Diagnóstico Estratégico de Turismo

TARQUI

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

Gobernación del Huila
Huila Crece
Secretaría de Cultura y Turismo del Huila
Huila un paraíso por descubrir

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Programa Colegios Amigos Del Turismo 12
Tabla 2. Oferta Académica en Turismo 13
Tabla 3 Actividades turísticas de Tarqui 17
Tabla 4 : Atractivos turísticos contemplados en el PDM 17
Tabla 5 Tradiciones Culturales 18
Tabla 6 Sitios Naturales de Interés Turístico 18
Tabla 7 Eventos institucionales 19
Tabla 8 Sociodemográfico y Económico Motivaciones y Aficiones Actitudes, Necesidades y Comportamientos 20
Tabla 9 Síntesis prestadores de servicios turísticos Tarqui 24
Tabla 10 Gestión del destino turístico de Tarqui 25
Tabla 11 Análisis DOFA 28
Tabla 12 Lineamientos estratégicos 29
Tabla 13 Acciones Prioritarias- Innovación 29
Tabla 14. Acciones prioritarias- Ordenamiento 30
Tabla 15. Acciones Prioritarias- Formación 30
Tabla 16 Acciones Prioritarias- Gobernanza 30
Tabla 17. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial 31
Tabla 18. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción 31

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Principales Atractivos del Huila 7
Ilustración 2.Producto Turístico del Huila 8
Ilustración 3 Líneas Estratégicas Plan Sectorial de Turismo 9
Ilustración 4.Marca Huila un paraíso por descubrir..... 11
Ilustración 5 Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas 22

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. Deparmento 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 Turistica
PNN. Parque Nacional Natural
PST. Prestadores de Servicios Turisticos
RNT. Registro Nacional de Turismo
SENA. Servicio Nacional de aprendizaje
SITUR. Sistema de Información Turística
SITYC. Sistema de Información Turistico 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 rio 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)

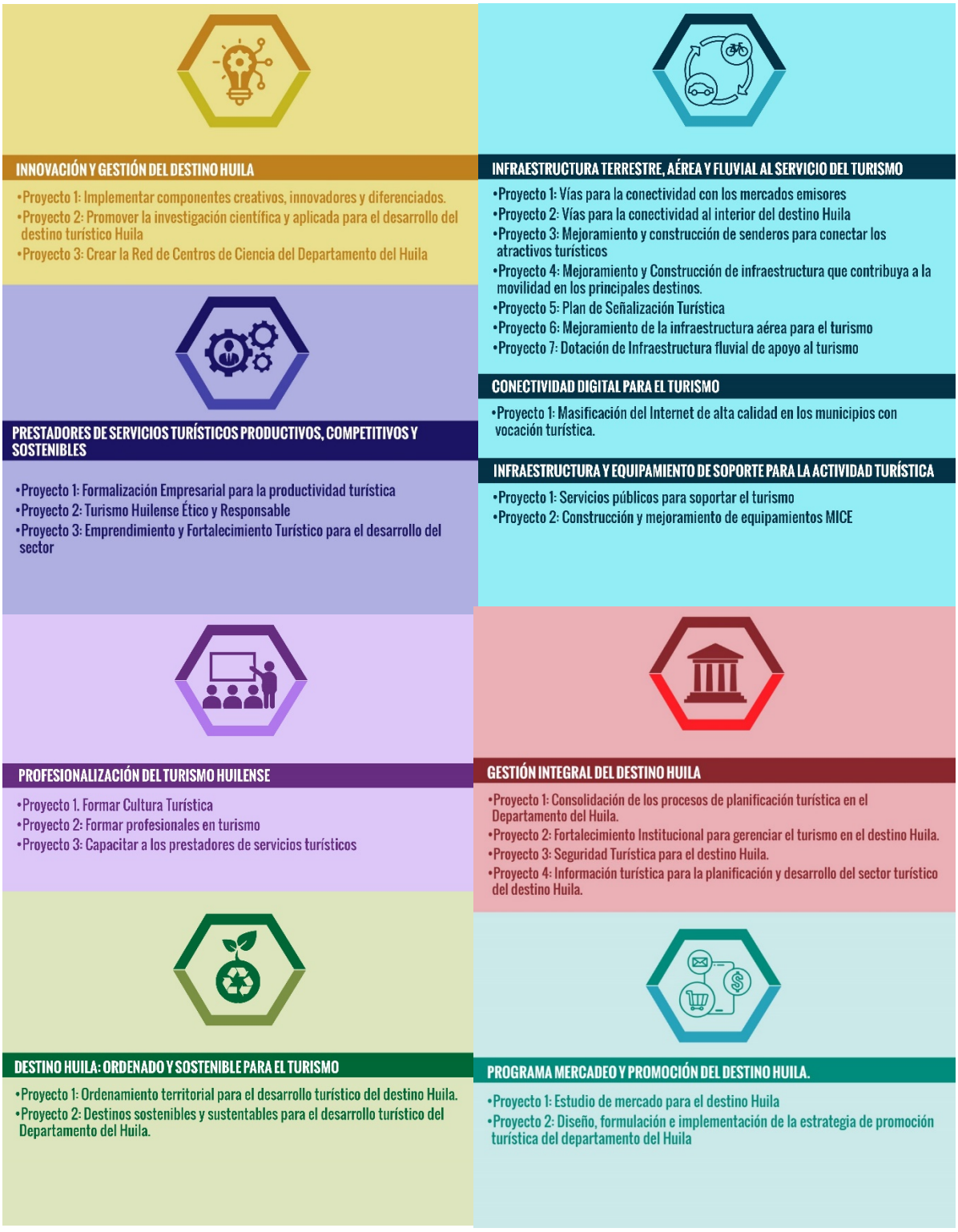
De acuerdo con el producto turístico del Huila, estos dos motivadores son los favoritos de la demanda, principalmente en los mercados internacionales. El turismo cultural resalta los rasgos característicos de una sociedad y turismo de naturaleza se desarrolla sin alterar el medio ambiente e interactuando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



