

# Diagnóstico Estratégico de Turismo

## HOBO



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 Prestadores de servicios turísticos – Hobo.....	15
Tabla 4 Tradiciones culturales.....	16
Tabla 5 Sitios Naturales de Interés Turístico .....	16
Tabla 6 Eventos institucionales.....	16
Tabla 7 Sociodemográfico y Económico Motivaciones y Aficiones Actitudes, Necesidades y Comportamientos .....	18
Tabla 8 Gestión del destino turístico de Hobo .....	19
Tabla 9 Análisis DOFA Origen Interno.....	20
Tabla 10 Análisis DOFA Origen Externo .....	21
Tabla 11 Acciones prioritarias- Infraestructura .....	21
Tabla 12 Acciones prioritarias - innovación.....	22
<i>Tabla 13. Acciones prioritarias- Ordenamiento.....</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 14. Acciones Prioritarias- Formación .....</i>	<i>22</i>
Tabla 15 Acciones Prioritarias - Líneas Estratégicas .....	23
<i>Tabla 16. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 17. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción.....</i>	<i>24</i>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

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

## LISTA DE ABREVIATURAS

### B

BID. Banco Interamericano de Desarrollo

### C

CAM. Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena

CITUR. Centro de información turística de Colombia

### D

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística

DNP. Departamento Nacional de Planeación

DRMI. Distrito Regional de Manejo Integrado

### E

EOT. Esquema de Ordenamiento Territorial

### F

FEM. Foro Económico Mundial

FONTUR. Fondo Nacional de Turismo

### I

IDC. Índice Departamental de Competitividad

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

### L

LRPCI. Lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial

### M

MEN. Ministerio de Educación de Colombia

MINCIT. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

MICE. Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exhibiciones

MinCIT. Ministerio de Comercio Industria y Turismo

### N

NTC. Normas Técnicas Colombianas

## O

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

## P

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

## S

SENA. Servicio Nacional de Aprendizaje

### **3.1. GENERALIDADES DEL TURISMO DEL HUILA**

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

La emotiva reflexión del secretario general de la ONU inspira a la institucionalidad del turismo huilense a prospectar sus estrategias de comercialización y promoción enfocadas en crear condiciones socioeconómico y ambientales para hacer del turismo una actividad económica sostenible y competitiva que les permita a 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 a la cacaocultura, producto al que ha denominado Ruta Mágica del Café, soportado en el reconocimiento nacional e internacional de la calidad de sus cafés especiales y en el cacao fino de aroma.

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

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

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

- Turismo Cultural
- Turismo de Naturaleza.

*Ilustración 2.Producto Turístico del Huila*



Fuente: (Departamento del Huila, 2016)

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

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

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

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

Ilustración 3 Líneas Estratégicas Plan Sectorial de Turismo





#### INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL DESTINO HUILA

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



#### INFRAESTRUCTURA TERRESTRE, AÉREA Y FLUVIAL AL SERVICIO DEL TURISMO

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



#### PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS PRODUCTIVOS, COMPETITIVOS Y SOSTENIBLES

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

#### CONECTIVIDAD DIGITAL PARA EL TURISMO

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

#### INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO DE SOPORTE PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

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



#### PROFESIONALIZACIÓN DEL TURISMO HUILENSE

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



#### GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO HUILA

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



#### DESTINO HUILA: ORDENADO Y SOSTENIBLE PARA EL TURISMO

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



#### PROGRAMA MERCADEO Y PROMOCIÓN DEL DESTINO HUILA.

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

Fuente: (Departamento del Huila, 2021a)

### 3.1.2. Marca Huila

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

*Ilustración 4. Marca Huila un paraíso por descubrir*



Fuente: (Departamento del Huila, 2016a)

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

### 3.1.3. Puntos de Información Turística

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

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

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

### 3.1.4. Educación Énfasis En Turismo

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

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

#### 3.1.4.1. Programa Colegios Amigos Del Turismo

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

*Tabla 1 Programa Colegios Amigos Del Turismo*

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

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

### 3.1.4.2. Articulación a la Media Técnica

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

### 3.1.4.3. Formación Profesional

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

Tabla 2. Oferta Académica en Turismo

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

Fuente: (EDUCAEDU, 2022)

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

### 3.2. CONTEXTO GENERAL DE TURISMO MUNICIPAL

El municipio del Hobo está localizado a la margen derecha del embalse de Betania, brazo surtido por el caudal del río Magdalena, siempre se le ha considerado como un puerto, en el pasado, antes de la construcción del puente sobre el río de la Patria operó el reconocido ferri, vehículo que al entrar en desuso fue trasladado a Neiva convirtiéndose en la famosa “Barca de Juan Bustos”.

