

Diagnóstico Estratégico de Turismo

LA ARGENTINA



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.Sociodemográfico y económico, motivaciones y aficiones actitudes, necesidades y comportamentales	20
Tabla 4.Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de La Argentina.....	21
Tabla 5. Gestión del destino turístico de La Argentina.....	22
Tabla 6 Análisis DOFA	24
<i>Tabla 7. Acciones prioritarias- Infraestructura</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 8 Acciones Prioritarias- Innovación</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 9. Acciones prioritarias- Ordenamiento.....</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 10. Acciones Prioritarias- Formación</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 11 Acciones Prioritarias- Gobernanza</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 12. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 13. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción.....</i>	<i>27</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>	<i>9</i>
Ilustración 4.Marca Huila un paraíso por descubrir.....	11

LISTA DE ABREVIATURAS

B

BID. Banco Interamericano de Desarrollo

C

CAM. Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena

CITUR. Centro de información turística de Colombia

D

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística

DNP. Departamento Nacional de Planeación

DRMI. Distrito Regional de Manejo Integrado

E

EOT. Esquema de Ordenamiento Territorial

F

FEM. Foro Económico Mundial

FONTUR. Fondo Nacional de Turismo

I

IDC. Índice Departamental de Competitividad

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

L

LRPCI. Lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial

M

MEN. Ministerio de Educación de Colombia

MINCIT. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

MICE. Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exhibiciones

MinCIT. Ministerio de Comercio Industria y Turismo

N

NTC. Normas Técnicas Colombianas

O

OMT. Organización Mundial del Turismo

ONG. Organización No Gubernamental

ONU. Organización de las Naciones Unidas

P

PBOT. Plan Básico de Ordenamiento Territorial

PECTI. Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación

PND. Plan Nacional de Desarrollo

PIT. Puntos de Información Turística

PNN. Parque Nacional Natural

PST. Prestadores de Servicios Turísticos

RNT. Registro Nacional de Turismo

SENA. Servicio Nacional de aprendizaje

SITUR. Sistema de Información Turística

SITYC. Sistema de Información Turístico y Cultural

S

SENA. Servicio Nacional de Aprendizaje

3.1. GENERALIDADES DEL TURISMO DEL HUILA

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

La emotiva reflexión del secretario general de la ONU inspira a la institucionalidad del turismo huilense a prospectar sus estrategias de comercialización y promoción enfocadas en crear condiciones socioeconómico y ambientales para hacer del turismo una actividad económica sostenible y competitiva que les permita a 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 Argentina se encuentra ubicado en la región sur occidental del departamento del Huila, su territorio está enclavado en las estribaciones de la Serranía de Las Minas, un sistema montañoso que se despende de la Cordillera Central a la altura del municipio de Saladoblanco y finaliza en el río Magdalena a la altura del municipio del Agrado, advirtiendo que La Argentina también forma parte del Macizo Colombiano, ecosistema reconocido por la UNESCO como Reserva Natural de La Biosfera, zona donde nacen los principales ríos de Colombia y la región, territorio ubicado en el entorno del Parque Nacional Natural Puracé. Así mismo el municipio forma parte del polígono arqueológico, acompañado por los municipios de San Agustín, Isnos, Oporapa, La Plata, Páez e Inzá, territorio habitado en la época prehispánica por las familias Ullumbe, Andakí, Yanaconas, Yalcones, comunicadas a las que los conquistadores españoles denominaron como “Cultura Agustiniiana”, de igual manera el territorio del entorno del Nevado del Huila fue habitado por Paeces y Gambianos, hoy reconocidos como comunidades Nasa y Misak, comunidades que legaron expresiones líricas inspiradas en la relación del hombre con el cosmos y de la relación del hombre con la naturaleza, vestigios que aun se pueden apreciar en los Museos Arqueológicos de La Argentina y Villalobos, y de manera espontánea en espacios rurales expuestas a cielo abierto, especial reconocimiento para las comunidades que actualmente ocupan el territorio por su talento para la elaboración de artesanías, la música, la danza, sus mitos y leyendas, costumbres ancestrales que se muestran en el Festival de Teatro de La Montaña, los encuentros de Música Campesina y el Festival Gastronómico.

