

Diagnóstico Estratégico de Turismo

LA PLATA



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. Sociodemográfico y económico, motivaciones y aficiones actitudes, necesidades y comportamentales	21
Tabla 5. Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de La Plata	23
Tabla 6. Gestión del destino turístico de La Plata	24
Tabla 7. Análisis DOFA.	26
<i>Tabla 8. Acciones prioritarias- Infraestructura</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 9 Acciones Prioritarias- Innovación</i>	<i>29</i>
Tabla 10. Acciones prioritarias- Ordenamiento.....	29
<i>Tabla 11. Acciones Prioritarias- Formación</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 12 Acciones Prioritarias- Gobernanza</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 13. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 14. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción.....</i>	<i>31</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	19

LISTA DE ABREVIATURAS

B

BID. Banco Interamericano de Desarrollo

C

CAM. Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena

CITUR. Centro de información turística de Colombia

D

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística

DNP. Departamento Nacional de Planeación

DRMI. Distrito Regional de Manejo Integrado

E

EOT. Esquema de Ordenamiento Territorial

F

FEM. Foro Económico Mundial

FONTUR. Fondo Nacional de Turismo

I

IDC. Índice Departamental de Competitividad

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

L

LRPCI. Lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial

M

MEN. Ministerio de Educación de Colombia

MINCIT. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

MICE. Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exhibiciones

MinCIT. Ministerio de Comercio Industria y Turismo

N

NTC. Normas Técnicas Colombianas

O

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

P

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

S

SENA. Servicio Nacional de Aprendizaje

3.1. GENERALIDADES DEL TURISMO DEL HUILA

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

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

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

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

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

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

Ilustración 1. Principales Atractivos del Huila



Fuente: (EDUCAPLAY, 2016)

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

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

Recientemente, esto es, año 2020 la Administración Departamental del Huila ha creado un tercer producto turístico enmarcado en agroturismo enfocado en el desarrollo de la caficultura con extensión 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 de La Plata está ubicado en las estribaciones de la Cordillera Central, su territorio abraza tres importantes áreas naturales protegidas, los Parques Nacional Natural Puracé y Nevado del Huila, y el Parque Regional Natural Serranía de Las Minas; su estratégica posición geográfica en el occidente huilense le permite actuar como articulador con el oriente caucano, especialmente con Inzá, sitio donde está enclavado el Parque Arqueológico de Tierradentro, destacando que La Plata forma parte del Polígono Arqueológico del Occidente junto a los municipios de San Agustín, Isnos, Saladoblanco, Oporapa y La Argentina, vale decir que, la Administración Municipal de La Plata gestiona ante el ICANH el reinicio de la investigación arqueológica de los vestigios de Agua Bonita.

El territorio plateño ha estado habitado por Yalcones, Paeces, Guámbianos, entre otros, comunidades cuya presencia aun es perceptible y gozan del reconocimiento institucional y de programas socioeconómicos para garantizar su bienestar, respeto y conservación de sus tradiciones culturales.

Los plateños han formado su acervo patrimonial con fundamento en el desarrollo agropecuario, en agricultura se reconoce su aporte a la caficultura y frutales, en lo pecuario, la ganadería doble propósito y el cultivo de la trucha, recientemente se asoma al turismo como una actividad económica y sostenible en el ámbito nacional.

En cuanto a la gobernanza, en el marco del Plan Municipal de Desarrollo 2020-2023 – Gestión con Resultado, se construyó el Plan Municipal Sectorial de Turismo 2021-2031, plan que perfiló seis lineamientos estratégicos: infraestructura, innovación, ordenamiento territorial, formación del talento humano y gobernanza; el lineamiento innovación prospectó seis productos turísticos: religioso, rural, aventura, La Plata Capital Folclórica del Huila; arqueología y ecoturismo.

El Centro Poblado de San Andrés sirvió de escenario para el diseño e implementación del primer circuito cafetero pensado para articularlo a la Ruta Mágica del Café, un circuito que se puede recorrer en vehículo o en bicicleta, actualmente se estructura el producto folclórico con fundamento en gastronomía, música, danza y artesanía. Suma de conocimiento institucional que será un insumo básico para la actualización del Esquema Básico de Ordenamiento Territorial.

