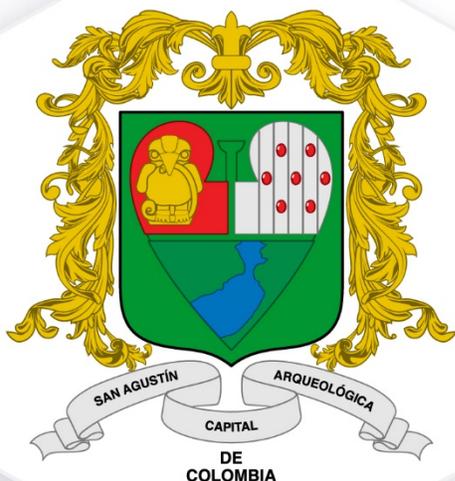


Diagnóstico Estratégico de Turismo

SAN AGUSTÍN



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	16
Tabla 4. Eventos culturales municipio de San Agustín.....	23
Tabla 5. Sociodemográfico y económico, motivaciones y aficiones actitudes, necesidades y comportamentales	26
Tabla 6. Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de San Agustín.....	28
Tabla 7. Gestión del destino turístico de San Agustín.....	29
Tabla 8. Aspectos de sostenibilidad turística de San Agustín.....	30
Tabla 9. Infraestructura y condiciones básicas de San Agustín	31
Tabla 10. Planta Turística	32
Tabla 11. Formación y capacitación en Turismo.....	33
Tabla 12. Producto Turístico.....	34
Tabla 13. Promoción y Comercialización	35
Tabla 14. Demanda Nacional	35
Tabla 15. Demanda Internacional.....	36
Tabla 16. Gasto promedio.....	37
Tabla 17. Presencia Digital	37
Tabla 18 Satisfacción de viajeros	37
Tabla 19. Análisis DOFA	39
Tabla 20. Acciones prioritarias- Infraestructura.....	42
Tabla 21 Acciones Prioritarias- Innovación	43
Tabla 22. Acciones prioritarias- Ordenamiento.....	43
Tabla 23. Acciones Prioritarias- Formación	44
Tabla 24. Acciones Prioritarias- Gobernanza	44
Tabla 25. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....	45
Tabla 26. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción.....	45

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 6. Parque arqueológico de San Agustín	19
Ilustración 7. Mirador Estrecho del Magdalena.....	19
<i>Ilustración 8. Museo arqueológico de Obando</i>	20
Ilustración 9. Museo arqueológico el Tablón.....	20
Ilustración 10.La Chaquira	21
Ilustración 11.Cerro Alto de la Pelota	21
Ilustración 12.Salto de tres chorros	22
Ilustración 9. Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas	25

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 San Agustín está ubicado al sur del departamento del Huila, su territorio forma parte del Macizo Colombiano, ecosistema estratégico reconocido por la UNESCO como Reserva Natural de la Biosfera, y Estrella Fluvial del Pacífico, porque allí nacen los cinco ríos de mayor importancia para Colombia: Magdalena, Cauca, Patía, Caquetá y Putumayo. Su territorio en la época prehispánica albergó comunidades como los Ullumbe, Yanaconas, Andaquíes, y Yalcones, quienes plasmaron en lírica su pensamiento mito poético entorno a la relación del hombre con el cosmos, y del hombre con la naturaleza, manifestaciones que los españoles denominaron Cultura Agustiniense, reconocida en el año 1995 por la UNESCO como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, expresiones líricas que se implantaron en el Parque Arqueológico de San Agustín.

En los aspectos bióticos, el municipio de San Agustín es rico en oferta hídrica, destacándose los ríos Magdalena, el sitio de su nacimiento conocido como Laguna de La Magdalena, y El Estrecho del Magdalena una garganta rocosa de tan solo 2.20 metros de ancha por donde fluye el caudal desde las altas cumbres en busca del Valle que lo conducirá al Mar Caribe.

El Plan Básico de Ordenamiento territorial adoptado mediante acuerdo 009 del 8 de marzo de 2013, contempla el uso del suelo rural para actividades ecoturísticas y define unas zonas de protección de acuerdo con el interés denominado en el Plan, Áreas De Reserva Para La Conservación Y Protección Del Patrimonio Histórico, Cultural, Arquitectónico Y Arqueológico: Patrimonio Arqueológico, Patrimonio Histórico Y Arquitectónico; Patrimonio Natural, Turístico Y Paisajístico. En el mismo orden de ideas al analizar el Plan de Desarrollo Municipal de San Agustín 2020 – 2023 “San Agustín Nos Une” encontramos que sí tiene contemplado el sector turismo al interior de este, con cuatro programas que enunciamos a continuación.

- Plan Sectorial de Turismo
- Prever el Mejoramiento de la Infraestructura Turística
- Colegios Amigos del Turismo
- Capacitación del Talento Humano del Sector Turismo

Desde Colombia + Competitiva, Gobernación del Huila, Cámara de Comercio del Huila, se ha venido desarrollando un proyecto de Gestión Integral del Destino con la Cooperación Suiza Swisscontact, se terminó la primera fase en el año 2021 en la cual se estructura mediante una metodología internacional, y se construyó el Plan de Gestión de Destinos PGD para el “Destino San Agustín”, para lo cual se recomienda tomar este documento y adoptarlo como un instrumento de planificación turística por parte la administración municipal y departamental, con base en él dar continuidad al desarrollo turístico del destino.

cuenta con un punto de información turística del convenio de FONTUR con los departamentos y el municipio, que compromete al destino a enviar información estadística de turismo. Se tiene inventario de atractivos del Viceministerio de Turismo actualizado en el año 2019; carece de un Plan Sectorial de Turismo, herramienta que permitiría generar condiciones institucionales para el desarrollo turístico, hacer una gestión integral del destino, y definir con claridad las líneas de intervención para avanzar en el desarrollo del sector identificando proyectos y las entidades responsables. Se creó el Consejo Municipal de turismo, siendo este un órgano consultivo y asesor y una herramienta fundamental para

la articulación público-privada en donde tienen asiento los prestadores de servicios turísticos, la autoridad municipal y las demás organizaciones inmersas dentro de la cadena de servicios turísticos. La administración asigna las funciones de coordinador de turismo, mediante la modalidad contratista, se requiere la creación de una oficina de turismo, encargada de estructurar, planificar, ejecutar, articular acciones en pro del desarrollo del destino.