Por su parte, los empresarios locales han iniciado el desarrollo de emprendimientos en alojamiento, restaurantes, el Mirador Pegassus que genera una especial dinámica de visitas al municipio.

Desde la administración municipal se gestionan acciones con el gobierno departamental para la señalización turística, la caracterización de atractivos y la planificación turística.

Conforme a la información recolectada, cabe resaltar que dentro las principales herramientas con que cuenta el municipio de La Argentina son:

- Plan De Desarrollo Municipal Construyendo Juntos 2020-2023
- Estructuración de Producto Turístico de La Argentina 2006
- Esquema de Ordenamiento Territorial La Argentina Huila 2000

Es importante resaltar la importancia de formalizar la fuerza empresarial turística, inscribiendo los prestadores de servicios en el Registro Nacional de Turismo.

3.2.1. Oferta turística

El municipio de La Argentina cuenta con recursos y atractivos turísticos, fue incluido en el inventario turístico del año 2009, y se ha hecho recientemente una actualización parcial del inventario turístico en la que se han caracterizado y valorado.

Tabla 3. Inventarios atractivos Turísticos del municipio

ATRACTIVO	MUNICIPIO	PATRIMONIO	TIPO DE PATRIMONIO	GRUPO
Valle del Desengaño	La Argentina	Sitios Naturales	Altiplanicies	Valle
Cueva de Los Guacharos	La Argentina	Sitios Naturales	Aguas Loticas	Cascadas
Reserva Natural Privada Aránzazu	La Argentina	Sitios Naturales	Áreas Protegidas	Reserva de La Sociedad Civil
Iglesia de Madera El Pensil	La Argentina	Patrimonio Material	Arquitectura Religiosa	Templo
Museo Villalobos	La Argentina	Patrimonio Material	Arquitectura Institucional	Edificación para la Cultura
Tumbas Indígenas de Las Toldas	La Argentina	Patrimonio Inmaterial	Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arqueológico	Sitio arqueológico

Fuente: (Departamento del Huila, 2019)

La Argentina presenta una tendencia compartida entre naturaleza y cultura, basada en su topografía, áreas protegidas y riqueza hídrica y en la parte artística, arqueológica y arquitectónica

Enumeramos a continuación los atractivos caracterizados con Textos del Inventario Turístico del Huila 2019:

Valle del Desengaño: Valle de Quebrada Negra que abarca los predios de lo que fuera la finca El Desengaño, una antigua hacienda ganadera fundada en esta extensa planada, ubicada en el hoy Distrito de Manejo Integrado Serranía de Las Minas. Cuenta con diferentes unidades de paisaje, entre las zonas intervenidas con la explotación ganadera, la riqueza natural de los bosques, las fuentes de agua y algunos aterrazamientos y terraplenes de sitios de viviendas de antiguos pobladores en colinas contiguas. Se puede recorrer el Valle en actividades de senderismo o a caballo, desde la vereda Blanquecino, La Vereda el Carmen y Quebrada Negra, con diferente grado de dificultad y longitud del sendero y se puede conectar con el municipio de Tarqui por un sendero que conduce a la vereda La Esmeralda, por bosques en muy buen estado de conservación.

Cueva de Los Guacharos: Es un maravilloso sitio turístico ubicado en la vereda Marsella del Municipio de La Argentina Huila; allí se encuentra la cascada de cerca de 30 metros, que ha labrado un estrecho cañón en un barranco en la rivera del Río Loro, en medio de un bosque exuberante, la tupida vegetación en la parte superior hace que se perciba como una caverna, sirviendo de sitio de anidación a los guacharos, *Steatornis caripensis*, que en las temporadas reproductivas permanecen en cornisas y cavidades al interior del cañón. Para llegar se utiliza un sendero interpretativo de 640 metros de longitud, en el cual se puede hablar de cultivo principalmente café, aguacate y pitahaya, componentes de la biodiversidad y vestigios de antiguos pobladores indígenas, al llegar a la orilla del río se disfruta de la vegetación y de algunas especies de aves, como el gallito de roca.