El Municipio siempre ha sido un punto de descanso en la vía que de Neiva conduce al sur del Huila, allí los viandantes consumen amasijos, especialmente pandeyucas, almojábanas, cucas, carne nitrada y fritanga, comidas que se acompañan con cebada, avena y masato bien helado, sin desconocer que los hobeños celebran con gran alegría y devoción las fiestas de San Juan El Bautista, conservando la tradición de las Fiestas Reales, y por supuesto la fiesta patronal. Lamentablemente los hobeños no han aprovechado el embalse de Betania para convertir esta ventaja comparativa en competitiva para el mercado nacional.

El municipio, tiene un gran potencial para la observación y apreciación de la naturaleza y valoración de la cultura tradicional, en ella se incluye actividades de interpretación e interacción con el medio ambiente de forma responsable y garantizando la sostenibilidad del mismo.

El municipio puede impulsar el desarrollo turístico aprovechando el potencial y recursos naturales y culturales, con que cuenta este territorio. Cuando se despierte el interés en común del sector público – privado para emprender el desarrollo turístico de la localidad se podría explotar en los siguientes campos:

**Ecoturismo:** cuya motivación principal es contemplar, interpretar, comprender y aprender de la naturaleza. Dentro del ecoturismo hay múltiples segmentos especializados, entre los que destacan el avistamiento de flora y fauna (aves, mariposas, etc.) y las visitas a los parques naturales.

**Turismo de Aventura,** que implica la realización de alguna actividad física recreativa con riesgo controlado en un escenario natural, independientemente de su valor intrínseco. Los segmentos que engloba son muy diversos: trekking, montañismo, rappel, ciclismo, torrentismo, espeleología, buceo, parapente, tirolina, canopy, rafting, kayaking, la pesca deportiva, etc.; y, a veces, su práctica es preponderante sobre las características del entorno.

**Turismo Rural o agroturismo,** asociado a la recreación, el descanso y/o actividad en el espacio natural rural o campestre.

En materia de planeación turística, el municipio del Hobo no ha actualizado su esquema Básico de Ordenamiento Territorial incorporando el turismo como un uso productivo y lícito del suelo; tampoco ha construido el Plan Municipal Sectorial de Turismo, ni ha conformado el Consejo Municipal de Turismo, de igual manera se observa que no ha incorporado el turismo como un proyecto transversal en el Plan Educativo Institucional del Municipio, reconociendo que en el Plan Municipal de Desarrollo 2020-2023 se menciona el turismo como actividad económica pero no se le dio desarrollo a la idea,

### 3.2.1. Oferta turística

Al avanzar en la fase del Diagnóstico de igual manera encontramos que en el municipio de Hobo se encuentran cuatro (4) prestadores de servicios turísticos legalmente constituidos con registro nacional de turismo: los cuales son establecimientos de alojamiento.

Tabla 3 Prestadores de servicios turísticos – Hobo

No.	Razón Social	Descripción Categoría
1	Los pinos parque Agroecoturístico	Establecimiento de alojamiento
2	Hotel campestre la castañuela	Establecimiento de Alojamiento
3	Los Pinos Parque	Vivienda Turística
4	Coomotor Ltda - Hobo	Empresa de transporte terrestre

Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

Adicionalmente es importante resaltar que uno de los criterios para identificar los municipios con vocación turística es precisamente el número de prestadores de servicios turísticos con Registro Nacional de turismo. De igual manera al hacer un barrido al interior de Hobo encontramos que cuenta con restaurantes, cuatro establecimientos de alojamiento y hospedaje, servicios bancarios y servicio de salud. No obstante, lo anterior no cuenta con guías profesionales de turismo.

