

# Diagnóstico Estratégico de Turismo

## PALERMO



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. Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de Rivera ..... | 18        |
| Tabla 5: Gestión del destino turístico de Palermo.....                       | 19        |
| Tabla 6. Análisis DOFA. ....   | 21        |
| Tabla 7. Acciones prioritarias- Infraestructura .....                        | 22        |
| <i>Tabla 8: Acciones Prioritarias- Innovación .....</i>                      | <i>23</i> |
| Tabla 9. Acciones prioritarias- Ordenamiento.....                            | 23        |
| Tabla 10. Acciones Prioritarias- Formación .....                             | 24        |
| Tabla 11: Acciones Prioritarias- Gobernanza .....                            | 24        |
| Tabla 12. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....                 | 25        |
| Tabla 13. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción.....           | 25        |

## 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 ..... | 16 |

## 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 gráfico desarrolla la hermosa flor de la chulupa, cuya conformación permite percibir la cúpula celeste, interpretando el pensamiento mito poético de los habitantes del Alto Magdalena y la relación de la opita con el cosmos y con la naturaleza, relación de la que se derivan nuestras tradicionales fiestas de San Juan y San Pedro, así como nuestra vocación por la producción agrícola y pecuaria.

*Ilustración 4. Marca Huila un paraíso por descubrir*



Fuente: (Departamento del Huila, 2016a)

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

### 3.1.3. Puntos de Información Turística

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

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

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

### 3.1.4. Educación Énfasis En Turismo

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

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

#### 3.1.4.1. Programa Colegios Amigos Del Turismo

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

*Tabla 1 Programa Colegios Amigos Del Turismo*

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

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

### 3.1.4.2. Articulación a la Media Técnica

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

### 3.1.4.3. Formación Profesional

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

Tabla 2. Oferta Académica en Turismo

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

Fuente: (EDUCAEDU, 2022)

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

### 3.2. CONTEXTO GENERAL DE TURISMO MUNICIPAL

El municipio de Palermo este enclavado en las estribaciones de la Cordillera Central es uno de los municipios con mayor acervo biótico, histórico y cultural. En los aspectos bióticos se destaca su ubicación geográfica sobre la margen izquierda del río Magdalena en un sistema de vida tipificado como Bosque Seco Tropical, destacándose la Laguna El Juncal como un ecosistema donde se alojan aves migratorias, especialmente los conocidos popularmente como patos canadienses. En los aspectos históricos, el territorio palermuno fue escenario del Camino Real que comunicaba a Santa Fe con Quito, aún existen vestigios en el sitio conocido como Buenos Aires; igualmente el fervor popular encontró gran similitud de una caverna rocosa con la existente en Palermo Italia donde se venera a Santa Rosalía, trayendo la advocación al terruño guagueño erigiéndolo como un sitio de peregrinación. En lo cultural, los palermuno manifiestan su especial interés por las artesanías en pindo y mármol, siendo el Sombrero de Pindo su máxima expresión, pieza que cuenta con Denominación de Origen; de igual manera, la música forma parte de su gusto, el Rajaleña es el cantico que los identifica en el ámbito huilense, resaltando su clásica tonada.

Al avanzar en la fase del Diagnóstico de igual manera encontramos que en el municipio, cuenta con 25 prestador de servicios turísticos, demostrando que el sector privado si está interesado en apostar al desarrollo turístico del Palermo. Teniendo estas características fundamentales, es importante destacar la importancia de establecer en el territorio alianzas estrategias entre el sector público – privada, que conlleven al desarrollo local y se establezcan la construcción de instrumentos y herramientas de planificación turística, que se permita dar lineamientos para la caracterización y estructuración de productos y rutas turísticas