Reserva Natural Privada Aránzazu: Predio rural de aproximadamente 70 hectáreas, de las cuales 38 hectáreas fueron declaradas mediante resolución 041 del 13 de abril del 2018, como Reserva de La Sociedad Civil. está ubicada en la Vereda Quebrada Negra del Municipio de La Argentina departamento del Huila a 8 kilómetros del casco urbano del municipio sobre la vertiente oriental de la cordillera Central, en el pie de monte de la cordillera que hace parte de la Serranía de Las Minas, sobre la cuenca de la quebrada La Maituna. Según el sistema de zonas de vida de L Holdridge corresponde al bosque muy húmedo Montano Bajo (Bmh MB). La finca está conectada por franjas de bosque y bosques ribereños de las quebradas, con bosques de la Serranía de La Minas y con una reserva natural de un acueducto veredal, generando condiciones especiales para el tránsito de fauna silvestre principalmente aves y se han hecho registros de aves en la zona, las cuales aparecen en la plataforma de ciencia ciudadana eBird, siendo la más importante una lista de 183 aves que se puede consultar en el siguiente Link, <https://ebird.org/hotspot/L3172091>.

Por la zona circulan antiguos caminos uno de los cuales pasa por la finca en su tránsito hacia el municipio de El Pital y la parte baja del bosque se podría hacer un camino para conectarse con otras fincas de la región que enfocan sus esfuerzos al turismo.

Iglesia de Madera El Pensil: Iglesia ubicada en el parque del centro poblado El Pensil, consagrada a la Virgen del Carmen, construida en el año 1949, en terrenos donados por el señor Modesto Rojas en madera aserrada, tipo de construcción utilizada en la región. Pensil en portugués significa jardín florecido. Según la tradición oral, por esta zona ingresaron los españoles en su campaña de conquista y colonización en el año de 1539 denominando la zona como la conocemos hoy. La iglesia consta de un solo cuerpo y tres naves separadas las laterales de la central por columnas de madera, un altar en madera labrada con un cristo crucificado al centro y hornacinas laterales en madera con santos y a un costado una imagen de la Virgen. en la parte opuesta al altar se encuentra el coro alto construido en madera sobre la puerta principal.

Museo Villalobos: El museo se encuentra en un edificio de arquitectura renacentista revival un estilo arquitectónico inspirado en un amplio rango de modelos clasicistas italianos y franceses, la edificación está en obra gris, condición que no le impide albergar la colección de obras de arte plástico, ni le quita lo monumental. Las obras son de arte moderno, en su mayoría de autoría de Pedro Nel Villalobos, fundador del museo, un pintor, escultor, muralista y fotógrafo que expresa en obras de gran formato su estilo figurativo entre el abstracto y el surrealismo. El Museo alberga también obras de artistas regionales y permite la exhibición de colecciones itinerantes de diferentes artistas y es un sitio de agradables tertulias, para artistas, gestores culturales y turistas que llega a la Argentina.

Tumbas Indígenas de Las Toldas: Sitio arqueológico ubicado en una finca cafetera de 2,5 hectáreas, donde encontraron en el ejercicio de las labores agrícolas un cementerio indígena, con tumbas entierros primarios y secundarios, los primeros tumbas de un solo foso adecuadas con piedras planas para crear el lecho donde se depositan los muertos y paredes y cubierta formando un cofre, con el mismo estilo de piedra; se encuentran entierros secundarios de foso con cámara lateral para depositar urnas funeraria cerámicas con los huesos o las cenizas de los huesos. El sitio ha sido acondicionado para las visitas, dejando la zona arqueológica en prado con senderos y adecuando cubiertas para las tumbas.

3.2.2. Evaluación De Equipamiento, Instalaciones Y Actividades Turística

En el municipio de La Argentina operan seis prestadores de servicios turísticos debidamente formalizados, tres de ellos prestan el servicio de alojamiento, dos son agencias operadoras de turismo local, y uno corresponde a empresas prestadoras del servicio de transporte terrestre, llama la atención la ausencia de profesionales de la guianza turística.



Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

En cuanto a la escolaridad, los empresarios no se han formado como profesionales en turismo, sin desconocer su formación en otras disciplinas profesionales, resaltando su entusiasmo por emprender en actividades mercantiles relacionadas con el turismo.

El municipio cuenta con establecimientos bancarios y de cooperativas financieras, corresponsales bancarios y cajeros electrónicos. Los Servicios de Salud son prestados por la E.S.E Juan Ramón Núñez Palacios, y cuenta con una oferta comercial muy limitada que da respuesta más a las necesidades locales que al sector turístico por ser este estacional.