3.2.1. Oferta turística

En cuanto al tema de atractivos turísticos el municipio fue incluido en el inventario turístico del año 2009, y dentro de las actividades de planeación que viene desarrollando desde la administración se está actualizando el inventario, en el año 2020 en unos talleres de priorización de atractivos fueron incluidos algunos más, que deben ser caracterizados y valorados con la metodología del Viceministerio de Turismo.

- Patrimonio Material 7
- Patrimonio Inmaterial 1
- Festividades y Eventos 1
- Sitios Naturales 7

Tabla 3. Inventarios atractivos turísticos del municipio

Atractivo	Municipio	Tipo	Grupo
Reserva Natural Privada Meremberg	La plata	Sitio natural	Áreas protegidas
Cascada La Candelaria	La plata	Sitio natural	Cascada
Templo San Sebastián De La Plata	La plata	Patrimonio material	Arquitectura religiosa
Cascada El Duende	La plata	Sitio natural	Cascada
Plaza De Mercado De La Plata	La plata	Patrimonio material	Arquitectura institucional
Rio Loro	La plata	Sitio natural	Río
Sendero La Cooperativa - Puente De La Selva	La plata	Sitio natural	Lugares de observación de flora y fauna
La Cooperativa	La plata	Patrimonio material	Arquitectura institucional
Zona Arqueológica Agua Bonita	La plata	Patrimonio material	Sitio arqueológico
Iglesia De San Andrés	La plata	Patrimonio material	Arquitectura religiosa
Laguna Encantada	La plata	Sitio natural	Lagunas
Termales De San Sebastián	La plata	Sitio natural	Fuente o manantial
Museo Del Beato Pedro María Ramírez	La plata	Patrimonio material	Edificación para la cultura, museo
Festival Sampedrano De La Plata	La plata	Festividades y eventos	Fiestas religiosas, patronales y/o profanas
Museo Folclórico	La plata	Patrimonio material	Edificación para la cultura, museo
Recorrido Histórico Cultural	La plata	Patrimonio inmaterial	Las técnicas de construcción.
Gastronomía Tradicional	La plata	Patrimonio inmaterial	La gastronomía y los saberes culinarios

Fuente: (Departamento del Huila, 2019)

Desde la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo se viene actualizando y validando los inventarios Turísticos del departamento y en la Plata se aplicó la nueva metodología del viceministerio de Turismo en algunos de Los atractivos mencionados, actualizando la caracterización y la valoración.

Reserva Natural Privada Meremberg

Predio de más de 300 Hectáreas, declarada en 1970 como la primera Reserva de la Sociedad Civil en Colombia ingresando al Sistema de Parques Naturales, aproximadamente el cincuenta por ciento de su área está en conservación, con bosques muy conservados de roble, cedro rosado, pino colombiano y diferentes especies de palmas entre otras muchas especies. En cuanto a fauna silvestre cusumbos, guaguas, armadillos y a la fecha 323 especies red aves registradas en la plataforma ebird.org, por la fragilidad de sus ecosistemas recibe principalmente y con reserva interesados en temas científicos y de ciencia ciudadana. Está ubicada a 2350 Msnm muy cerca al corredor Biológico Guacharos Puracé. Meremberg en un centro para la investigación científica y académica.

Cascada la Candelaria

Imponente cascada de más de 100 metros de altura, con un caudal realmente significativo, en su caída golpea salientes rocosas generando un vapor de agua que llega a una buena distancia, y en días soleados forma arco iris, el sonido es sobrecogedor y en la medida en que se llega a su base el vapor moja a los visitantes y se siente con mucha fuerza el poder del agua en su caída.

Templo san Sebastián de la plata

Templo edificado en muros de ladrillo y cubierta de asbesto cemento, de un solo cuerpo con tres naves, que combina los estilos románicos republicanos, la nave central cuenta con ocho arcos soportados en columnas laterales, artísticamente decoradas, el altar es una combinación de nichos, columnas y frisos; en el fondo de las naves laterales hay altares decorados. En la parte dos torres de dos cuerpos y la cúpula octagonal en cada una y sobre la parte superior del frontal de la nave central una escultura de San Sebastián de 5,4 metros, sobre el altar fue erigida una cúpula monumental.