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 Tarqui forma parte de la Serranía de Las Minas, uno de los ecosistemas estratégicos que permite la articulación del Macizo Colombiano a la cuenca del río Magdalena; los tarqueños son prolíficos en su producción musical razón por la cual al municipio se le ha denominado como “El Ruiseñor del Huila”. El territorio del municipio de Tarqui formó parte de la recordada “Hacienda de Laboyos”, algunos de sus vestigios se pueden reconocer en las históricas casas de hacienda ganadera cuyo estilo arquitectónico data de la época de la colonia.

En este mismo sentido se reconoce que su acervo económico lo formó con fundamento en el desarrollo agropecuario, como ya se ha dicho ganadería bovina y el cultivo del cacao, sin desconocer que recientemente ha incursionado en los cultivos de café y de uva; vale decir entonces que Tarqui es un municipio que prospecta para la articulación a la Ruta del Café y resaltando su producción cacaotera.

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

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

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

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

3.2.1. Oferta turística

Los tarqueños recientemente han visionado en el turismo una actividad económica promisoria, pensamiento interpretado mediante la promulgación del Acuerdo Municipal Número 006 de 2020, Por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo Municipal para el período 2020-2023 denominado "TARQUI NOS UNE", Plan que, estableció la Línea estratégica "Tarqui nos une por un mejor desarrollo económico", bajo cuyo amparo se creó el Programa: Productividad y competitividad de las empresas municipales, siendo su objetivo: Contribuir al aumento de la productividad y competitividad de las unidades productivas locales, a través de la implementación de acciones que apunten a la corrección de fallas de mercado, estableciendo dos metas de bienestar: Crecimiento del PIB y Prestadores de Servicios de Turismo Activas.

