdomo Borrero	Cultura	Hijos ilustres de gigante
4	Casona borrero Borrero	Cultura	Patrimonio arquitectónico
5	La Casona	Cultura	Patrimonio arquitectónico
6	Parque Natural Regional Cerro Paramo De Miraflores	Naturaleza	Ecoturismo
7	Reserva Natural Takyhuayra	Naturaleza	Ecoturismo
8	Reserva Natural Ventanas	Naturaleza	Ecoturismo
9	Cerro De Matambo	Naturaleza	Aventura
10	Camino al puente colgante	Naturaleza	Aventura
11	Loma De La Cruz	Naturaleza	Aventura

Fuente: (Municipio de Gigante , 2022)

Tabla 5. Eventos Institucionales

No.	Tipo de eventos	Evento	Fecha
1		San Antonio De Pádua	11-jun
2	Religioso	Semana santa	Marzo - abril
3		Navidad	24-dic
4		Ferías	No registra
5	Reinados	Reinado municipal del bambuco	28- 29 junio
6		Reinado departamental del cacao y del café	12-oct
7	Cívicas	Aniversario fundación del municipio	17-sep
8	Deportivo	Encuentro de las colonias giganteñas fútbol	Octubre
9		Carrera atlética nacional	17-ene
10		Festival Surcolombiano de fútbol	Octubre
11		Travesía nacional ciclomontañismo	Octubre
12		Encuentro departamental de danza	Octubre
13	Cultural	Vi encuentro departamental de música campesina	Octubre
14		lii encuentro departamental de música alternativa	Octubre
15		Muestra artesanal y gastronómica	Octubre
16		V banda vientos juveniles	Octubre
17		Encuentro departamental de danzas por pareja	Octubre
18		Festival folclórico	Octubre

Fuente: (Municipio de Gigante, 2022a)

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, emprendedores que han conformado micro y famiempresas algunas ya formalizadas y otras en proceso de formalización.

Se percibe que la mayoría de los empresarios prestadores de servicios turísticos no se han formado como profesionales en turismo, sin desconocer que se han formado como profesionales en otras disciplinas académicas, razón por la cual se desempeñan con buena actitud para el trabajo, especialmente en su rol de anfitriones, siempre animados por el deseo de prestar un buen servicio al turista, fortaleciendo sus emprendimientos.

3.2.2.1. Comercializadores de servicios turísticos

En la actualidad el municipio de Gigante cuenta con cuatro Agencias de Viajes y Turismo y una agencia de viajes Operadora, que comercializan el producto turístico local y algunas de ellas hacen también turismo egresivo. El producto local es una mezcla de mercado de actividades y experiencias de naturaleza y cultura, que incluye, miradores, recorridos cafeteros, paisaje cafetero, observación pasiva de aves, arquitectura religiosa y gastronomía, algunas agencias hacen esa mezcla vinculando otros destinos y atractivos, como Paicol, Tesalia, Garzón y San Agustín.

Ilustración 11. Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas



Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

3.2.2.1.1. Tipología

El producto turístico del municipio de Gigante es en primera instancia de Cultura, Naturaleza y aventura, tomando como referencia los atractivos turísticos mencionados, ocasionalmente se realizan eventos en el destino, un segmento que podría fortalecerse, pues los hoteles cuentan con los espacios para eventos y convenciones, la oferta hotelera es amplia y de calidad y existen los escenarios para la realización de eventos deportivos.

Tabla 6. Sociodemográfico y económico, motivaciones y aficiones actitudes, necesidades y comportamentales

SEGMENTO/ NICHO	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
			<ul style="list-style-type: none">· 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 Gigante el turista podrá realizar recorridos por senderos cafeteros, caminatas ecológicas, y avistamiento de aves.

- 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. El valor simbólico de Gigante está relacionado con la historia del romance entre Matambo y Mirtayú.
- 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 giganteños han construido una amplia oferta de servicios turísticos enfocados en garantizar la seguridad y confortabilidad del visitante durante su estancia.

Con base en los resultados del trabajo de campo y una vez caracterizada con la información recogida en el municipio de Gigante, se infiere que este municipio forma parte de la subregión 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 de gallina, el asado huilense, los tamales entre otros.

El municipio de Gigante 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.