Con relación al inventario de atractivos turísticos se debe resaltar que en el municipio de Hobo no se ha elaborado aún el estudio, pero en la reunión realizada se logra identificar los siguientes recursos con potencial turístico:

- Cascada de santa catalina
- Loma de maco
- Cascadas el Poirá
- Parque bosque
- Club Mediterráneo
- Finca la chamba
- Sitio natural los cristales

Sin embargo, al auscultar el documento “Construcción del Conocimiento del Contexto Local”, los consultores con fundamento en el EOT de Hobo identificaron 23 recursos turísticos, tipificados como tradiciones culturales, sitios naturales de interés turísticos y eventos institucionales; recursos que se perciben como ventajas comparativas, pero que no se han caracterizado para evaluar su transformación en productos turísticos sostenibles y competitivos.

Tabla 4 Tradiciones culturales

No.	TRADICIÓN O BIEN CULTURAL	TIPOLOGÍA	RECURSO	ATRACTIVO
1	Templo de San Juan	Arquitectura		x
2	Parque Principal	Arquitectura		x
3	Monumento a la Corraleja	Arte	x	
4	Monumento Campesino	Arte	x	
5	Asado Huilense	Gastronomía		x
6	Carne Nitrada	Gastronomía		x
7	Amasijos	Gastronomía		x
8	Derivados Lácteos	Gastronomía		x
9	Baile del Sanjuanero Huilense	música y Danza		x
10	Rajaleña	música y Danza		x
11	música Campesina	música y Danza		x
12	Embalse de Betania	Ingeniería		x

Fuente: (Historia, 2006)

Tabla 5 Sitios Naturales de Interés Turístico

SITIOS NATURALES DE INTERÉS TURÍSTICO				
No.	SITIO NATURAL	TIPOLOGÍA	RECURSO	ATRACTIVO
1	Embalse de Betania	Deportes Náuticos	x	
2	Río Magdalena	Aventura	x	
3	Parque Bosque	Aventura	x	
4	Cuchilla La Ensellada	Aventura	x	
5	Quebrada El Cabuyal	Aventura	x	

Fuente: (Departamento del Huila , 2021a)

Tabla 6 Eventos institucionales

EVENTOS INSTITUCIONALES MUNICIPIO DE HOBO			
No.	EVENTO	TIPOLOGIA	FECHA
1	Patronal San Juan Bautista	Religioso	24-Jun
2	Semana Santa	Religioso	Marzo-Abril
3	Navidad	Religioso	24-Dic
4	Reinado Municipal del Bambuco	Reinado	28-29 Jun
5	Aniversario Fundación del Municipio	Cívica	5-Sep
6	Campeonato Microfutbol Masculino	Deportivo	Marzo-Junio

Fuente: (Departamento del Huila, 2021b)

### 3.2.2. Evaluación de equipamiento, instalaciones y actividades turística

El Municipio cuenta en la actualidad con dos empresas de alojamiento con registro nacional de turismo, desde la gobernación del Huila se busca adelantar acciones que logren satisfacer cada día más los desplazamientos, alojamientos, presencia de guías, agencias de viajes y todos los actores del turismo, a través de capacitaciones, planes de acción y asistencia técnica para fortalecer el turismo y explotar todas sus potencialidades a favor del destino Huila un paraíso por descubrir.

Ilustración 5 Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas



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

### 3.2.3. Tipología

Teniendo en cuenta el producto turístico del departamento del Huila, se pudo identificar que la oferta presentada en el Municipio de Hobo, se enfoca en la demanda de alojamiento turístico rural.

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

Tabla 7 Sociodemográfico y Económico Motivaciones y Aficiones Actitudes, Necesidades y Comportamientos

SEGMENTO/ NICHOS	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
Familias	Todos los perfiles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 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.</li> <li>➤ Compartir tiempos y espacio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Viajan como unidad, con hijos pequeños o mayores sin autonomía económica para organizar sus propias vacaciones. Sensibles a costo, asistencia sanitaria y seguridad.</li> <li>➤ 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.).</li> </ul>
Singles	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 25-50 años, sin pareja estable</li> <li>➤ Residen en grandes ciudades</li> <li>➤ Universitarios</li> <li>➤ Ingresos medios-altos</li> <li>➤ Viven solos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Diferentes motivaciones</li> <li>➤ Limitada sensibilidad a los precios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Viajan solos o en grupo. Si viajan en grupo (amigos o programas) el objetivo de establecer relaciones interpersonales</li> <li>➤ Compras por impulso o de última hora</li> <li>➤ Consumen productos de moda, lujo y decoración</li> <li>➤ Muy digitalizados y compradores por internet.</li> </ul>
SAVE	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estudiantes, Egresados o Científicos</li> <li>➤ 25-50 años</li> <li>➤ Perfil universitario alto</li> <li>➤ Ingresos medios o medio-altos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Formación</li> <li>➤ Adquisición</li> <li>➤ conocimiento científico</li> <li>➤ Programas solidarios o voluntariado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Individuales o grupos</li> <li>➤ 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.</li> </ul>