Plaza de Mercado de La Plata

Amplia construcción de dos pisos, que ocupa casi una manzana completa, donde productores campesinos y comercializadores de productos de primera necesidad ofrecen a locales y visitantes una amplia gama de productos del campo, entre ellos frutas y verduras, panela y algunos derivados, pan tradicional, quesos, entre otros y una amplia oferta de productos de la gastronomía tradicional, en espacios muy cuidados. Los puestos de frutas y verduras ofrecen un colorido especial a la plaza y el acceso de los visitantes a la comida tradicional y a las frutas frescas lo convierten en un sitio de visita obligada.

Iglesia de San Andrés

Construcción en piedra labrada de cantera, de una sola nave con torre lateral adosada de tres cuerpos rematada en una cubierta piramidal, adosada a la estructura principal existe una construcción de bahareque usada como sacristía y santuario de Santa Lucia, la entrada principal está construida en pilastras rematadas por un arco de medio punto, algunos espacios internos combinan materiales diferentes a la piedra, como ladrillo, que muestran un mosaico de colores y texturas de especial belleza, los pisos son en ladrillo cuadrado y las cubiertas en teja de barro sobre una estructura de madera, el Templo fue declarado como patrimonio arquitectónico departamental por Ordenanza 025 de 1993

Laguna encantada

Humedal que conserva algunas áreas de espejo de agua a 1698 Msnm en la Serranía de Las Minas, en el municipio de La Plata, hace parte de una zona de conservación de un bosque secundario en muy buen estado, que alberga una importante diversidad de flora y fauna silvestre entre la que se cuentan algunas aves endémicas y amenazadas. Su conservación hace parte de un proceso comunitario, que controla el ingreso y ha definido un sendero para los recorridos el cual incluye una torre de guadua para la observación de aves en el dosel.

Gastronomía Tradicional

El municipio de La Plata a conservado técnicas y recetas de su gastronomía tradicional y siguen de uso diario para sus habitantes y para visitantes que llegan de regiones aledañas del oriente caucano y occidente del Huila, Los Tamales, una amplia variedad de Caldos, entre ellos el de pajarilla, el de bagre, el de costilla; el asado huilense, las morcillas y chorizos, el pan tradicional con mojicones, pan chicha, cucas, calados, bizcochos de manteca de achira y de maíz, los sancochos de pollo, costilla y pescado, son platos que se consiguen con facilidad en los restaurantes formales del poblado y en los puestos de comidas de la plaza de mercado. Convirtiéndose en paso obligado para los viajeros a Puracé, Popayán y Tierradentro.

Como ya se ha mencionado, la Administración Municipal de La Plata a través de la Secretaría Municipal de Educación, Cultura, Deporte y Turismo trabaja en la estructuración de los productos turísticos: Religioso, Rural, aventura; folclórico, arqueológico y ecoturismo.

3.2.2. Evaluación De Equipamiento, Instalaciones Y Actividades Turística

Otro de los componentes principales en la prestación de los servicios turísticos es toda la estructura turística, conformada por los prestadores de servicios turísticos definidos en la ley 300 de 1996, marco general del turismo para Colombia y en la Ley 1101 de 2006 que modifica la Ley 300.

Actualmente, los prestadores de servicios turísticos en el municipio proveen de servicios de alojamiento, alimentación, esparcimiento, agencia de viajes y turismo, guías profesionales en turismo entre otros, que permiten que la dinámica del turismo sea una realidad. En la actualidad las empresas que se encuentran en los territorios son en su mayoría construidas por familias o pequeñas empresas, esto es, fami empresas, microempresas y medianas empresas, unas ya formalizadas y otras en calidad de emprendimiento en vía de formalización.

En cuanto a la formación del talento humano, se identifica la presencia de profesionales formados en programas académicos relacionados con turismo, profesionales formados en disciplinas académicas diferentes al turismo y personal empírico en materia turística, todos, en suma, han identificado el turismo como una actividad económica promisoriosa.