De los 30 establecimientos inscritos, la información de la oferta que se está contemplando en el RNT dividida por las correspondientes subcategorías se presenta de la siguiente manera: 4 Agencias de Viajes y Turismo, una Agencia de Viajes Operadora, una Empresa de servicios de Transporte Especial Terrestre, un establecimiento de Alojamiento no Permanente, 7 establecimientos de Alojamiento y Hospedaje y 16 Viviendas Turísticas. Contando con ofertas variadas de alojamiento con identidad propia, pues han aprovechado el paisaje, la arquitectura tradicional y las nuevas tendencias en cabañas y glamping para desarrollar su producto.

El municipio de Gigante ha presentado un importante crecimiento en los últimos 2 años, en el número de prestadores de servicios inscritos en el Registro Nacional de Turismo, causado por los cambios en el mercado tras la pandemia del Covid 19, por el impacto en la región del fenómeno de marketing Montaña La Mano del Gigante, con más de 100.000 visitantes al año y por la valiosa intervención del proyecto Paz Colombia en la creación de la Ruta Mágica del Café, en articulación con el Gobierno departamental a través de la Oficina de Productividad y Competitividad.

3.3. INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

3.3.1. Gestión del destino Turístico

Tabla 7. Gestión del destino turístico de Gigante

	Cumple	
	Si	No
Cuestionario		
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, 2022)

3.3. ANALISIS DOFA

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

Tabla 8. Análisis DOFA.

Aspectos Externos	
Oportunidades	Amenazas
1. Elaboración del plan sectorial de turismo.	1. Recolección de basuras en temporadas de movilidad de turistas.
2. Creación del plato tipo gastronómico de gigante.	2. Líneas de créditos para los empresarios del sector turístico.
3. Proceso de homologación en guianza Turística.	3. Inexistencia de cajeros, solo funciona el del COONFIE y el Banco Agrario.
4. Corredores térciales, para articular en la adecuación entre el gobierno departamental y local.	4. Conectividad en red
5. Iniciación en proceso de Bilingüismo en articulación con el SENA.	5. Hospital de tercer nivel, debido a la no eficiente atención.
6. Se encuentran en la actualización del EOT para las actividades del turismo	6. Bancóldex no está apoyando las líneas de créditos con las cooperativas
7. Emprendimientos de apicultura.	7. Falta de seguridad en la salud.
8. Construcción del aula apícola para el fortalecimiento de la ruta mágica del café.	8. Hurto en el destino, en los atractivos turísticos.
9. Diseño del producto de agroturismo para el café y cacao y apicultura, la panela.	9. Hurto en los comerciantes
10. Consolidación de producto turístico: ruta rio del loro, zona de amortiguación del cerro paramo de Miraflores, en el sector de la ombría.	10. Piques ilegales.
	11. Las temporadas invernales que afecta la movilidad en vías terciarias.
	12. Ilegalidad de los prestadores de los servicios turísticos.

Aspectos Externos

Oportunidades	Amenazas
11. Caracterización de Ruta de Aviturismo: la Alicia, La Miranda, La Ombría,	13. La no implementación de las buenas normas técnicas colombianas.
12. La fundación Utrahuilca fortalece la capacitación en técnico en asistencia turística.	14. El no tener estadísticas del destino
13. Construcción de cuatro puertos: 2 en gigante donde estará la profundidad de la represa.	
14. Actualización de la licencia de las actividades en la represa El Quimbo.	
15. Hacen parte del programa pueblos que enamoran.	
16. Cuenta con la feria y reinado departamental del Cacao.	
17. Estructurar tarifas para los taxistas y motocarros en el traslado de turistas en el destino. <ul style="list-style-type: none">a. Riqueza de flora y fauna de la parte alta de gigante.b. -Contar con el cerro paramo de Miraflores.	
18. Desarrollar proceso de investigación en la zona ventanas por las minas hay acceso a la laguna de cerro paramo y acceso a los frailejones.	
19. FUNDAUTRAHUILCA cuenta con un proceso de formación técnico en turismo	
20. Estructuración de rutas religiosas, siendo denominada capital diocesana del Huila, como dinamizadores de generar experiencia turística.	
21. Proyectar al quimbo para el desarrollo de actividades turísticas, a término del aval de EMGESA.	
22. Construcción de los 4 puertos en la represa	
23. Desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos para la oferta del turística.	
24. Creación del grupo guardianes del paramo	