Sin embargo, el desarrollo turístico en este municipio es muy incipiente, dentro del inventario turístico identificado por la Secretaria de Cultura y Turismo del Huila, en su pagina Huila.travel, se encuentran los siguientes:

- **Bosque de los pinos**: Zona Montañosa del municipio de Tarqui, que desde hace algunos años ha sido utilizada para el cultivo de pinos, generando un paisaje muy singular causado por los bosques plantados y por la topografía quebrada que en un tramo considerable presenta un profundo barranco hacia la cuenca de la quebrada La Maituna y el Río Magdalena. Sobre la zona se han adecuado algunos miradores, con infraestructura rustica para mejorar la experiencia paisajística de los visitantes. algunos cuentan con hospedaje servicios de restaurante y café bar.

- **Finca el Carmen:** Predio rural usado para la producción de uva Isabela, caña panelera y almácigos de café, cuenta con una casa campesina con amplios corredores y rodeada de jardines florecidos, en la finca se hace un sendero interpretativo por los cultivos de uva en diferentes estados de la producción, por una zona dedicada a la producción d plántulas de café para vender a los cultivadores y un cultivo de caña panelera, para llegar a la caña se debe pasar una quebrada por un puente colgante, que inicia en un guadual y termina en parches de bosque de la zona de protección de la fuente hídrica. En la finca preparan de manera artesanal vino y el visitante recibe información de proceso y una degustación.

- **Finca El Higuillo:** Conjunto de Casa de Hacienda, Corrales y Establecimiento Panelero, cuyo punto focal es una casa de arquitectura colonial en forma de Ele, con muros en adobe, cubierta en teja de barro sobre un muy elaborado arme en madera, pisos en tableta de ladrillo cuadrado, cocina abierta, corredores amplios en todo el contorno y muros en adobe y bahareque. En la parte frontal prados y jardines florecidos, un estanque usado en la actualidad para la producción piscícola, y una ramada que conserva la arquitectura. en la parte trasera el establecimiento de Molienda con su trapiche, hornilla, fondos y gaveras. La finca cuenta con un sendero agroturístico y ecológico, que pasa por los cultivos de caña y cacao, guaduales y la zona de protección de la quebrada, en el que se visita una ceiba monumental.

- **Finca Guayabilla:** Conjunto de infraestructuras de una antigua hacienda ganadera y agrícola, que hoy conserva algunos rasgos patrimoniales y unas obras que en su tiempo e incluso en la actualidad son realmente innovadoras. Vivienda en bahareque que hizo parte de una antigua construcción de la casa de la hacienda, una piscina con un corredor sumergido que conduce a una sala subterránea con vista a la piscina a través de una vidriera, un lago que cumple la función de un acuario inverso, pues el visitante pasa por un puente de madera a una cámara central sumergida con vidrios hacia el estanque que permiten ver los peces desde allí. La zona de la casa cuenta con prados y jardines cuidados, rodeados de cercas de piedra, cuenta con dos cabañas estilo chalet un de ellas en construcción tradicional campesina con arme de guadua, la otra en madera aserrada. En los alrededores hay corrales e instalaciones ganaderas, zonas de cultivo y un sendero interpretativo a la quebrada. La finca tiene cría de diferentes especies de aves de corral.

- **Viñedos y Producción de Vino**: Técnicas agrícolas y agroindustriales para la producción de la uva isabela y algunos casos su transformación a través de la producción de vinos artesanales. El cultivo de la uva se ha convertido en una alternativa productiva para las zonas rurales del municipio de Tarqui, donde se comercializa la uva, y algunos de los productores han incursionado en la fabricación de vinos de manera artesanal. Se pueden visitar fincas donde se hacen recorridos interpretativos en torno al cultivo de la uva, caña de azúcar y otras actividades agropecuarias, terminando con una narración sobre el a producción del vino y muestra del proceso de producción que alguno ya está terminando con la maduración en barricas de roble.

3.2.2. Otras actividades turísticas locales

Dentro del municipio existen algunos atractivos que los mismos habitantes han identificado con un potencial turístico, ya sea desde el ámbito ambiental con la implementación de miradores y rutas hacía cascadas o balnearios hasta sitios que ofrecen servicios gastronómicos y recreativos con la creación de hostales y centros para compartir en un ambiente familiar.