3.2.2.1. Comercializadores de servicios turísticos

3.2.2.1.1. Agencias de viajes

El municipio de La Plata cuenta con 23 prestadores de servicios inscritos en el Registro Nacional de Turismo, 18 establecimientos de alojamiento y Hospedaje, de los cuales 18 son hoteles y posadas, una vivienda turística y un hospedaje turístico no permanente; tres agencias de viajes cuya tendencia es hacer turismo egresivo, un guía de turismo y una empresa de transporte especial terrestre. Cuenta con una amplia oferta de restaurantes, de comida típica principalmente.

En el tema de comercio y servicios financieros La Plata cuenta con una amplia oferta, como líder de una región muy productiva, con establecimientos comerciales de todos los sectores, y oficinas bancarias, corresponsales y cajeros electrónicos. Los servicios de salud son prestados por la ESE Hospital Departamental San Antonio de Padua, algunos centros de salud gubernamentales y hay una oferta medica privada importante.

Se manejan Convenios de Cooperación en Turismo con el SENA, en cuanto a Proyectos de Turismo se viene desarrollando un proceso de planificación y fortalecimiento de actores, el municipio participa en Ferias Turísticas de manera institucional y a través de los privados, no Cuenta el Municipio con un sistema de información turística ni recauda estadísticas de turismo.

Ilustración 5. Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas



Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

3.2.2.1.2. Tipología

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

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

SEGMENTO/ NICHOS	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
Familias	· Todos los perfiles.	*Preferencia por destinos "económicos" o actividades de costos controlados ("todo incluido", cruceros, ciudades vacacionales, parques temáticos), seguros, con variedad de actividades para todos los gustos y facilidades y servicios para familias y niños. *Compartir tiempos y espacio.	Viajan como unidad, con hijos pequeños o mayores sin autonomía económica para organizar sus propias vacaciones. Sensibles a costo, asistencia sanitaria y seguridad. · En función de la edad de los hijos decantan la elección hacia un destino nacional o internacional y la modalidad del transporte (propio o colectivo) y el hospedaje (estancia en segunda residencia, apartamento, hotel, etc.).
Singles	25-50 años, sin pareja estable. · Residen en grandes ciudades. · Universitarios. · Ingresos medios-altos. · Viven solos	Diferentes motivaciones. · Limitada sensibilidad a los precios.	Viajan solos o en grupo. Si viajan en grupo (amigos o programas) el objetivo de establecer relaciones interpersonales. · Compras por impulso o de última hora. · Consumen productos de moda, lujo y decoración. · Muy digitalizados y compradores por internet.
SAVE	Estudiantes, Egresados o Científicos. · 25-50 años. · Perfil universitario alto. · Ingresos medios o medio-altos.	Formación. · Adquisición conocimiento científico. · Programas solidarios o voluntariado.	Individuales o grupos. · Los estudiantes, en función de la edad, viajan en compañía de profesores o familiares en relación a hitos de sus estudios (fin de carrera) o vida social (quinceañeras, etc.), de acuerdo con las costumbres de su país; o de manera independiente pero organizada, por prácticas, aprendizaje de idiomas o cursos especializados.
Cultural	30-65 años. · Cultos. · Ingresos medios-altos a altos.	Interés por la cultura. · Combinación naturaleza-cultura. · Intereses especiales como mitos y leyendas, arqueología, arte contemporáneo, indigenismo y culturas autóctonas. · Lectura.	Informados. · Viajeros frecuentes. · Independientes, pero también pertenencia a clubes donde comparten aficiones. · Éticos. · Prefieren atractivos con poca afluencia. · Consideran muy útil la guía. · 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. · 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 La Plata el turista podrá vivir las emociones de caminar por los senderos de las fincas cafeteras, participar activamente en las peregrinaciones y festivales folclóricos organizados por el municipio.
- 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 La Plata se percibe en el reconocimiento popular y nacional a la Banda de Los Borrachos y la actitud de buen anfitrión creada por su himno Noches Plateñas.
- Utilidades físicas, a menudo asociadas con aspectos físicos y necesidades básicas (una cama para dormir, comida para alimentarse, transporte) o las infraestructuras receptoras en destino (sanidad, salubridad, seguridad, movilidad, accesibilidad, etc.). Los Prestadores de servicios turísticos de La Plata operan su actividad mercantil dentro de los parámetros de la calidad con el propósito de garantizarle al turista confort y seguridad durante su estancia en la municipalidad.