3.2.2.1.2. Tipología

El turismo en el municipio de La Argentina tiene una marcada tendencia hacia el turismo de naturaleza, pues cuenta con altas ventajas comparativas en este segmento, sus escenarios naturales son de mucho atractivo para eco turistas y viajeros en general, Montañas, áreas protegidas, cascadas, senderos interpretativos, bosques y biodiversidad, sin dejar atrás la fortaleza de los atractivos culturales del orden patrimonial.

Tabla 3. Sociodemográfico y económico, motivaciones y aficiones actitudes, necesidades y comportamentales

SEGMENTO/ NICHOS	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
Familias	· Todos los perfiles.	*Preferencia por destinos "económicos" o actividades de costos controlados ("todo incluido", cruceros, ciudades vacacionales, parques temáticos), seguros, con variedad de actividades para todos los gustos y facilidades y servicios para familias y niños. *Compartir tiempos y espacio.	Viajan como unidad, con hijos pequeños o mayores sin autonomía económica para organizar sus propias vacaciones. Sensibles a costo, asistencia sanitaria y seguridad. · En función de la edad de los hijos decantan la elección hacia un destino nacional o internacional y la modalidad del transporte (propio o colectivo) y el hospedaje (estancia en segunda residencia, apartamento, hotel, etc.).
Singles	25-50 años, sin pareja estable. · Residen en grandes ciudades. · Universitarios. · Ingresos medios-altos. · Viven solos	Diferentes motivaciones. · Limitada sensibilidad a los precios.	Viajan solos o en grupo. Si viajan en grupo (amigos o programas) el objetivo de establecer relaciones interpersonales. · Compras por impulso o de última hora. · Consumen productos de moda, lujo y decoración. · Muy digitalizados y compradores por internet.
SAVE	Estudiantes, Egresados o Científicos. · 25-50 años. · Perfil universitario alto. · Ingresos medios o medio-altos.	Formación. · Adquisición conocimiento científico. · Programas solidarios o voluntariado.	Individuales o grupos. · Los estudiantes, en función de la edad, viajan en compañía de profesores o familiares en relación a hitos de sus estudios (fin de carrera) o vida social (quinceañeras, etc.), de acuerdo con las costumbres de su país; o de manera independiente pero organizada, por prácticas, aprendizaje de idiomas o cursos especializados.
Cultural	30-65 años. · Cultos. · Ingresos medios-altos a altos.	Interés por la cultura. · Combinación naturaleza-cultura. · Intereses especiales como mitos y leyendas, arqueología, arte contemporáneo, indigenismo y culturas autóctonas. · Lectura.	Informados. · Viajeros frecuentes. · Independientes, pero también pertenencia a clubes donde comparten aficiones. · Éticos. · Prefieren atractivos con poca afluencia. · Consideran muy útil la guianza. · Tanto independientes como en grupo
Buscadores de capital social	· 25-40 años. · Perfil universitario. · Ingresos medios-altos a altos. · Sociales, gregarios.	· Interés por la cultura o la naturaleza como fuente de experiencias. · Preferencia por destinos exóticos	Entienden que ser buen viajado es una característica personal envidiable. · 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 Argentina el turista podrá vivir experiencias de contacto con la naturaleza, recorridos de interpretación histórica y tradiciones culturales.
- ✓ 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. Sin lugar a duda, al municipio de La Argentina se le reconoce por sus vestigios arqueológicos articulados a la Cultura Agustiniana, Nasa y Misak.
- ✓ 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 argentinos se esfuerzan en ofrecer servicios de alojamiento y restaurante seguros y confortables que permitan disfrutar su estancia en La Argentina.