Tabla 3 Actividades turísticas de Tarqui

Nombre de lugar	Dirección/como llegar
Agencia Operadora Huila Ruta45	Calle 3 # 20-84 Tarqui
Guayabillas Lodge	Vereda Buenos Aires a 9km de Tarqui.
Hospedaje Real Tarqui	Carre 6 N° 2-45
Hostal Casa Victoria	Carre 6 N° 2 -19
La Puerta Al Cielo	Vereda El Vergel, Vía Maito, Tarqui.
Mirador de Pinos San Esteban	Centro poblado el Vergel a 7.6Km de Tarqui, vía Maito.
Makawi Centro Recreacional	Centro Poblado el Vergel
Aguas Calientes	A 7km de Tarqui via hacia la vereda La Esmeralda, cerca al puente entre La esmeralda y el Caimital
Cascada Los Andes	Finca los Delirios, a 32Km de Tarqui y 30 minutos aproximadamente caminando.
Charco Las Lajas	Corregimiento el Vergel, entrada hasta la finda La Loma de la Cruz a 2Km de allí
Loma de La Cruz	Casco Urbano de Tarqui, en el barrio La Loma
Quebrada El Hígado	Casco Urbano de Tarqui, desde el puente hacia la salida al Pital
Rio Magdalena	Tramo del Puente San esteban a la entrada del pueblo – Tramo puente de paso a Maito a islas del Perú

Fuente: (CENTURHUILA, s.f.)

Cabe resaltar que desde el Plan de Desarrollo Municipal del Municipio se contemplan los siguientes lugares como zonas de atracción turísticas para la población en general.

Tabla 4 : Atractivos turísticos contemplados en el PDM

Zona / Actividad	Tipo de Turismo
Casa de la Cultura	Cultural - Historia
Templo Colonial San Antonio de Padua	Cultural - Historia
Escuela de Artes y Oficios	Cultural
Caverna Indígena La Esmeralda	Ecoturismo
Balneario Las Lajas	Ecoturismo
Aguas Calientes de la Esmeralda	Ecoturismo
Aguas Termales del Puente San Esteban	Ecoturismo
Laguna en cercanías de la Vereda Lagunilla	Ecoturismo

Fuente: (Municipio de Tarqui, 2020)

3.2.3. Construcción del Conocimiento del Contexto Local

Sin embargo, al auscultar el documento “Construcción del Conocimiento del Contexto Local”, los consultores con fundamente en el EOT de Tarqui se identificaron 20 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 5 Tradiciones Culturales

No.	TRADICIÓN O BIEN CULTURAL	TIPOLOGÍA	RECURSO	ATRACTIVO
1	Arqueología En Buenavista	Arqueología	x	
2	Hacienda La Argentina	Arquitectura	x	
3	Hacienda San Miguel	Arquitectura	x	
4	Hacienda Santa Rosa	Arquitectura	x	
5	Templo Parroquial	Arquitectura		x
6	Asado Huilense	gastronomía		x
7	Baile del Sanjuanero	música y Danza		x
8	música Andina	música y Danza		x
9	Rajaleña	música y Danza		x

Fuente: (Historia, 2006)

Tabla 6 Sitios Naturales de Interés Turístico

No.	SITIO NATURAL	TIPOLOGÍA	RECURSO	ATRACTIVO
1	Río Magdalena	Aventura	x	
2	Laguna Lagunilla	Aventura	x	
3	Laguna Quebraditas	Aventura	x	
4	Quebrada El Hato	Aventura	x	
5	Quebrada El Hígado	Aventura	x	
6	Serranía de Las Minas	Aventura	x	

Fuente: (Alcaldia Municipal de Tarqui, 2020a)

Tabla 7 Eventos institucionales

No.	EVENTO	TIPOLOGIA	FECHA
1	Fiesta patronal san Antonio de Padua	Religioso	13-jun
2	Semana santa	Religioso	MARZO-ABRIL
3	Navidad	Religioso	24-dic
4	Reinado municipal del bambuco	Reinado	28-29 JUN
5	Aniversario fundación del municipio	Cívica	19-jul

Fuente: *(Historia, 2006)*

3.2.5.2. Tipología

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

Es importante tener en cuenta que una vez se establezca la operación de las actividades turística se debe armonizarlas con las tendencias de la demanda, siendo necesario realizar un cuidadoso ejercicio de segmentación que permita identificar los nichos de mercado, como los que a continuación se presentan.