el municipio tiene un gran potencial de naturaleza y cultura, que no es ajeno al producto turístico del departamento, con una connotación muy importante; como lo es, el caso de los tejidos de fibra de pindo, de acuerdo al portal de artesanías de Colombia [https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/la-escuela-de-pindo\\_14752](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/la-escuela-de-pindo_14752) se puede evidenciar la apropiación de la misma comunidad del municipio de Palermo para fortalecer la labor de la supervivencia del oficio artesanal, siendo este un gran insumo para que se desarrolle un gran potencial turístico en torno a esta artesanía, teniendo en cuenta que el sombrero de pindo y la fibra de pindo ha ido abriéndose paso en el escenario de nuestro patrimonio colombiano. En 2011, el Decreto 1899 declaró la manifestación cultural sombrero de pindo como Patrimonio Cultural del Departamento del Huila y ordenó su inscripción como patrimonio cultural inmaterial del ámbito departamental. En 2012, el Decreto 089, firmado el 13 de junio de ese mismo año, se adoptó el uso del sombrero de pindo como manifestación cultural y patrimonial de los Palermunos

El Municipio cuenta con un hospital de primer nivel, estación de policía, restaurantes y servicios bancarios, que le aportan notablemente al desarrollo turístico de la localidad. No obstante, es importante que, al momento de tomar la decisión de incursionar en el desarrollo turístico, se puede partir de la información, que se incluye en este capítulo.

### 3.2.1. Oferta turística

De acuerdo al documento “Construcción del Conocimiento del Contexto Local”, los consultores con fundamento en el EOT de Palermo identificaron 25 recursos turísticos, tipificados como tradiciones culturales, sitios naturales de interés turísticos y eventos institucionales; recursos que se perciben como ventajas comparativas, pero que no se han caracterizado para evaluar su transformación en productos turísticos sostenibles y competitivos.

Tabla 3. Inventarios atractivos turísticos del municipio

| TRADICIÓN O BIEN CULTURAL |                               |                |         |           |
|---------------------------|-------------------------------|----------------|---------|-----------|
| No.                       | TRADICIÓN O BIEN CULTURAL     | TIPOLOGÍA      | RECURSO | ATRACTIVO |
| 1                         | Templo Antiguo                | Arquitectura   | x       |           |
| 2                         | Gruta de Santa Rosalía        | Religioso      | x       |           |
| 3                         | Templo de Betania             | Arquitectura   | x       |           |
| 4                         | Asado Huilense                | Gastronomía    |         | x         |
| 5                         | Queso asado                   | Gastronomía    |         | x         |
| 6                         | Bizcochos                     | Gastronomía    |         | x         |
| 7                         | Sevillana                     | Gastronomía    |         | x         |
| 8                         | Sombreros de Pindo            | Artesanía      |         | x         |
| 9                         | Rajaleña                      | Música y Danza |         | x         |
| 10                        | Baile del Sanjuanero Huilense | Música y Danza |         | x         |
| 11                        | Camino Real de Buenos Aires   | Historia       | x       |           |
| 12                        | Río Magdalena                 | Aventura       | x       |           |
| 13                        | Río Baché                     | Aventura       | x       |           |
| 14                        | Laguna El Juncal              | Aventura       | x       |           |
| 15                        | Salto El Fraile               | Aventura       | x       |           |
| 16                        | Quebrada La Boba              | Aventura       | x       |           |
| 17                        | Quebrada La Guagua            | Aventura       | x       |           |
| 18                        | Salto de Los Ídolos           | Aventura       | x       |           |

| EVENTOS INSTITUCIONALES MUNICIPIO DE PALERMO |                                     |           |             |
|--|-------------------------------------|-----------|-------------|
| No.  | EVENTO                              | TIPOLOGIA | FECHA       |
| 1  | Santa Rosalía                       | Religioso | 4-Sep       |
| 2  | Semana Santa                        | Religioso | Marzo-Abril |
| 3  | Navidad                             | Religioso | 24-Dic      |
| 4  | Feria Equina                        | Ferias    | Sep         |
| 5  | Reinado Municipal Del Bambuco       | Reinado   | 28-29 Jun   |
| 6  | Aniversario Fundación Del Municipio | Cívica    | 7-Ene       |
| 7  | Semana Cultural                     | Cultural  | Nov         |

Fuente: (Municipio de Palermo, 2020)



### 3.2.2. Evaluación De Equipamiento, Instalaciones Y Actividades Turística

Actualmente, los prestadores de servicios turísticos en el municipio proveen de servicios de alojamiento, alimentación, esparcimiento, guías profesionales en turismo entre otros, que permiten que la dinámica del turismo sea una realidad. Actualmente las empresas que se encuentran en los territorios son en su mayoría construidas por familias o pequeñas empresas, algunas de ellas operan formalmente y otras están en el proceso de formalización de acuerdo a la normatividad vigente.