El municipio de San Agustín participa en ferias especializadas en turismo principalmente la Vitrina Turística de ANATO, donde hacen presencia los actores sociales e institucionales del turismo, gracias al convenio con FONTUR para la dotación del Punto de Información Turística se envían estadísticas de turismo a la Gobernación del Huila y Viceministerio de Turismo, pero no se cuenta con un sistema de información turístico implementado. Con relación a las estadísticas que aporta el municipio para el Centro De Pensamiento Turístico para elaborar el índice de competitividad turística que es precisamente sobre el cual se soporta el ranking nacional de los territorios en materia de desarrollo turístico desde la óptica integral.

El municipio de San Agustín cuenta con territorio en áreas protegidas del orden mundial, nacional, regional y municipal.

- Parque Natural Regional Corredor Biológico Guacharos Puracé
- Parque Natural Nacional Puracé
- Reserva de La Biosfera Cinturón Andino

3.2.1. Oferta turística

Con relación al inventario de atractivos turísticos se debe resaltar que en el municipio de San Agustín se han realizado inventarios turísticos por parte del Viceministerio de Turismo, contando en este momento con el inventario del año 2019, en el cual fueron caracterizados y valorados 29 atractivos y en los talleres de concertación y priorización que realizó la gobernación del departamento del Huila en el año 2020, se incluyeron 10 recursos turísticos para su caracterización y valoración para un total de 39 recursos y atractivos que nos definen la vocación del destino de acuerdo al número de atractivos por tipo.

- Patrimonio Material 23
- Patrimonio Inmaterial 7
- Festividades y Eventos 1
- Sitios Naturales 5

Tabla 3. Inventarios atractivos turísticos del municipio

Nombre del Atractivo	Municipio	Patrimonio	Tipo de Patrimonio	Grupo
Estrecho del Magdalena	SAN AGUSTÍN	Sitio Natural	Aguas Loticas	Torrente
Iglesia de San Agustín	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arquitectónico
Arepas de Choclo	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Inmaterial	La gastronomía y los saberes culinarios
Calle de la Locería	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arquitectónico
Alto de Lavapatas	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Sitio Arqueológico La Parada	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Museo Etnográfico El Tablón	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Edificación para la Cultura
Iglesia Nuestra Señora de Lourdes	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arquitectónico
Petroglifos del Estrecho	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Tejeduría en fibra de plátano	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Inmaterial	Las técnicas de elaboración de objetos artesanales e instrumentos
Sitio Arqueológico El Purutal	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Sitio Arqueológico La Pelota	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Los Tres Chorros	SAN AGUSTÍN	Sitio Natural	Aguas Loticas	Cascada, catarata o salto
Sitio Arqueológico La Chaquira	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Sitio Arqueológico Quinchana	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico

Nombre del Atractivo	Municipio	Patrimonio	Tipo de Patrimonio	Grupo
Fuente de Lavapatas	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Bosque de las Estatuas	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Parque Arqueológico de San Agustín	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Alto de las Chinas	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Casa de La Cultura de San Agustín	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arquitectónico
Cestería en Fibras Vegetales	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Inmaterial	Las técnicas de elaboración de objetos artesanales e instrumentos
Vestigios arqueológicos Vereda El Jabón	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Encuentro Nacional de la Cultura	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Inmaterial	Festividades y Eventos
Cuy a la brasa	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Inmaterial	La gastronomía y los saberes culinarios
Museo Parque Arqueológico de Obando	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Edificación para la Cultura
Museo Precolombino Villa Real	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Edificación para la Cultura
Laguna del Magdalena	SAN AGUSTÍN	Sitio Natural	Aguas Lénticas	Lagunas
Parque Simón Bolívar	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Elementos del espacio público
Pesebre Interactivo de San Agustín	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Inmaterial	Las celebraciones y rituales
Reserva Natural de la Sociedad Civil Portal del Oso	SAN AGUSTÍN	Sitio Natural	Áreas Protegidas	Reservas de la sociedad civil

Nombre del Atractivo	Municipio	Patrimonio	Tipo de Patrimonio	Grupo
Estatuaria Quebradillas	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Grupo Arqueológico
Plaza Cívica de San Agustín	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Material Inmueble	Elementos del espacio público
Río Magdalena	SAN AGUSTÍN	Sitio Natural	Aguas Lénticas	Río
Talla en Piedra	SAN AGUSTÍN	Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural Inmaterial	Las técnicas de elaboración de objetos artesanales e instrumentos
Laguna de Santiago	SAN AGUSTIN	Patrimonio Natural	Aguas lenticas	Lagunas
Camino Prehispánico del Macizo Colombiano	SAN AGUSTIN	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Materia Inmueble	Obras de Ingeniería e Infraestructura (Camino real)

Fuente: (Departamento del Huila, 2021)

El destino San Agustín es el destino ancla del departamento del Huila, por su connotación, como destino arqueológico de Colombia y a nivel internacional, patrimonio histórico de la humanidad, para lo cual se relaciona algunos atractivos mágicos del destino:

Ilustración 5. Parque arqueológico de San Agustín



Fuente: (Departamento del Huila, 2016)

Ilustración 6. Mirador Estrecho del Magdalena



Fuente: (Departamento del Huila, 2016)