Con base en los resultados del trabajo de campo y una vez caracterizada con la información aportada por el municipio de La Plata, permite inferir que La Plata forma parte de la sub-región Occidente y del Territorio Páez, 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 central y vivencias en los recorridos cafeteros, en los senderos interpretativos de naturaleza, en la preparación de las comidas tradicionales, como los bizcochos, el pan chicha, las cucas y los platos fuertes como el sancocho, el asado huilense, los tamales entre otros.

El municipio de La Plata 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.

Auscultando el Registro Nacional de Turismo correspondiente al año 2022 los prestadores de servicios turísticos de La Plata inscribieron o renovaron el RNT de 23 empresarios.

Tabla 5. Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de La Plata

No.	Tipo de servicio	Cantidad
1	Alojamiento	18
2	Agencias de viajes	3
3	Profesionales en guianza turística	1
4	Transporte terrestre	1
Total		23

Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

El municipio de La Plata es un centro de servicios para la zona de occidente del departamento del Huila y para El Oriente Caucano, es uno de los mayores productores de café en el departamento y un centro de acopio y comercialización de productos agrícolas, razón por la cual su oferta de servicios se enfoca a las actividades comerciales, institucionales y de negocios en general. Esto permitiría que, en la medida del desarrollo turístico se contará con mayor oferta instalada principalmente de alojamiento y hospedaje, advirtiendo la presencia de nuevas modalidades de alojamiento campestres tipo glamping, cabañas o viviendas campesina dando respuesta a las tendencias contemporáneas del turismo.

Para el documento se tiene en cuenta la variación que ha presentado el municipio frente a la Ocupación Hotelera, sin desconocer el comportamiento generado por la irrupción del Covid-19, actualmente el municipio cuenta con 16 establecimientos de alojamiento turístico que no reportan cifras para construir el Índice de Ocupación Hotelera-IOH del municipio de La Plata, en tal sentido es indispensable tener en cuenta que desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se deroga la resolución 0409 de 23 de marzo de 2022 por la cual se implementa la tarjeta de registro de Alojamiento, donde se lleva a cabo la implementación en su totalidad por parte de los prestadores de servicios de alojamiento turístico será de tres (3) meses para los grupos 1 y 2, y para el grupo 3 será de seis (6) meses, los cuales se contabilizará a partir del día 23 de marzo de 2022.

3.3. INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

3.3.1. Eje Oferta y Demanda Turística

Tabla 6. Gestión del destino turístico de La Plata

	GESTIÓN DE DESTINO		CUMPLE	
	SI	NO		
Cuestionario	Si	No		
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 negocio o territorio que permitan impulsar al mismo y poder cumplir las metas planteadas y por último (A) Amenazas: son los acontecimientos externos del destino en la mayoría de las veces incontrolables que puedan afectar su desarrollo .

Tabla 7. Análisis DOFA.