SEGMENTO/ NICHOS	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
Cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 30-65 años</li> <li>➤ Cultos</li> <li>➤ Ingresos medios-altos a altos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Interés por la cultura. Combinación naturaleza-cultura</li> <li>➤ Intereses especiales como mitos y leyendas, arqueología, arte contemporáneo, indigenismo y culturas autóctonas</li> <li>➤ Lectura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Informados.</li> <li>➤ Viajeros frecuentes.</li> <li>➤ Independientes, pero también pertenencia a clubes donde comparten aficiones.</li> <li>➤ Éticos.</li> <li>➤ Prefieren atractivos con poca afluencia.</li> <li>➤ Consideran muy útil la guía.</li> <li>➤ Tanto independientes como en grupo</li> </ul>
Buscadores de capital social	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 25-40 años</li> <li>➤ Perfil universitario</li> <li>➤ Ingresos medios-altos a altos. Sociales, gregarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Interés por la cultura o la naturaleza como fuente de experiencias. Preferencia por destinos exóticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Entienden que ser buen viajado es una característica personal envidiable.</li> <li>➤ Permanentemente conectados a las redes sociales</li> <li>➤ A menudo planifican sobre la marcha</li> </ul>

Fuente: (Departamento del Huila, 2019)

### 3.3 INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

Tabla 8 Gestión del destino turístico de Hobo

	GESTIÓN DE DESTINO	
	Si	No
<b>Cuestionario</b>		
EBOT Esquema Básico de Ordenamiento Territorial	X	
PDM Incluye el desarrollo turístico		X
Oficina o funcionario de Turismo		X
Cuentan con un Plan sectorial de Turismo		X
Cuenta con el consejo Municipal de Turismo		x
Prestadores en el RNT	X	
Hospedajes	X	
Guías de Turismo		X
Operadores Turísticos		X
Restaurantes	X	
Atractivos Caracterizados y valorados		X
Recursos Turísticos	X	
Servicios Bancarios	X	

Servicios de Salud	X
Convenios de cooperación Turismo	X
Proyectos de Turismo	X
Participa el municipio en Ferias Turísticas	X
Cuenta el Municipio con un sistema de información turística	X
Tiene el municipio estadísticas de turismo	X

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

### 3.4. ANALISIS DOFA

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

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

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

Tabla 9 Análisis DOFA Origen Interno

Positivos		Negativos	
Para alcanzar el objetivo		Para alcanzar el objetivo	
Origen interno (atributos del destino)			
Fortalezas:		Debilidades:	
1.	Obligatorio paso ruta 45	6.	Escasa existencia de producto desarrollado.
2.	Riquezas y diversidad natural y cultural.	7.	Poco interés por el desarrollo entre los actores.
3.	Producto diferenciador represa de Betania	8.	Falta de apoyo institucional
4.	Pesca Artesanal	9.	Organización de las comunidades.
5.	Nuevas inversiones en infraestructura		

Tabla 10 Análisis DOFA Origen Externo

Positivos		Negativos	
Para alcanzar el objetivo		Para alcanzar el objetivo	
Origen Externo (Atributos del ambiente)			
Oportunidades:		Amenazas:	
1.	Nuevas tendencias en la demanda	1.	Actividad turística no inclusiva y sin planificación.
2.	Reconocimiento y ayuda de gobierno nacional	2.	Deterioro y perdida de algunas estructuras turísticas.
3.	Formación de la población	3.	Deficiencia en la coordinación y colaboración público- privada
4.	El ecoturismo y el etnoturismo, mercado en apertura y expansión		
5.	Condiciones favorables del mercado		
6.	Disponibilidad de recursos públicos para la actividad		

Fuente: (Departamento del Huila, 2022a)