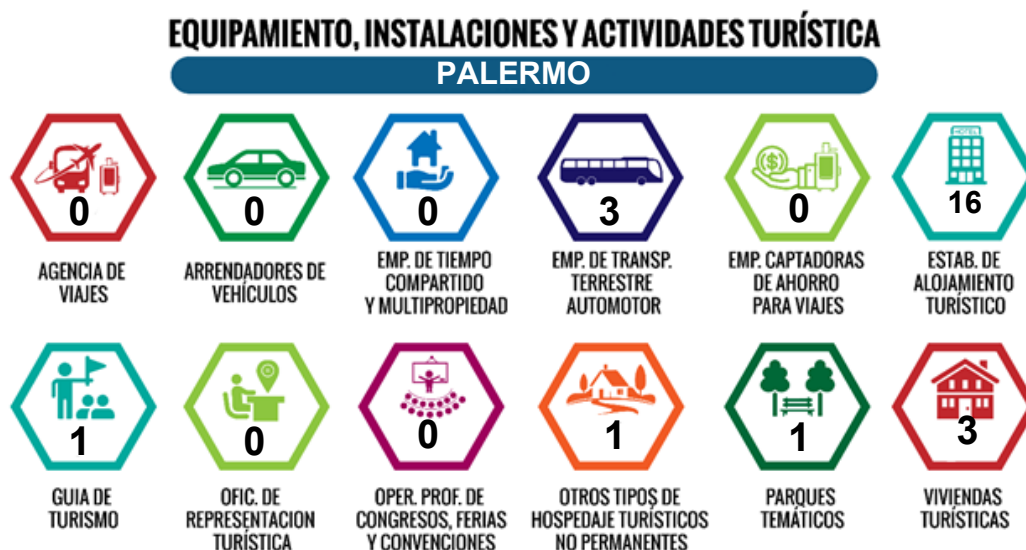
Se percibe que la gran mayoría de operadores turísticos no tiene formación profesional en turismo, sin desconocer que muchos de ellos se han formado en otras disciplinas del conocimiento identificando en el turismo una actividad económica promisoría que los ha motivado a emprender negocios en esta actividad mercantil.

#### 3.2.2.1. Comercializadores de servicios turísticos

##### 3.2.2.1.1. Agencias de viajes

En la actualidad el municipio no cuenta con agencias de viajes y turismo; razón por la cual el potencial turístico existente es ofertado por las agencias a nivel Departamental, quienes han decidido integrar la oferta de Palermo, como uno de sus productos experienciales más importantes de la cultura y la naturaleza del norte del Departamento del Huila.

Ilustración 5. Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas



Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)



### **3.2.2.1.2. 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. El turista que llega a Palermo tiene la oportunidad de vivir experiencias de contacto con la naturaleza, así como de comunión espiritual y de actividades típicas de la cultura local.
- 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 Palermo esta relacionado con su producción artesanal del sombrero de pindo.
- 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 palermunos han desarrollado emprendimientos de servicios turísticos para garantizarle la seguridad y confortabilidad al turista durante su estancia.

### **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 Neiva inscribieron o renovaron el RNT de 25 empresarios.

Tabla 4. Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de Rivera

| <b>Síntesis prestadoras de servicios turísticos Palermo</b> |                                    |                 |
|---|------------------------------------|-----------------|
| <b>No.</b>  | <b>Tipo de servicio</b>            | <b>Cantidad</b> |
| 1   | Alojamiento                        | 16              |
| 2   | Agencias de viajes                 | 0               |
| 3   | Profesionales en Guianza turística | 1               |
| 4   | Transporte terrestre               | 3               |
| 5   | Otros operadores de turismo        | 5               |
| <b>Total</b>  |                                    | <b>25</b>       |

Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

Para el documento se tiene en cuenta la variación que ha presentado el municipio frente a la Ocupación Hotelera, presentando un comportamiento ante las crisis globales, actualmente el municipio cuenta con 16 establecimientos de alojamiento turístico, pero actualmente no reportan cifras que generen un índice de ocupación hotelera para el destino, en tal sentido es indispensable tener en cuenta que desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se normalizará la implementa de la tarjeta de registro de Alojamiento, esta normatividad da valor agregado al destino, teniendo en cuenta que es de obligatoriedad brindar información estadísticas, que permitirán la elaboración de boletines estadísticos, los cuales serán fundamentales para la toma de decisiones.