Ilustración 7. Museo arqueológico de Obando



Fuente: (Departamento del Huila, 2016)

Ilustración 8. Museo arqueológico el Tablón



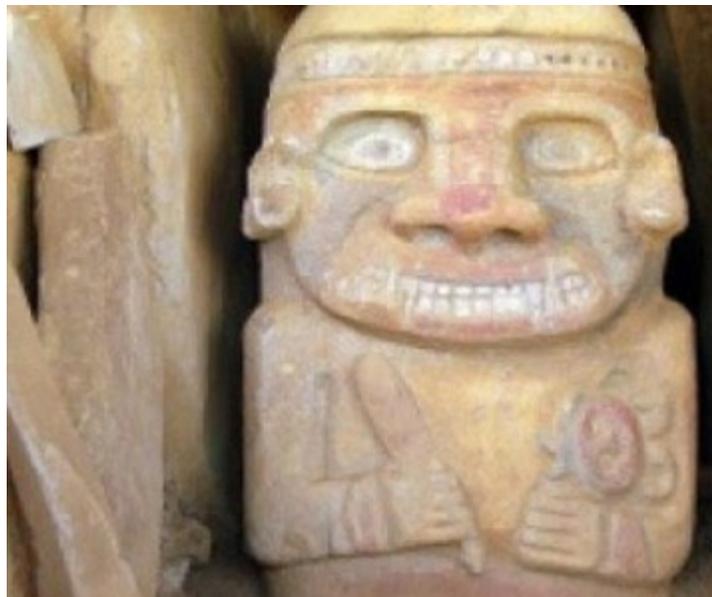
Fuente: (Departamento del Huila, 2016)

Ilustración 9. La Chaquira



Fuente: (Departamento del Huila, 2016)

Ilustración 10. Cerro Alto de la Pelota



Fuente: (Departamento del Huila, 2016)

Ilustración 11. Salto de tres chorros



Fuente: (Departamento del Huila, 2016)

El destino define una vocación clara hacia los productos de naturaleza y cultura, siendo de mayor importancia el tema arqueológico, donde encontramos unos de los atractivos focales del departamento del Huila, el Parque Arqueológico De San Agustín, y algunos sitios arqueológicos aislados de mucho interés, como La Chaquira, La Pelota, El Purutal, Quebradillas, La Parada entre otros. El complejo arqueológico de San Agustín es el mayor conjunto de tallas megalíticas de la América prehispanica y fue declarado por la Unesco como patrimonio Mundial en el año 1995.

En el tema de naturaleza, San Agustín tiene una oferta bien especial, por un amplio territorio en áreas protegidas del orden Mundial, como la Reserva de La Biosfera Cinturón Andino, del orden nacional en el Parque Nacional Natural Puracé, del orden Regional con el Parque Natural Regional Corredor Biológico Guacharos Puracé y un número importante de Reservas de la sociedad civil. En estas áreas se desarrollan actividades de senderismo interpretativos, actividades náuticas de aventura y observación de fauna y flora silvestre. En la parte alta de la cordillera de los andes, está ubicado el Macizo Colombiano una ecorregión de mucha importancia para el tema hídrico en Colombia y donde se operan actividades turísticas en un sendero que cruza desde la vereda Puerto Quinchana hasta el Centro Poblado de Valencia en el Cauca.

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

Tabla 4. Eventos culturales municipio de San Agustín

Eventos institucionales municipio de San Agustín			
No.	Evento	tipología	Fecha
1	San Agustín	Religioso	28-ago
2	Semana Santa	Religioso	Marzo-abril
3	Navidad	Religioso	24-dic
4	Feria artesanal	Ferias	Semana santa
5	Festival equino	Ferias	Oct
6	Reinado municipal del bambuco	Reinado	28-29 jun
7	Aniversario Fundación Del Municipio	Civica	13-jun
8	Día de la independencia	Civica	20-jul
9	Olimpiadas campesinas	Deportiva	Oct
10	Torneos deportivos intermunicipales	Deportiva	Ago
11	A recreamos con cultura y deporte	Deportiva	Cada 15 días
12	Peñas culturales	Cultural	Festivos
13	Semana cultural	Cultural	Oct
14	Día del turismo y patrimonio	Cultural	27-sep

Fuente: (Municipio de San Agustín, 2021)

3.2.2. Evaluación De Equipamiento, Instalaciones Y Actividades Turística

Actualmente, los prestadores de servicios turísticos en el municipio proveen de servicios de alojamiento, alimentación, esparcimiento, agencia de viajes y turismo, guías profesionales en turismo entre otros, que permiten que la dinámica del turismo sea una realidad. Actualmente las empresas que se encuentran en los territorios son en su mayoría construidas por familias o pequeñas empresas. Si bien es cierto la mayoría de los emprendimientos se han formalizado, existen algunos que aun surten este proceso en armonía con la normatividad vigente.

En San Agustín se percibe la presencia de profesionales formados en el conocimiento específico del turismo, sin desconocer la presencia de profesionales formados en otras disciplinas académicas que han identificado en el turismo una actividad económica promisoría que los anima a emprender en este negocio, desde luego, es evidente la presencia de personas vinculadas a las que coloquialmente podemos llamar como empíricas en el sector.

Al avanzar en la fase del Diagnóstico encontramos que en el municipio de San Agustín se encuentran 178 prestadores de servicios turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo 32 agencias de viajes, 2 empresas de transporte terrestre automotor, 77 establecimientos de alojamiento y hospedaje, y 64 guías de turismo, es del caso resaltar que uno de los criterios para identificar los municipios con vocación turística es precisamente el número de prestadores de servicios turísticos con Registro Nacional de Turismo, siendo San Agustín uno de los destinos turísticos más importantes del Huila, Junto con el Desierto de La Tatacoa. De igual manera al hacer un barrido al interior de San Agustín encontramos que cuenta con una amplia oferta de restaurantes, de muy buena calidad con ofertas variadas de la gastronomía típica, internacional, y fusión y con diferentes niveles de precio. En cuanto a los servicios bancarios las opciones están por debajo de las expectativas de un destino de tanta importancia, reconociendo la presencia de bancos, cooperativas financieras, corresponsales bancarios y cajeros electrónicos. Los Servicios de Salud son prestados por a la ESE Arsenio Repiso Vanegas, el comercio da respuesta a la afluencia de turistas y a la población local, con almacenes de ropa, ferreterías, droguerías entre otros.