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 se infiere la existencia en el municipio de La Argentina de seis prestadores de servicios turísticos. A continuación, un recuento de la oferta existente:

Tabla 4. Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de La Argentina

GOBERNACIÓN DEL HUILA SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO		
SÍNTESIS PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS PITALITO		
No.	TIPO DE SERVICIO	CANTIDAD
1	Alojamiento	3
2	Agencias de Viajes	2
3	Profesionales en guianza turística	0
4	Transporte Terrestre	1
TOTAL		6

Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

3.3. INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

3.3.1. Eje Oferta y Demanda Turística

Tabla 5. Gestión del destino turístico de La Argentina

GESTIÓN DE DESTINO	CUMPLE	
	Si	No
Cuestionario		
EBOT Esquema Básico de Ordenamiento Territorial	X	
PDM Incluye el desarrollo turístico	X	
Oficina o funcionario de Turismo		X
Cuentan con un Plan sectorial de Turismo		X
Cuenta con el consejo Municipal de Turismo		X
Prestadores en el RNT	X	
Hospedajes	X	
Guías de Turismo		X
Operadores Turísticos	X	
Restaurantes	X	
Atractivos Caracterizados y valorados		X
Recursos Turísticos		X
Servicios Bancarios	X	
Servicios de Salud	X	
Convenios de cooperación Turismo		X
Proyectos de Turismo		X
Participa el municipio en Ferias Turísticas		X
Cuenta el Municipio con un sistema de información turística		X
Tiene el municipio estadísticas de turismo		X
Presenta Indicadores de nivel de desarrollo ante MINCIT		X

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

3.4. ANALISIS DOFA

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

Con esta herramienta de planificación lo que se busca es evaluar los aspectos internos y externos, positivos y negativos del sector turístico del municipio de La Argentina, 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 6 Análisis DOFA

Positivos		Negativos	
Para alcanzar el objetivo		Para alcanzar el objetivo	
Origen interno (atributos del destino)			
Fortalezas:		Debilidades:	
1. Vestigios arqueológicos		1. Baja infraestructura turística	
2. Senderos de interpretación biotica		2. El EOT no cuenta con actividades de turismo	
3. Riqueza para actividades de Aviturismo		3. Falta de señalización turística	
4. Cueva De Los Guacharos		4. No existe un producto turístico definido	
5. Café especial		5. No se cuenta con una secretaría de turismo	
6. Buena infraestructura de salud		6. Afectación en la malla vial	
		7. Pocos prestadores de servicios turísticos	
		8. Deficiente desarrollo de formación de talento humano: bilingüismo, atención al cliente, Paquetización, guianza	
		9. pocos bancos, cajeros electrónicos , solo cuenta con el banco agrario.	
		10. No se encuentra institución para el desarrollo de formación en turismo	
		11. No conocen de los procesos de formalización y legalización.	
		12. No hay un acompañamiento en procesos de formalización	
		13. No existe un direccionamiento frente al desarrollo de emprendimiento, no existe lineamientos para el tema de sostenibilidad.	

Positivos		Negativos	
Para alcanzar el objetivo		Para alcanzar el objetivo	
Origen Externo (Atributos del ambiente)			
Oportunidades:		Amenazas:	
1. Fortalecer actividades de agroturismo		1. Líneas de créditos para los empresarios del sector turístico.	
2. Existencias de vestigios arqueologicos		2. Inexistencia de cajeros, solo funciona el del Utrahuilca	
3. Gran riqueza natural, fuentes hídricas		3. Conectividad en red	
4. Desarrollar actividades de senderismo.		4. Falta de seguridad en la salud.	
5. Llevar a cabo una caracterización de inventario turístico.		5. Piques ilegales.	
6. Consolidar un producto turístico.		6. Las temporadas invernales que afecta la movilidad en vías terciarias.	
7. Fortalecer un desarrollo de multidestino		7. Ilegalidad de los prestadores de los servicios turísticos.	
		8. La no implementación de las buenas normas técnicas colombianas.	

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 7. 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 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 8 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

Tabla 9. 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.	➤ Implementar normas técnicas de colombianas.	1

Tabla 10. 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.	
Cualificación de los prestadores de servicios turísticos.	Capacitar a los prestadores de servicios turísticos	➤ Capacitar en turismo a los prestadores de servicios turísticos.	1
		➤ Programa para Instituir el bilingüismo como catedra transversal	
		➤ Mejorar y ampliación de cobertura del programa de Articulación a la Media Técnica en Turismo.	
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 11 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 12. 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 13. 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). Inventario Turístico. *Atractivos La Argentina*. Neiva.
- 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 Argentina.
- Departamento del Huila. (2022b). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *Plan de Acción*. La Argentina.
- 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).
- Turismo, S. d., A. m., & A. d. (2022). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo de Palermo 2021-2022. Acevedo.