Aspectos Externos

Oportunidades	Amenazas
1. Cuenta con una oferta cultural.	1. No existe un direccionamiento frente al desarrollo de emprendimiento, no existe lineamientos para el tema de sostenibilidad.
2. Crecimiento de ingreso de turistas en el Destino	2. Inexistencia de cifras estadísticas en alojamiento.
3. Capacidad instalada para 766 turistas.	3. Formalidad de empresarios del Sector turístico.
4. Hace parte de la ruta mágica del café.	4. No existe un acompañamiento a los emprendimientos turísticos del destino.
5. Apoyo de la administración municipal para el desarrollo turístico.	5. Desconocimiento de la historia de leyendas de Gigante.
6. Ubicados sobre la ruta 45.	6. No se encuentra inmerso dentro del programa colegios amigos del turismo.
7. Fincas con 40 marcas propia de Café	7. No existe un trabajo colectivo entre los empresarios del sector turístico.
8. Laboratorio para procesos y análisis de café.	8. No se encuentra una actividad cultural en el destino.
9. Cuenta como aliado de Coocentral.	9. No existe una integración colectiva.
10. Corporación del cacao.	10. No existe un acompañamiento en la creación de emprendimientos turísticos.
11. Riqueza de expresiones artísticas.	11. No hay difusión de la oferta turística y cultural.
12. Cuenta con la corporación CORPOGIGANTE	12. Inseguridad en el Pit ubicado en el parque central.
13. Gran riqueza natural.: cerro paramos de Miraflores, entre montañas, cascada del duende,	13. No existe una guía turística de gigante
14. Entidades con líneas de crédito para turismo: Banco Agrario, Coofisam, Utrahuilca Y Coonfie.	14. Solo contamos con un guía profesional de turismo.
15. Cuentan con patrimonio del orden nacional.	15. No existe un inventario turístico.
a. Cuenta con el paisaje cultural cafetero.	16. Bajo desarrollo en formación en bilingüismo
b. Punto gastronómico	17. Cupo de los puntos de retiro corresponsales.
	18. Las vías de acceso a las vías terciarias.
	19. Falta de conocimiento en procesos de capacitación
	20. Falta de formación en atención al cliente.
	21. No existe un estándar de tarifas
	22. Reubicación del personal ubicado en el parque de los comerciantes.
	23. Desconocimiento de los entes del desarrollo para el fortalecimiento del turismo.
	24. Una mala estructuración del consejo municipal de turismo debido a los integrantes de la mesa consultiva.
	25. Desconocimiento de la región central de emprendimientos en los sectores claves: zona centro: corregimiento la gran vía, la pradera, el salado.
	26. No cuenta con la oficina de Turismo.

Fuente: (Departamento del Huila, 2022a)

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 9. 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 10 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 11. 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 12. 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 13. 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 14. 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 15. 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, 2022b)

3.5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Bibliografía

- Cámara de Comercio del Huila. (2022). *Registro Nacional de Turismo*. Neiva.
- Departamento del Huila . (2019). *Producto Turístico dl Huila* . Gigante .
- Departamento del Huila. (2016a). Manual de uso Marca Huila. *Secretaría de Cultura y Turismo*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2016c). Banco de imágenes Secretaría de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2016d). Banco de Imágenes Secretaría de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2016e). Banco de imágenes Secretaría de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2016f). Banco de imágenes Secretaría de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2019a). *Producto Turístico del Huila*. Gigante.
- 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. (2021). *Documento técnico Ruta Mágica del café*. Gigante.
- Departamento del Huila. (2021a). *Plan Sectorial de Turismo 2021-2033*. Neiva. Obtenido de Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2022). *Nivel de desarrollo Turístico, según metodología del MINCIT*.
- Departamento del Huila. (2022a). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. Gigante.
- Departamento del Huila. (2022b). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. Gigante.
- Departamento del Huila. (2016b). Banco de Imágenes Secretaría de Cultura y Turismo.
- EBIRD. (2021). *Aves del Huila*.
- 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.
- Municipio de Gigante . (2022). *Ruta Mágica del Café*.
- Municipio de Gigante. (2022a). *Ruta Mágica del Café*.
- ONU. (2021).