3.2.4.1. Comercializadores de servicios turísticos

Ilustración 12. Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas



Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

Es importante resaltar la variedad de la oferta de servicios principalmente de alojamiento, que atienden la demanda de diferentes segmentos del mercado, por estilo, calidad, precios y ubicación, hoteles, hostales y hospedajes ubicados en diferentes lugares de las zonas rurales y urbanas, la mayoría cumpliendo con las normas mínimas de calidad, llegando a hoteles muy confortables, con mucho estilo y algunos de ellos lujosos.

En cuanto a los guías se hicieron algunas entrevistas y se percibe que no se han documentado los guiones turísticos, advirtiendo que los parlamentos corresponden a la tradición oral de los guías y orientadores turísticos, siendo una necesidad su capacitación en esta temática.

3.2.4.1.2. Tipología

El producto turístico del municipio de San Agustín es en primera instancia de Historia y Cultura, Naturaleza y aventura, tomando como referencia los atractivos turísticos mencionados, ocasionalmente se realizan eventos en el destino, un segmento que podría fortalecerse, pues los hoteles cuentan con los espacios para eventos y convenciones, la oferta hotelera es amplia y de calidad y existen los escenarios para la realización de eventos deportivos, como ciclomontañismo, senderismo ya actividades náuticas de aguas blancas y para temas arqueológicos.

Tabla 5. 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, 2019)

3.2.4.1.3. 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. Siendo las expresiones más representativas la práctica de senderismo de interpretación biótica, el rafting, los paseos en equinos, y desde luego el reconocimiento de cada uno de los hitos arqueológicos implantados en el Parque de San Agustín y en los sitios arqueológicos de su entorno.
- 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 el valor simbólico se relaciona con la visita a un sitio reconocido por la UNESCO como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad.
- 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.). San Agustín cuenta con una nutrida oferta de prestadores de servicios turísticos que le generan confianza, confortabilidad y seguridad al turista

3.2.4.1.4. 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.

Al auscultar el registro Nacional de Turismo correspondiente al año 2022 se observa que 178 prestadores de servicios turísticos de San Agustín están inscriptos en dicho RNT.

Tabla 6. Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de San Agustín

No.	TIPO DE SERVICIO	CANTIDAD
1	Alojamiento	46
2	Agencias de Viajes	32
3	Profesionales en guianza turística	64
4	Transporte Terrestre	2
5	Viviendas Turísticas	31
6	Otro tipo de servicios turísticos	3
TOTAL		178

Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

3.3. INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

3.3.1. Eje Oferta Turística y Demanda

Tabla 7. Gestión del destino turístico de San Agustín

	GESTIÓN DE DESTINO	CUMPLE	
		SI	NO
1. Turismo en el Plan de Desarrollo distrital o municipal	El Plan de Desarrollo distrital o municipal INCLUYE a la actividad turística como una línea estratégica que se desarrollará a través de proyectos y programas que cuentan con un plan de inversión.	X	
2. Plan de desarrollo turístico	Sí cuenta con Plan de Desarrollo Turístico distrital o municipal vigente		X
3. Oficina para la gestión turística	El distrito o municipio Sí cuentan con una entidad, organismo o dependencia especializada en gestión turística.	X	
4. Presupuesto destinado al turismo	El distrito o municipio Sí cuentan con recursos presupuestales destinados a la actividad turística.	X	
5. Consejo distrital o municipal de turismo	El distrito o municipio Sí cuenta con un consejo distrital o municipal de turismo.	X	
6. Articulación del municipio (sector turismo) con la Comisión Regional de Competitividad e Innovación	La autoridad de turismo del municipio o distrito NO se articula con la Comisión Regional de Competitividad e Innovación de su departamento.		X
7. Participación del distrito o municipio (sector turismo) en un clúster de turismo regional, departamental o municipal	El sector turístico del distrito o municipio NO participa en un clúster de turismo regional, departamental o municipal.		X
8. Plan de trabajo de articulación público - privada.	El distrito o municipio NO hace parte de la estrategia de Gestión Integral de Destinos y no hace parte del plan de trabajo de articulación público – privada.	X	
9. Posición del departamento al que pertenece el distrito o municipio en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), departamentos.	El departamento se encuentra en el Grupo 1 de la clasificación departamental en el ICTRC (departamentos con ICTRC entre 7,1 y 6,0).	X	
10. Posición del municipio o ciudad capital en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), ciudades capitales y municipios	El municipio NO se encuentra la clasificación de ciudades capitales y municipios del ICTRC.	X	