### 3.3. INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

Tabla 5: Gestión del destino turístico de Palermo

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

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

### **3.3. ANALISIS DOFA**

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

Tabla 6. Análisis DOFA.

| Positivos  |  | Negativos   |  |
|--|--|---|--|
| Origen interno (atributos del destino)   |  |   |  |
| Fortalezas:  |  | Debilidades:  |  |
| 1. Gran riqueza de recursos turísticos naturales   |  | 8. Falta de desarrollo de asociatividad empresarial                                       |  |
| 2. Reconocimiento de la riqueza cultural desde la gastronomía y artesanía: sombrero de Pindo, sevillana. |  | 9. Falta de apoyo financiero para actividades y emprendimientos Turísticos para ejecución |  |
| 3. 3.Cercanía al municipio de Neiva- Aeropuerto Benito Salas   |  | 10. Inexistencia de guías profesionales de turismo.                                       |  |
| 4. 4.Identificación por la elaboración del PINDO   |  | 11. Falta de conocimiento para el desarrollo de proyectos para actividades turísticas     |  |
| 5. 5. Cuenta con patrimonio nacional: templo colonial y camino real.                                     |  | 12. Desconocimiento de los recursos turísticos e identidad cultural del municipio         |  |
| 6. 6. Cuenta con un punto de información turística   |  | 13. El PBOT no cuenta con actividades de turismo en el Municipio.                         |  |
| 7. Tiene consejo municipal de turismo  |  | 14. Recursos turísticos en zonas privadas.  |  |
|  |  | 15. No cuenta con producto turístico.   |  |
|  |  | 16. Empresarios informales.   |  |
|  |  | 17. Falta de compromiso para la realización de jornadas de capacitación.                  |  |
|  |  | 18. Empresarios del sector privado se encuentra realizando actividades de manera ilegal.  |  |
|  |  | 19. Procesos de Bilingüismo y atención al cliente.  |  |
|  |  | 20. Debilidad en el recurso humano.   |  |
|  |  | 21. Falta de interés en el sector privado para realizar la actividad turística.           |  |
|  |  | 22. No se cuenta con estadísticas del sector turístico.                                   |  |

| Positivos   |  | Negativos  |  |
|---|--|--|--|
| Origen Externo (Atributos del ambiente)   |  |  |  |
| Oportunidades:  |  | Amenazas:  |  |
| 1. Balneario el Boquerón es una casa Finca para el desarrollo de actividades de turismo rural, proyecto para desarrollar un restaurante turístico y cultural. |  | 1.Vía de acceso al municipio de Palermo en mal estado              |  |
| 2. Desarrollo de oportunidades a través del mármol y el cuero.  |  | 2.Falta de iluminación para las zonas rurales                      |  |
| 3. Se encuentran realizando actividades turísticas en el corredor turístico en NILO.  |  | 3. Inseguridad de los visitantes, turistas y comunidad en General. |  |
| 4. Interés por parte de algunos empresarios para registrarse en el Registro Nacional de Turismo.  |  |  |  |
| 5. Fortalecer jornadas de desarrollo turístico.   |  |  |  |
| 6. Creación de temáticas de ferias artesanales, culturales.   |  |  |  |
| 7. Proyección de actividades de turismo.  |  |  |  |
| 8. Consolidar ruta turística para Palermo.  |  |  |  |
| 9. Adecuación del malecón.  |  |  |  |