## 1.5 LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS (plan de 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 11 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 de la región.	1
	Plan de Señalización Turística	➤ Señalización de orientación a los atractivos Turísticos	1
		➤ Señalización turística interpretativa en el destino	1
Conectividad Digital para el turismo	Masificación del Internet de alta calidad en el municipio	➤ Garantizar el internet de calidad dando cobertura para toda la población.	1
	Conectividad digital al servicio del turismo en el municipio	➤ Brindar acceso al turista en los diferentes canales digitales de comercio electrónico	50%
Infraestructura y equipamiento de soporte para la actividad turística	Servicios públicos para soportar el turismo	➤ Fortalecimiento de los sistemas de servicios públicos que respondan a la demanda del sector y a la sostenibilidad de los recursos naturales, (acueducto y alcantarillado, agua potable, saneamiento básico, energía, recolección de basuras, servicios de salud, transporte local, entre otros).	100%

Tabla 12 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 Estructuración del producto ecoturismo; turismo rural, elaboración de los guiones turísticos.	1
		➤ Definir los productos turísticos.	1
		➤ Fortalecer el Clúster Turístico del Norte del Huila.	1
		➤ Realizar la capacidad de carga de los recursos y atractivos turísticos focales en el municipio.	1
		➤ Estudio de Mercado de la Oferta y Demanda del Destino.	

Tabla 13. Acciones prioritarias- Ordenamiento

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 2: Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Destino Huila: ordenado y sostenible para el turismo	Ordenamiento territorial para el desarrollo turístico del destino Huila.	➤ Gestionar la inclusión del turismo en el Esquema de Ordenamiento Territorial EOT como un uso lícito del suelo.	1
		➤ Conservación del Patrimonio arquitectónico 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 14. Acciones Prioritarias- Formación

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 3: Formación del Talento Humano			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Profesionalización del turismo en el municipio	Formar Cultura Turística:	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Incluir el turismo en el PEI Local</li> <li>➤ Adoptar el Servicio Social en Turismo.</li> <li>➤ Implementar la media técnica en turismo.</li> </ul>	1

		➤ Capacitar en turismo a los prestadores de servicios turísticos.	
		➤ Programa para Instituir el bilingüismo como cátedra transversal	1
		➤ Mejorar y ampliación de cobertura del programa de Articulación a la Media Técnica en Turismo.	1
<b>Cualificación de los prestadores de servicios turísticos.</b>	Capacitar a los prestadores de servicios turísticos	➤ Realizar programas de formación complementaria en turismo	1
		➤ Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en inglés técnico	100%

Tabla 15 Acciones Prioritarias - Líneas Estratégicas

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 4: Gobernanza			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
<b>Gestión Integral del destino Huila</b>	Consolidación de los procesos de planificación turística en el municipio	➤ Crear oficina de Turismo del municipio	1
		➤ Actualizar y ejecutar el Plan Sectorial de Turismo del Municipio	1

Tabla 16. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 5: 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.	1

Tabla 17. 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 tanto nacionales 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 - Anual	1

Fuente: (Departamento del Huila , 2022b)

### 3.5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

#### Bibliografía

- Cámara de Comercio del Huila. (2022). *Registro Nacional de Turismo*. Neiva.
- Cámara de Comercio del Huila. (2022a). *Registro Nacional de Turismo*. Hobo.
- Departamento del Huila . (2021a). *Atractivos Turisticos de Hobo*. Hobo.
- Departamento del Huila . (2022b). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. Hobo.
- Departamento del Huila. (2016). Banco de imágenes Secretaría de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2016a). Manual de uso Marca Huila. *Secretaria de Cultura y Turismo*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2019). *Producto Turístico del Huila*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2020). *Plan Departamental de Desarrollo*. Obtenido de <https://www.huila.gov.co/documentos/1336/plan-de-desarrollo-2020-2023/>
- Departamento del Huila. (2021a). *Plan Sectorial de Turismo 2021-2033*. Neiva. Obtenido de Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2021b). *Atractivos Turisticos de Hobo*. Hobo.
- Departamento del Huila. (2022). *Nivel de desarrollo Turístico, según metodología del MINCIT*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2022a). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *Análisis Dofa*. Hobo.
- 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](https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1027869-turismo_el_huila.html)
- Historia, F. C. (2006). *Historia/Construcción del Conocimiento del Contexto Local*. Neiva.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). *Programa Colegios Amigos del Turismo*. Bogotá D.C.
- ONU. (2021).