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

Tabla 8. Aspectos de sostenibilidad turística de San Agustín

	ASPECTOS ASOCIADOS A SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA	CUMPLE	
		SI	NO
11. Nivel de satisfacción de la comunidad local con el turismo.	El distrito o municipio NO cuenta con un registro de peticiones, quejas, reclamaciones, sugerencias y felicitaciones presentadas por la comunidad local, asociadas a la actividad turística.		X
12 Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA) en el contexto de viajes y turismo	El distrito o municipio NO cuenta con una herramienta de registro de los casos de vulneración de los derechos de los niños, niñas y adolescentes por ESCNNA en el contexto de viajes y turismo.	X	
13. Obstáculos económicos en el acceso a actividades turísticas para la población local	El distrito o municipio, prestadores de servicios y administradores de atractivos turísticos SI establecen con tarifas diferenciales para el acceso de la población local		X
14. Lineamientos de accesibilidad para el sector turístico	El distrito o municipio NO contempla aspectos de accesibilidad para el sector turismo, inmersos en un documento formal (plan de acción distrital o municipal).		X
15. Informalidad laboral asociada a la actividad turística	El puntaje para el indicador de "informalidad laboral" incluido en el Índice de Competitividad	X	
16. Salarios en el sector turístico	Competitividad Turística de Colombia (departamentos) está entre 2.01 y 4.		
17. Tráfico de fauna y flora	El distrito o municipio cuenta con una herramienta de registro de los casos de tráfico de fauna y flora en el contexto de viajes y turismo.	X	
18. Preservación, salvaguardia o promoción del patrimonio cultural	El distrito o municipio SÍ cuenta con iniciativas o empresas cuyas actividades se encuentren asociadas a la preservación, salvaguardia o promoción del patrimonio cultural.		X
19. Bienes de Interés Cultural.	Resultado mayor que 0% y hasta el 10% de atractivos turísticos culturales (clasificados como patrimonio cultural material inmueble) declarados Bienes de Interés Cultural sobre el número de atractivos turísticos culturales del distrito o municipio.	X	
20. Participación del turismo en el PIB departamental	El porcentaje de contribución de las actividades turísticas al PIB departamental es mayor que 0% y hasta 6,77%	X	
21. Programas o actividades de conservación y protección ambiental en el contexto de viajes y turismo.	Ha desarrollado ningún programa o acciones de conservación en el último año para el sector turístico.	X	
22 Empresas certificadas en Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad.	El porcentaje de prestadores de servicios turísticos certificados en Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad es mayor que 0% y hasta 20% sobre el total de prestadores de servicios turísticos con RNT activo del distrito o municipio.	X	
23 Destinos certificados en Normas Técnicas Sectoriales de Sostenibilidad.	El distrito o municipio cuenta con 1 o más certificaciones en las Normas Técnicas Sectoriales de sostenibilidad de destinos		X

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

Tabla 9. Infraestructura y condiciones básicas de San Agustín

INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES BÁSICAS DEL DESTINO		CUMPLE	
		SI	NO
24. Control y sanciones en la prestación de servicios turísticos.	El total de prestadores de servicios turísticos del distrito o municipio cuenta con denuncias y demandas presentadas ante la SIC durante el último año.	X	
25. Número de accidentes que afectan a turistas	En el distrito o municipio se han presentado accidentes que afectan a turistas durante el último año (enero a diciembre).		X
26. Actos de terrorismo.	El municipio Y todos los municipios con los que limita, NO se han visto afectados por actos de terrorismo en el último año*		X
27. Homicidios	El distrito o municipio registró homicidios en el último año*.	X	
28 policía de Turismo.	El distrito o municipio Sí cuentan con Policía de Turismo.	X	
29 accidentalidad vial en temporadas turísticas	El distrito o municipio cuenta con un registro de accidentalidad vial en temporadas turísticas y presenta accidentes.		X
30. Comités Departamentales de Seguridad Turística	El distrito o municipio participa de forma esporádica en la preparación y desarrollo de los Comités Departamentales de Seguridad Turística.	X	
31 delitos cometidos hacia turistas.	El distrito o municipio cuenta con denuncias oficiales realizadas por turistas nacionales o extranjeros.		X
32. Instituciones prestadoras de servicios de salud - IPS.	El número de prestadores de servicios de salud públicos y privados en el distrito o municipio equivalen a un porcentaje entre 0,41% y 0.80% sobre el total de la población del distrito o municipio.	X	
33, Infraestructura aeronáutica nacional	El distrito o municipio identifica ningún aeropuerto como principal receptor de visitantes que se dirijan hacia su destino.		X
34, Infraestructura aeronáutica internacional	El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un aeropuerto internacional que cumple EN SU TOTALIDAD con las características señaladas en la definición de este indicador.		X
35. Terminales de transporte terrestre.	Cuenta con un espacio físico que sirve como terminal, pero tiene servicio de baños, compras, oficinas para la comercialización de tiquetes, enfermería o cajeros electrónicos.		X
36. Índice de penetración del servicio de internet banda ancha.	El distrito o municipio cuenta con un índice de penetración de accesos fijos a internet entre 5,87% y 8,80%.	X	
37, Velocidad de conexión de internet banda ancha	El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje mayor que 8,01 en el criterio "velocidad de conexión a internet por banda ancha".		X
38. Llamadas caídas en la red de telefonía móvil	El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un puntaje entre 2,01 y 4 en el criterio "llamadas caídas en la red de telefonía móvil".		X
39, Cobertura del servicio de acueducto	El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura del servicio de acueducto entre 80,1% y 100%	X	
40, Cobertura del servicio de alcantarillado	El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de alcantarillado entre 50,1% y 70%.	X	
41, Cobertura del servicio de aseo	El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura de servicios de aseo entre 70,1% y 80%	X	

INFRAESTRUCTURA Y CONDICIONES BÁSICAS DEL DESTINO		CUMPLE	
		SI	NO
42, Cobertura del servicio de energía eléctrica.	El municipio cuenta con un porcentaje de cobertura del servicio de energía eléctrica entre 80,1% y 100%	X	
43, Infraestructuras para el desarrollo de actividades turísticas	El municipio cuenta con infraestructuras para el desarrollo de actividades turísticas.	X	
44, Presupuesto asignado al funcionamiento y mantenimiento de la infraestructura para el turismo.	El municipio asignó recursos para el mantenimiento y funcionamiento de la infraestructura para el turismo.		X