Positivos Para alcanzar el objetivo	Negativos Para alcanzar el objetivo
Fortalezas:	Debilidades:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con recursos turísticos naturales 2. Existencia de la agenda cultural en el municipio de La Plata 3. Cuenta con actividad cultural los viernes- Cultura En Casa 4. Gremios en el sector cultural. 5. Guías profesionales en turismo: Meremberg, Paramo De La Candelaria, Bosque Alto Andino, Paramisación, San Andrés, Agua Bonita 6. Seguridad con la guarda indígena para el enlace de La Plata. 7. Investigación de 50 años con respecto a arqueología. 8. Tercer productor del café especial en el País. 9. Riqueza gastronómica tradicional 10. Cuenta con el gran recurso naturales: flora y fauna, avistamiento del nevado del Huila. 11. Identidad cultural. 12. Infraestructura bancaria y transporte. 13. Terminal de transporte. 14. 18 agrupaciones folclóricas. 15. Patrimonio histórico de la humanidad: banda los borrachos 16. Borde del rio de la plata 17. Cuenta con el Paso Páez dentro del proceso de culturización. 18. Único municipio con tonada de flauta en la rajaleña La Plata. 19. Ser entrada al Huila por el cauca. 20. Puerto dulce: fabricante de panela. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vías de acceso- malla vial terciaria en pésimas condiciones en la vía Belén 2. Falta de promoción del destino en la plata. 3. Desconocimiento de la zona sur-occidente. 4. No cuenta con un mapa turístico 5. No existe una ruta turística. 6. Falta de desconocimiento para la elaboración de proyectos turísticos 7. No existe una estrategia de promoción de los eventos culturales en el municipio. 8. No existe un trabajo en asociatividad empresarial 9. No cuenta con cifras estadísticas en ocupación hotelera 10. Falta de coordinación sectorial. 11. Informalización y aplicación de las normas técnicas colombianas. 12. Promoción interna de la oferta turística y cultural. 13. Falencia en señalización a los puntos de interés de turismo en el municipio. 14. No existe un punto de información turística. 15. Baja conectividad en Red 16. Bajo proceso de atención al cliente. 17. Falencia en proceso de Bilingüismo 18. Falta de actividades culturales. 19. Poco apoyo de recursos financieros para el fortalecimiento a los empresarios del sector turístico. 20. No se cuenta con el Consejo Municipal De Turismo. 21. Cuenta con un solo kit de maquinaria para el arreglo y adecuación de las vías. 22. Cerca de bosques andinos , no se puede hacer publicidad desde la administración por corte de personal en la zona rural. 23. Distrito de riegos en la azufrada 24. Casería y deforestación ilegal. 25. Mala adecuación del malecón de la plata. 26. Pocos procesos de conocimiento en empaquetamiento turístico. 27. Desconocimiento de la riqueza turística y cultural de la plata.

Origen Interno

	Oportunidades:	Amenazas:
Origen Externo	1. Construcción del plan sectorial de turismo	1. Afectación de las vías
	2. Construcción de una vaya promocional para el acceso a la zona sur-occidente de la riqueza turística y cultural.	2. Pocos tiempos para las convocatorias de los proyectos.
	3. Generar un producto turístico de la zona occidente del Huila: Tesalia, Paicol, Nátaga, La Plata Y La Argentina.	3. Amenazas ambientales en la zona rural.
	4. Actividad de caracterización de arqueología en agua bonita.	4. Falta de investigación y desarrollo de guiones turísticos
	5. Realizar jornadas de capacitación en las actividades de arqueología.	5. Pocas unidades de policía, no existe un CAI en el municipio.
	6. Mejora para los puestos de salud en la plata	6. Incumplimiento del código de policía aplicada a los jóvenes por movilidad en moto, no existe cultura ciudadana.
	7. Construcción del puesto de salud de Belén	7. Falencia en el entorno de la galería, por zona público.
	8. Potencial de desarrollo de actividades arqueológicas.	8. Grupos al margen de la ley
	9. Riqueza para actividades de Aviturismo.	
	10. Generar un trabajo articulado con el ICANH para la actividad de arqueología.	
	11. Construcción de un museo arqueológico	
	12. Incluir a la plata en la ruta arqueología Suramérica.	
	13. Incluir en la ruta de Caminos Reales A La Plata.	
	14. Ruta de Aviturismo	
	15. Ruta del peregrino	
	16. Ruta de biciturismo	
	17. Realización ruta de turismo de aventura.	
	18. Ruta del festival	
	19. Desarrollar una sinergia para un análisis de desarrollo de astroturismo con la certificación Starlight.	
	20. Generar alianzas para desarrollar capacitaciones en turismo	
	21. Acompañamiento en miradores en procesos de legalización.	
	22. Potencial astronómico en la zona de la piedra.	
	23. Fortalecer la galería municipal como punto estratégico de fortalecimiento gastronómico.	
	24. Identificación de la gastronomía tradicional	
	25. Promoción de la feria de café especial de la plata.	
	26. Ruta de turismo de bienestar con las termas de san Sebastián, manantial, la azufrada	
	27. Corredor central	
	28. Generar alianzas para conectar con prestadores de servicios turísticos para conocer la riqueza turística y cultural.	