Tabla 8 Sociodemográfico y Económico Motivaciones y Aficiones Actitudes, Necesidades y Comportamientos

SEGMENTO/ NICHO	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.

SEGMENTO/ NICHO	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
			➢ 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)

3.2.5. Evaluación de equipamiento, instalaciones y actividades turística

Actualmente el desarrollo del sector de turismo del municipio se empieza a ver un pequeño interés de sus habitantes, ellos han venido incursionando en el desarrollo de diversos servicios que les puedan proveer un ingreso económico adicional a los que tradicionalmente obtienen del sector agropecuario, destacándose la construcción de Miradores y la adecuación de escenarios turísticos como el denominado “Bosque de Pinos” y el balneario “Las Lajas”

3.2.5.1. Comercializadores de servicios turísticos

Como ya se mencionó en el anterior numeral, en Tarqui el turismo es una actividad económica incipiente perceptible por su limitada oferta de escenarios y prestadores de servicios turísticos, reconociendo la presencia de alojamientos rurales en fincas cacaoteras, y un guía de turismo, requiriéndose para un desarrollo sostenible y competitivo la creación de un operador turísticos y una empresa prestadora del servicio de transporte turístico.

Ilustración 5 Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas

Fuente: (Càmara de Comercio del Huila, 2022)

3.2.5.3. 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. El turista podrá vivir experiencias en recorridos guiados por cacaotales y cultivos de uva, así como, disfrutar del paisaje del cañón del río Magdalena en su majestuosa entrada por Pericongo.
- 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 principal valor simbólico de Tarqui es sin lugar a duda es su vocación musical actividad cultural que le ha merecido el reconocimiento como Ruiseñor del Huila.
- Utilidades físicas, a menudo asociadas con aspectos físicos y necesidades básicas (una cama para dormir, comida para alimentarse, transporte) o las infraestructuras receptivas en destino (sanidad, salubridad, seguridad, movilidad, accesibilidad, etc.), Tarqui le oferta a sus visitantes y turistas confortables y seguros alojamientos y restaurantes.

Por diversos motivos el municipio de Tarqui tiene poca demanda turística, entre ellos, la ausencia de herramientas de planeación turística que orienten su desarrollo, baja inversión pública en infraestructura de comunicaciones, educación turística, mercadeo y promoción, reconociendo que algunos empr4endedores han adecuado alojamientos rurales y miradores paisajísticos.

3.2.5.4. 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.

Auscultando el Registro Nacional de Turismo se observa que durante el año 2022 renovaron o se inscribieron 10 prestadores de servicios turísticos, advirtiendo que la Agencia de Viajes Ruta 45 sirve a la comercialización de los productos turísticos de este municipio.

Tabla 9 Síntesis prestadores de servicios turísticos Tarqui

No.	TIPO DE SERVICIO	CANTIDAD
1	Alojamiento	5
2	Agencias de Viajes	0
3	Profesionales en guianza turística	1
4	Parques temáticos	1
5	Viviendas Turísticas	3
	TOTAL	**10**

Fuente: (Càmara de Comercio del Huila, 2022)

Para el documento resulta importante el comportamiento de la variación del Índice de Ocupación Hotelera, advirtiendo que las autoridades turísticas de Tarqui no reportan oportuna y continuamente la respectiva información.

3.3 INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

Tabla 10 Gestión del destino turístico de Tarqui

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

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

3.4. ANALISIS DOFA

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

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

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

Tabla 11 Análisis DOFA

Positivos	Negativos
Para alcanzar el objetivo	**Para alcanzar el objetivo**
Origen interno (atributos del destino)	
Fortalezas:	**Debilidades:**
1. Riquezas y diversidad natural y cultural. 2. Producto diferenciador 3. Nuevas inversiones en infraestructura	1. Escasa existencia de producto desarrollado. 2. Insuficiente penetración en los canales de comercialización turística. 3. Falta de apoyo institucional 4. Organización de las comunidades.