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

Tabla 10. Planta Turística

PLANTA TURÍSTICA		CUMPLE	
		SI	NO
45, Cobertura en servicios de alojamiento y hospedaje.	El municipio o distrito cuenta con un porcentaje de cobertura en servicios de alojamiento y hospedaje entre 30,1% y 50%	X	
46, Servicios de agencias de viajes	El distrito o municipio es comercializado por agencias de viajes formalmente constituidas.	X	
47, Guías profesionales de turismo	El municipio o distrito cuenta con guías profesionales de turismo.	X	
48, Servicios de establecimientos gastronómicos	El distrito o municipio cuenta con establecimientos gastronómicos formales que atiendan la demanda turística.	X	
49, Servicios de transporte terrestre turístico especial	El distrito o municipio cuenta con servicios de transporte terrestre turístico especial.	X	

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

Tabla 11. Formación y capacitación en Turismo

		FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN TURISMO	
		CUMPLE	
		SI	NO
50, Colegios Amigos del Turismo	El municipio o distrito cuenta con Colegios Amigos del Turismo.	X	
51. Programas de pregrado activos en los niveles técnico y tecnológico en turismo.	El departamento al que pertenece el municipio cuenta con programas de pregrado activos en los niveles técnico y tecnológico, que respondan a las necesidades del sector turístico.	X	
52, Programas de pregrado en nivel profesional para el sector turismo	El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje mayor que 0% y hasta 0,99% de programas de pregrado en turismo activos en nivel profesional, sobre el total de programas de pregrado en nivel profesional, disponibles en el departamento.	X	
53, Programas de posgrado en turismo	El departamento al que pertenece el municipio cuenta con un porcentaje mayor que 0% y hasta 1,92% de programas de posgrado activos en turismo, sobre el total de programas de posgrado disponibles en el departamento.		X
54, Bilingüismo en programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico para el sector turismo.	El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje mayor que 0% y hasta el 50% de formación bilingüe en programas de pregrado en los niveles técnico y tecnológico para el sector turismo.		X
55, Bilingüismo en programas de pregrado en nivel profesional para el sector turismo	El departamento al que pertenece el distrito o municipio cuenta con un porcentaje mayor que 0% y hasta el 50% de formación bilingüe en programas de pregrado en nivel profesional para el sector turismo.		X
56, Educación no formal en turismo	El distrito o municipio ¹ gestiona el desarrollo de procesos de educación no formal para el sector turismo.	X	

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

Tabla 12.Producto Turístico

	PRODUCTO TURÍSTICO	CUMPLE	
		SI	NO
57. Inventario de recursos y atractivos turísticos	El municipio cuenta con un inventario turístico documentado bajo la metodología definida por el Viceministerio de Turismo (fecha de levantamiento o actualización NO mayor a tres años).	X	
58. Estructuración del producto turístico	El municipio ha adelantado actividades para la identificación del producto turístico.	X	
59. Destino priorizado en los planes estratégicos de naturaleza, cultura, MICE o salud y bienestar	El distrito o municipio se encuentra priorizado en ninguno de los planes estratégicos de naturaleza, cultura, MICE y salud y bienestar.	X	
60. Bienes del patrimonio cultural (material, inmaterial, festividades y eventos y grupos de especial interés) en el producto turístico	El distrito o municipio cuenta con bienes de patrimonio cultural operados y comercializados por agencias de viajes.	X	
61. Bienes de patrimonio natural en el producto turístico	El distrito o municipio cuenta con bienes de patrimonio natural operados y comercializados por agencias de viajes.	X	

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

Tabla 13. Promoción y Comercialización

		PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	
		CUMPLE	
		SI	NO
62, Plan de mercadeo y promoción	El distrito o municipio cuenta con un plan de mercadeo y promoción.		X
63, Recursos asignados a la promoción y comercialización turística	El distrito o municipio asignó recursos a la promoción y comercialización turística.		X
64, Vinculación del distrito o municipio en campañas de promoción turística	El distrito o municipio ha estado vinculado a campañas de promoción turística en los últimos dos años.	X	
65. Participación en ferias de turismo	El distrito o municipio ha participado en ferias de turismo en los últimos cuatro años.	X	

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

3.3.2. EJE DEMANDA TURISTICA

Tabla 14. Demanda Nacional

		DEMANDA NACIONAL	
		CUMPLE	
		SI	NO
66, Ingreso de Visitantes	El municipio realiza medición del número de visitantes nacionales que recibe.		X
67, Variación en la llegada de visitantes nacionales al distrito o municipio	El distrito o municipio cuenta con información suficiente para determinar la variación de la llegada de visitantes nacionales.		X
68, Procedencia de los mercados nacionales potenciales	El municipio identifica la procedencia de los mercados nacionales potenciales.		X
69, Conectividad aérea nacional (porcentaje de ocupación de sillas aéreas).	El porcentaje de ocupación promedio en vuelos nacionales para el departamento es mayor que 0% y hasta 20%.	X	

Tabla 15. Demanda Internacional

DEMANDA INTERNACIONAL		CUMPLE	
		SI	NO
70, Ingreso de visitantes internacionales no residentes al distrito o municipio	El municipio realiza medición del número de visitantes internacionales no residentes que recibe.	X	
71, Variación en la llegada de visitantes internacionales no residentes al distrito o municipio	El distrito o municipio cuenta con información suficiente para determinar la variación de la llegada de visitantes extranjeros.	X	
72, Procedencia de los mercados internacionales potenciales	El distrito o municipio identifica la procedencia de los mercados internacionales potenciales.	X	
73, Conectividad aérea internacional (porcentaje de ocupación de sillas aéreas en vuelos internacionales)	El porcentaje de ocupación promedio en vuelos internacionales para el departamento está entre 20,1% y 40%	X	