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 8. Acciones prioritarias- Infraestructura

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 1: Infraestructura, Conectividad Y Accesibilidad Para El Turismo			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Infraestructura al servicio del Turismo	Vías para la conectividad al interior de los municipios.	➤ Construcción y mejoramiento de la infraestructura vial que conecta al Municipio con sus principales mercados emisores de la región.	1
	Plan de Señalización Turística	➤ Señalización de orientación a los atractivos Turísticos	1
		➤ Señalización turística interpretativa en el destino	1
	Puntos de Información Turística	➤ Participar de la Red Departamental de PIT	1
Conectividad Digital para el turismo	Masificación del Internet de alta calidad en el municipio	➤ Garantizar el internet de calidad dando cobertura para toda la población.	1
		➤ Brindar corredores digitales en el municipio	1
	Conectividad digital al servicio del turismo en el municipio	➤ Brindar acceso al turista en los diferentes canales digitales de comercio electrónico	50%
Infraestructura y equipamiento de soporte para la actividad turística	Servicios públicos para soportar el turismo	➤ Fortalecimiento de los sistemas de servicios públicos que respondan a la demanda del sector y a la sostenibilidad de los recursos naturales, (acueducto y alcantarillado, agua potable, saneamiento básico, energía, recolección de basuras, servicios de salud, transporte local, entre otros).	100%

Tabla 9 Acciones Prioritarias- Innovación

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 2: Innovación			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Innovación y Gestión del Destino Huila	Implementar componentes creativos, innovadores y diferenciados	➤ Diseño Estructuración del producto ecoturismo; turismo rural, elaboración de los guiones turísticos.	1
		➤ Definir los productos turísticos.	1
		➤ Fortalecer el Clúster Turístico del Occidente 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 10. 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 licito del suelo.	1
		➤ Conservación del Patrimonio arquitectónico referido a elementos representativos de la localidad – Fomentar planes pachadas	1
	Destinos sostenibles y sustentables para el desarrollo turístico del Departamento del Huila.	➤ Certificación de calidad y sostenibilidad del municipio que impacte el turismo.	1
		➤ Implementar normas técnicas de colombianas.	1

Tabla 11. Acciones Prioritarias- Formación

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 3: Formación del Talento Humano			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Profesionalización del turismo en el municipio	Formar Cultura Turística:	➤ Incluir el turismo en el PEI Local	1
		➤ Adoptar el Servicio Social en Turismo.	
		➤ Implementar la media técnica en turismo.	
		➤ Capacitar en turismo a los prestadores de servicios turísticos.	
		➤ Programa para Instituir el bilingüismo como catedra transversal	1
		➤ Mejorar y ampliación de cobertura del programa de Articulación a la Media Técnica en Turismo.	1
Cualificación de los prestadores de servicios turísticos.	Capacitar a los prestadores de servicios turísticos	➤ Realizar programas de formación complementaria en turismo	1
		➤ Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en ingles técnico	100%

Tabla 12 Acciones Prioritarias- Gobernanza

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 4: Gobernanza			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Gestión Integral del destino Huila	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 13. 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 14. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 7: Comercialización y Promoción			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Programa Mercadeo y Promoción del Destino	Diseñar e implementar estrategias de promoción turística del Municipio	➤ Realizar un estudio de mercado para el conocimiento y análisis de nuevos mercados 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.
- 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*. La Plata.
- Departamento del Huila. (2019a). *Producto Turístico del Huila*. La Plata.
- Departamento del Huila. (2020). *Plan Departamental de Desarrollo*. Obtenido de <https://www.huila.gov.co/documentos/1336/plan-de-desarrollo-2020-2023/>
- Departamento del Huila. (2021a). *Plan Sectorial de Turismo 2021-2033*. Neiva. Obtenido de Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2022). *Nivel de desarrollo Turístico, según metodología del MINCIT*. La Plata.
- Departamento del Huila. (2022a). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *DOFA*. La Plata.
- Departamento del Huila. (2022c). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. La Plata.
- EDUCAEDU. (2022). *Ofertas académicas en turismo*. Neiva.
- EDUCAPLAY. (2016). *Mapa Turístico del Huila*. Obtenido de https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1027869-turismo_el_huila.html
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). *Programa Colegios Amigos del Turismo*. Bogotá D.C.
- ONU. (2021).