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

Fuente: (Departamento del Huila, 2022b)

3.5 PLAN DE ACCION

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 12 Lineamientos estratégicos

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

Tabla 13 Acciones Prioritarias- Innovación

Acciones 2020 – 2039 **Líneas Estratégicas 2: Innovación**			
Programa	**Proyecto**	**Subproyecto**	**Meta**
Innovación y Gestión del Destino Huila	Implementar componentes creativos, innovadores y diferenciados	➢ Diseño Estructuración del producto ecoturismo; turismo rural, elaboración de los guiones turísticos.	1
		➢ Definir los productos turísticos.	1
		➢ Fortalecer el Clúster Turístico del Sur del Huila.	1
		➢ Realizar la capacidad de carga de los recursos y atractivos turísticos focales en el municipio.	1

Tabla 14. Acciones prioritarias- Ordenamiento

Acciones 2020 – 2039			
Líneas Estratégicas 2: Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente			
Programa	**Proyecto**	**Subproyecto**	**Meta**
Destino Huila: ordenado y sostenible para el turismo	Ordenamiento territorial para el desarrollo turístico del destino Huila.	➢ Gestionar la inclusión del turismo en el Esquema de Ordenamiento Territorial EOT como un uso licito del suelo. ➢ Conservación del Patrimonio arquitectónico referido a elementos representativos de la localidad – Fomentar planes pachadas	1 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 15. Acciones Prioritarias- Formación

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

Tabla 16 Acciones Prioritarias- Gobernanza

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

Tabla 17. 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%
	Programa de Turismo Ético y Responsable	➢ Desarrollar programas de prevención de actividades ilícitas asociadas al turismo	1
		➢ 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 18. 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, 2022a)

3.5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Bibliografía

Alcaldia Municipal de Tarqui. (31 de Julio de 2020a). Obtenido de Plan de Desarrollo Municipal Tarqui nos une 2020-2023: http://www.tarqui-huila.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-20202023

Càmara de Comercio del Huila. (2022). *Registro Nacional de Turismo.* Neiva.

CENTURHUILA. (s.f.). *App movil 3.0*. Obtenido de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ycjn.centurhuila&hl=es_CO&gl=US&pli=1

Departamento del Huila. (2016). Banco de imàgenes Secretarìa de Cultura y Turismo.

Departamento del Huila. (2016a). Manual de uso Marca Huila. *Secretaria de Cultura y Turismo*. Neiva.

Departamento del Huila. (2019). *Producto Turistico del Huila.* Neiva.

Departamento del Huila. (2020). *Plan Departamental de Desarrollo*. Obtenido de https://www.huila.gov.co/documentos/1336/plan-de-desarrollo-2020-2023/

Departamento del Huila. (2021a). *Plan Sectorial de Turismo 2021-2033.* Neiva. Obtenido de Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.

Departamento del Huila. (2022). Nivel de desarrollo Turistico, segun metodologia del MINCIT. Neiva.

Departamento del Huila. (2022a). Talleres para la construccion de la Agenda Estrategica productiva en el componente de turismo. *Plan de Acción*. Tarqui.

Departamento del Huila. (2022b). Talleres para la construccion de la Agenda Estrategica productiva en el componente de turismo. Tarqui.

EDUCAEDU. (2022). *Ofertas academicas en turismo.* Neiva.

EDUCAPLAY. (2016). *Mapa Turistico del Huila*. Obtenido de https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1027869-turismo_el_huila.html

Historia, F. C. (2006). *Historia/Construcción del Conocimiento del Contexto Local.* Neiva.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). *Programa Colegios Amigos del Turismo.* Bogotà D.C.

Municipio de Tarqui. (31 de Julio de 2020). Obtenido de Plan de Desarrollo Municipal Tarqui nos une 2020-2023: http://www.tarqui-huila.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-20202023

ONU. (2021).