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

Tabla 16. Gasto promedio

		GASTO PROMEDIO	
		SI	NO
74, Gasto per cápita promedio diario del turista interno en el distrito o municipio	El distrito o municipio realiza la medición del gasto diario promedio del turista interno.		X
75, Gasto per cápita promedio diario del turista internacional en el distrito o municipio	El distrito o municipio realiza la medición del gasto diario promedio del visitante internacional.		X
76, Ocupación hotelera anual	El distrito o municipio realiza la medición de su ocupación hotelera anual.		X
77, Promedio trimestral de pernoctación por tipo de alojamiento y motivo de viaje	El distrito o municipio reporta un promedio de pernoctación INFERIOR al promedio nacional.		X

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

Tabla 17. Presencia Digital

		PRESENCIA DIGITAL	
		SI	NO
78, Presencia digital mundial del distrito o municipio en la plataforma Google Trends	El distrito o municipio presenta una POPULARIDAD MEDIA en el interés de búsqueda entre 33,1 y hasta 66,7 en Google Trends, en la categoría de “viajes” por el criterio de búsqueda “todo el mundo”.		X
79, Presencia digital nacional del distrito o municipio en la plataforma Google Trends	El distrito o municipio presenta una POPULARIDAD BAJA en el interés de búsqueda mayor que 0 y hasta 33 en Google Trends, en la categoría de “viajes” por el criterio de búsqueda de “Colombia”.		X

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

Tabla 18 Satisfacción de viajeros

		SATISFACCIÓN DE VIAJEROS	
		SI	NO
80, Satisfacción de los viajeros	El distrito o municipio mide sistemáticamente la satisfacción de los viajeros.		X

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

3.4. ANALISIS DOFA

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

Tabla 19. Análisis DOFA.

	Positivos Para alcanzar el objetivo Fortalezas	Negativos Para alcanzar el objetivo Debilidades
Origen Interno (atributos del destino)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buen servicio de salud para la atención de los turistas en emergencias 2. Colegio CARLOS RAMON REPIZO- parte del programa colegios amigos del turismo 3. Reconocidos a nivel nacional, destino arqueológico de Colombia y a nivel internacional, patrimonio histórico de la humanidad 4. Diversidad de infraestructura turística (hoteles, restaurantes) 5. Reconocidos a nivel nacional, destino arqueológico de Colombia y a nivel internacional, patrimonio histórico de la humanidad 6. Diversidad de infraestructura turística (hoteles, restaurantes) 7. Productores de los mejores cafés colombianos 8. Alojamientos campestres acordes al destino 9. Corporación de turismo actica 10. Empresas certificadas en sostenibilidad en el Huila 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conectividad: vías de acceso hacia el destino san Agustín, redes 2. Falencia en talento humano de servicio al cliente, bilingüismo. 3. Debilidad en asociatividad para trabajar por el destino. 4. El no aprovechamiento del programa colegios amigos del turismo por los estudiantes para seguir con el proceso de profesionalización. 5. El colegio no se compromete para el desarrollo de las prácticas de los estudiantes del programa colegios amigos del turismo. 6. Infraestructura en la sede de Sena de San Agustín. 7. Enfoque exclusivo en el parque arqueológico 8. No existe un apoyo frente del sector público para desarrollar programas de turismo 9. La secretaría no cuenta con presupuesto propio. 10. Falencia en la calidad de presentación de proyectos. 11. Falta de señalización 12. Falencia de ornato 13. Problemática frente a la luminosidad 14. Improvisación del plan de ordenamiento territorial. 15. Problemática social, del consumo de estupefacientes. 16. Desorden al contorno de la plaza cívica. 17. No existe un policía de tránsito para la movilidad municipal. 18. Las zonas de tolerancia frente a la plaza cívica. 19. No se lleva a cabo la difusión de eventos con los actores del sector turístico. 20. No existe un trabajo de asociatividad entre los empresarios del sector turístico. 21. No se aplica el comparendo ambiental existente en el municipio. 22. La entrada de San Agustín de la mala organización del POT. 23. Falencia de promoción turística de la oferta turística de San Agustín. 24. Desarticulación entre el sector público – privado. 25. No existe una política pública en turismo 26. Poco pie de fuerza, solo se cuenta con un policía de turismo. 27. Los servicios públicos falencia con la electrificadora

Positivos Para alcanzar el objetivo Fortalezas	Negativos Para alcanzar el objetivo Debilidades
	<p>por los costos, cortos permanentes dañan los elementos de las empresas.</p> <p>28. Conectividad en red: solo existe una empresa que proporciona el servicio de red AZTECA.</p> <p>29. El alumbrado público</p> <p>30. Informalidad en los establecimientos de prestadores de servicios turísticos.</p> <p>31. Desconocimiento frente al desarrollo de costos fijos para las tarifas de alojamiento.</p> <p>32. Competencia desleal.</p> <p>33. Falencia frente al cierre del parque arqueológico de San Agustín</p> <p>34. Falencia en los establecimientos de alojamiento en la promoción de la oferta turística del destino.</p> <p>35. Problemática en los reportes estadísticos.</p> <p>36. No existe el consejo municipal de turismo.</p> <p>37. No existe cultura turística en los procesos de convocatorias y jornadas académicas y de formación.</p> <p>38. Falta capacitación de costos justos</p> <p>39. Falencia en planta turística frente al agua potable en ciertas zonas.</p> <p>40. Falencias en cifras estadísticas en turistas y visitantes.</p> <p>41. Apoyo financieros para el desarrollo empresarial.</p> <p>42. Cada empresa trabaja de manera individual.</p> <p>43. No se sabe trabajar Multidestino.</p>