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

### 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 terrestre, aérea y fluvial 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.   |      |   |
|  | Vías para la conectividad al interior de los atractivos                         | ➤ Construcción de placa huella en los atractivos rurales   | 4    |   |
|  | Mejoramiento y construcción de senderos para conectar los atractivos turísticos | ➤ Mejoramiento y construcción de senderos e infraestructura para el acceso a los atractivos turísticos Camino Real de Buenos Aires, Cueva El Tigre, laguna El Juncal   |      | 7 |
|  |   | ➤ Diseño e Implementación de las Rutas de Aviturismo incursionadas articuladas con destinos nacionales   |      | 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   | Dotación de Infraestructura fluvial de apoyo al turismo                         | ➤ Construcción de puertos fluviales y embarcaderos. en el río Magdalena y laguna El Juncal   | 2    |   |
|  | Masificación del Internet de alta calidad en el municipio                       | ➤ Garantizar el internet de calidad dando cobertura para toda la población.  | 1    |   |
|  |   | ➤ Fortalecer los 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                | 1: 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

| <b>Acciones 2020 – 2039</b>              |  |  |             |
|--|--|--|-------------|
| <b>Líneas Estratégicas 2: Innovación</b> |  |  |             |
| <b>Programa</b>                          | <b>Proyecto</b>  | <b>Subproyecto</b>   | <b>Meta</b> |
| Innovación y Gestión del Destino Huila   | Implementar componentes creativos, innovadores y diferenciados | ➤ Diseño de actividades, servicios, productos, experiencias innovadoras adaptadas a los atractivos identificados y caracterizados incorporando instrumentos para la gestión y la sostenibilidad. | 4           |
|  |  | ➤ Crear productos turísticos y rutas que potencialicen el destino.   | 4           |
|  |  | ➤ Fortalecer el Clúster Turístico del Norte del Huila.   | 4           |
|  |  | ➤ Realizar la capacidad de carga de los atractivos turísticos que se focal en el municipio.  | 1           |
|  |  | ➤ Estudio de Mercado de la Oferta y Demanda del Destino.   |             |

Tabla 9. Acciones prioritarias- Ordenamiento

| <b>Acciones 2020 – 2039</b>   |  |  |             |
|---|--|--|-------------|
| <b>Líneas Estratégicas 2: Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente</b> |  |  |             |
| <b>Programa</b>   | <b>Proyecto</b>  | <b>Subproyecto</b>   | <b>Meta</b> |
| Destino Huila: ordenado y sostenible para el turismo                    | Ordenamiento territorial para el desarrollo turístico del destino Huila. | Integración del componente turístico en el Plan Básico de Ordenamiento Territorial – PBOT. | 1           |
|   |  | Certificación de calidad y sostenibilidad del municipio que impacte el turismo.            | 1           |
|   |  | Implementar normas técnicas de colombianas   | 1           |

Tabla 10. Acciones Prioritarias- Formación

| <b>Acciones 2020 – 2039</b>                                      |   |  |             |
|--|---|--|-------------|
| <b>Líneas Estratégicas 3: Formación del Talento Humano</b>       |   |  |             |
| <b>Programa</b>  | <b>Proyecto</b>                                     | <b>Subproyecto</b>   | <b>Meta</b> |
| <b>Profesionalización del turismo en el municipio</b>            | Formar Cultura Turística:                           | Incluir el Micro contexto Turístico como cátedra transversal   | 4           |
|  |   | Ampliar la cobertura del servicio social en turismo  | 4           |
|  |   | Ampliar la cobertura del Programa Colegios Amigos del Turismo - Participar Programa Turismo Joven              | 4           |
|  |   | Programa para Instituir el bilingüismo como cátedra transversal  | 1           |
|  | Formar profesionales en turismo                     | Programa de formación de formadores para el turismo de aventura  | 1           |
|  |   | Mejorar y ampliación de cobertura del programa de Articulación a la Media Técnica en Turismo.                  | 4           |
|  |   | Fomentar los convenios de movilidad académica entre instituciones educativas de secundaria y las universidades | 2           |
|  |   | Crear oferta de especializaciones en turismo teniendo en cuenta las vocaciones del turismo huilense            | 2           |
| <b>Cualificación de los prestadores de servicios turísticos.</b> | Capacitar a los prestadores de servicios turísticos | Realizar programas de formación complementaria en turismo  | 1           |
|  |   | Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en inglés técnico  | 100%        |
|  |   | Fortalecer la Gestión Integral de Destino  | 1           |