Origen	Oportunidades:	Amenazas:
Externo (Atributos del ambiente)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionar a Colombia con producto de estándar internacional en Arqueología. 2. Adoptar una metodología colectiva enfocado al desarrollo local. 3. Realizar alianzas con la UNESCO 4. Desarrollar una política pública en turismo 5. Construcción del plan sectorial de turismo de San Agustín. 6. Desarrollar estrategia de marketing digital del destino. 7. -Vuelo de easyfly en Pitalito. 8. -Tazas certificadas en Café 9. Riqueza en la elaboración de producto de Aviturismo. 10. Promoción conjunta de la oferta turística de San Agustín e Isnos. 11. -Fortalecer los procesos de formación de guianza para actividades de arqueología y Aviturismo. 12. -Fortalecimiento del reconocimiento dentro del municipio como informadores turísticos. 13. Desarrollar el Sena en el municipio de San Agustín para fortalecer procesos de formación y competitivo en carreras, creando una planta turística. 14. -Generar proyectos para rediseñar e invertir en la estructura del SENA, con el fin de generar una contrapartida por parte del municipio. 15. -Participar en eventos especializados en turismo. 16. -Llegar a multiplicar el crecimiento del turismo en san Agustín. 	<ol style="list-style-type: none"> 17. -Inseguridad jurídica: extensión tributaria. 18. -Dificultad por las obras en la ruta Bogotá- San Agustín, debido a las vías destrozados. 19. Falencia en el servicio público en transporte del recorrido. 20. Inseguridad: delincuencia en la via Bogotá- San Agustín. 21. Por la eliminación de la ruta Pitalito- Medellín. 22. -Mala vía Popayán- San Agustín 23. Conectividad en red. 24. -Pésima calidad en la prestación de los servicios públicos y alto costo del servicio. 25. Abandono de atractivos arqueológicos. 26. Desconocimiento de los prestadores de servicios turísticos para el cobro de las actividades turísticas. 27. -No se encuentra certificado la actividad en cabalgata. 28. -Falta de desarrollo de actividades turísticas de planeación, frente a la autorización de actividades que afecta la actividad turística. 29. Falencia en el sector en cuarto vientos. 30. -Afectación en el desarrollo de las cabalgatas por no poderse transitar en la zona centro. 31. Desarticulación entre el ICANH y el sector turismo 32. -Falta de estandarización de precios por los taxistas. 33. Plaza de mercado, falta de organización del pueblo, siendo el ingreso del municipio. 34. -Competencia desleal. 35. Informalidad del sector 36. -No existe un control de material desechable en el estrecho del Magdalena.

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 20. Acciones prioritarias- Infraestructura

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

Tabla 21 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	➤ Diseñar producto arqueológico con estándares internacionales	1
		➤ Diseño Estructuración del producto ecoturismo; turismo rural, elaboración de los guiones turísticos.	
		➤ Definir los productos turísticos.	1
		➤ Fortalecer el Clúster Turístico del Sur del Huila.	1
		➤ Realizar la capacidad de carga de los recursos y atractivos turísticos focales en el municipio.	1
		➤ Estudio de Mercado de la Oferta y Demanda del Destino.	

Tabla 22. Acciones prioritarias- Ordenamiento

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 2: Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Destino Huila: ordenado y sostenible para el turismo	Ordenamiento territorial para el desarrollo turístico del destino Huila.	➤ Gestionar la inclusión del turismo en el Esquema de Ordenamiento Territorial EOT como un uso lícito del suelo.	1
		➤ Conservación del Patrimonio arquitectónico referido a elementos representativos de la localidad – Fomentar planes pachadas	1
	Destinos sostenibles y sustentables para el desarrollo turístico del Departamento del Huila.	➤ Certificación de calidad y sostenibilidad del municipio que impacte el turismo.	1
		➤ Implementar normas técnicas de colombianas.	1

Tabla 23. Acciones Prioritarias- Formación

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 3: Formación del Talento Humano			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Profesionalización del turismo en el municipio	Formar Cultura Turística:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Incluir el turismo en el PEI Local ➤ Adoptar el Servicio Social en Turismo. ➤ Implementar la media técnica en turismo. ➤ Capacitar en turismo a los prestadores de servicios turísticos. 	1
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Programa para Instituir el bilingüismo como catedra transversal 	1
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mejorar y ampliación de cobertura del programa de Articulación a la Media Técnica en Turismo. 	1
Cualificación de los prestadores de servicios turísticos.	Capacitar a los prestadores de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar programas de formación complementaria en turismo 	1
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en ingles técnico 	100%

Tabla 24. 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	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fortalecer oficina de Turismo del municipio 	1
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Actualizar y ejecutar el Plan Sectorial de Turismo del Municipio 	1

Tabla 25. 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 26. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 7: Comercialización y Promoción			
Programa	Proyecto	Subproyecto	Meta
Programa Mercadeo y Promoción del Destino	Diseñar e implementar estrategias de promoción turística del Municipio	➤ Realizar un estudio de mercado para el conocimiento y análisis de nuevos mercados tanto nacionales para el producto turístico del municipio	1
		➤ Desarrollar un Plan de promoción turística para el municipio	1
		➤ Estrategias e implementación de campañas promocionales del destino para el posicionamiento en los mercados nacionales - Anual	1

Fuente: (Departamento del Huila, 2022b)

3.5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Bibliografía

- Cámara de Comercio del Huila. (2022). *Registro Nacional de Turismo*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2016). Banco de imágenes Secretaría de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2016a). Manual de uso Marca Huila. *Secretaria de Cultura y Turismo*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2019). *Producto Turístico del Huila*. 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. (2021). *Atractivos Turísticos de San Agustín*. Neiva.
- 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*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2022a). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *DOFA*. San Agustín.
- Departamento del Huila. (2022b). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *Plan de Acción*. San Agustín.
- EDUCAEDU. (2022). *Ofertas académicas en turismo*. Neiva.
- EDUCAPLAY. (2016). *Mapa Turístico del Huila*. Obtenido de https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1027869-turismo_el_huila.html
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). *Programa Colegios Amigos del Turismo*. Bogotá D.C.
- Municipio de San Agustín. (2021). *Esquema de Ordenamiento Territorial*. San Agustín.
- ONU. (2021).