Tabla 11: Acciones Prioritarias- Gobernanza

| <b>Acciones 2020 – 2039</b>               |  |  |             |
|---|--|--|-------------|
| <b>Líneas Estratégicas 4: Gobernanza</b>  |  |  |             |
| <b>Programa</b>                           | <b>Proyecto</b>  | <b>Subproyecto</b>   | <b>Meta</b> |
| <b>Gestión Integral del destino Huila</b> | Consolidación de los procesos de planificación turística en el municipio                         | Fortalecimiento la oficina de Turismo del municipio                                      | 1           |
|   |  | Construir y Ejecutar el Plan Sectorial de Turismo del Municipio                          | 1           |
|   | Seguridad Turística para el destino Huila.   | Gestionar para brindar la dotación logística del pie de fuerza de la Policía de turismo. | 1           |
|   |  | Elaborar e implementación del Plan de Gestión de Riesgos del municipio                   | 1           |
|   | información turística para la planificación y desarrollo del sector turístico del destino Huila. | Adoptar y fortalecer el Sistema de Información Turística y Cultural - SITYC Huila.       | 1           |



Tabla 12. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial

| <b>Acciones 2020 – 2039</b>   |   |   |             |
|---|---|---|-------------|
| <b>Líneas Estratégicas 5: Desarrollo Empresarial</b>                        |   |   |             |
| <b>Programa</b>   | <b>Proyecto</b>   | <b>Subproyecto</b>  | <b>Meta</b> |
|   | Brindar Formalización Empresarial para la productividad turística | Fomentar la formalización y normalización de los prestadores de servicios turísticos                                | 100%        |
| Prestadores de Servicios Turísticos Productivos, Competitivos y Sostenibles | Programa de Turismo Ético y Responsable                           | Desarrollar programas de prevención de actividades ilícitas asociadas al turismo                                    | 10          |
|   |   | Crear e Impulsar el programa de asociatividad, cooperativismo y de economía solidaria para el desarrollo turístico. | 10          |
|   |   | Fortalecer y promover iniciativas de desarrollo Local turísticas.   | 10          |

Tabla 13. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción

| <b>Acciones 2020 – 2039</b>                                |  |   |             |
|--|--|---|-------------|
| <b>Líneas Estratégicas 6: Comercialización y Promoción</b> |  |   |             |
| <b>Programa</b>  | <b>Proyecto</b>  | <b>Subproyecto</b>  | <b>Meta</b> |
|  |  | Realizar un estudio de mercado para el conocimiento y análisis de nuevos mercados tanto nacionales e internacionales para el producto turístico del municipio | 1           |
| Programa Mercadeo y Promoción del Destino                  | Diseñar e implementar estrategias de promoción turística del Municipio | Desarrollar un Plan de promoción turística para el municipio  | 1           |
|  |  | Estrategias e implementación de campañas promocionales del destino para el posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.                      | 10          |

Fuente: (Departamento del Huila, 2022a)

### 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. *Secretaría de Cultura y Turismo*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2020). *Plan Departamental de Desarrollo*. Obtenido de <https://www.huila.gov.co/documentos/1336/plan-de-desarrollo-2020-2023/>
- Departamento del Huila. (2021a). *Plan Sectorial de Turismo 2021-2033*. Neiva. Obtenido de Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2022). *Nivel de desarrollo Turístico, según metodología del MINCIT*. Palermo.
- Departamento del Huila. (2022). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. Palermo.
- Departamento del Huila. (2022a). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *Plan de Acción*. Palermo.
- EDUCAEDU. (2022). *Ofertas académicas en turismo*. Neiva.
- EDUCAPLAY. (2016). *Mapa Turístico del Huila*. Obtenido de [https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1027869-turismo\\_el\\_huila.html](https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1027869-turismo_el_huila.html)
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). *Programa Colegios Amigos del Turismo*. Bogotá D.C.
- Municipio de Palermo. (2020). *Esquema de Ordenamiento Territorial*. Palermo.
- ONU. (2021).