

Diagnóstico Estratégico de Turismo

TERUEL



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 Aves con especialidad en la Finca El Cacique.....	17
Tabla 4 Tradiciones Culturales.....	18
Tabla 5 Sitios Naturales de Interés Turístico	18
Tabla 6 Eventos institucionales.....	18
<i>Tabla 7 Sociodemográfico y Económico Motivaciones y Aficiones Actitudes, Necesidades y Comportamientos</i>	<i>21</i>
Tabla 8 Síntesis prestadores de servicios turísticos Teruel	24
Tabla 9 Gestión del destino turístico de Teruel	25
Tabla 10 Análisis DOFA	27
<i>Tabla 11. Acciones prioritarias- Infraestructura</i>	<i>29</i>
Tabla 12 Acciones Prioritarias- Innovación	29
Tabla 13. Acciones prioritarias- Ordenamiento.....	30
Tabla 14. Acciones Prioritarias- Formación	30
Tabla 15 Acciones Prioritarias- Gobernanza	30
Tabla 16. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....	31
Tabla 17. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción.....	31

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Principales Atractivos del Huila	7
Ilustración 2.Producto Turístico del Huila	8
<i>Ilustración 3 Líneas Estratégicas Plan Sectorial de Turismo</i>	9
Ilustración 4.Marca Huila un paraíso por descubrir.....	11
Ilustración 5 Especies avistadas	16
Ilustración 6 Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas	19

LISTA DE ABREVIATURAS

B

BID. Banco Interamericano de Desarrollo

C

CAM. Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena

CITUR. Centro de información turística de Colombia

D

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística

DNP. Departamento Nacional de Planeación

DRMI. Distrito Regional de Manejo Integrado

E

EOT. Esquema de Ordenamiento Territorial

F

FEM. Foro Económico Mundial

FONTUR. Fondo Nacional de Turismo

I

IDC. Índice Departamental de Competitividad

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

L

LRPCI. Lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial

M

MEN. Ministerio de Educación de Colombia

MINCIT. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

MICE. Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exhibiciones

MinCIT. Ministerio de Comercio Industria y Turismo

N

NTC. Normas Técnicas Colombianas

O

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

P

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

S

SENA. Servicio Nacional de Aprendizaje

3.1. GENERALIDADES DEL TURISMO DEL HUILA

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

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

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

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

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

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

Ilustración 1. Principales Atractivos del Huila



Fuente: (EDUCAPLAY, 2016)

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

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

Recientemente, esto es, año 2020 la Administración Departamental del Huila ha creado un tercer producto turístico enmarcado en agroturismo enfocado en el desarrollo de la caficultura con extensión a la cacaocultura, producto al que ha denominado Ruta Mágica del Café, soportado en el reconocimiento nacional e internacional de la calidad de sus cafés especiales y en el cacao fino de aroma.

Los habitantes del Huila, emprendedores y decididos han sabido aprovechar la riqueza de sus recursos naturales y culturales para generar desarrollo. Este pueblo acogedor y alegre lo invita a disfrutar el encanto de tradiciones ancestrales y ricas creencias populares que se manifiestan en la alegría de sus fiestas regionales, en la variedad de su artesanía y su cocina típica, especialmente en el legado cultural que dejaron sus ancestros.

El destino Huila, cuenta con un gran potencial turístico reconociendo su oferta multicultural y aplicando las tendencias de sostenibilidad, cuenta con dos ejes que

determinan claramente la oferta relevante y diferenciadora del turismo en los mercados nacionales e internacionales.

- Turismo Cultural
- Turismo de Naturaleza.

Ilustración 2.Producto Turístico del Huila



Fuente: (Departamento del Huila, 2016)

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

3.1.1. PLAN SECTORIAL DE TURISMO “HUILA UN PARAÍSO POR DESCUBRIR 2021 - 2033

El Gobierno departamental en el marco de sus funciones y objetivos ha direccionado el Plan Sectorial de Turismo “Huila un Paraíso por Descubrir 2021 – 2033”, resaltando el potencial turístico que, el departamento tiene como estrategia de desarrollo competitivo y sostenible, siendo un instrumento de planificación turística, el cual contiene elementos para fortalecer la competitividad del sector, de tal forma que, el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental.

Este instrumento de planificación turística, construido colectivamente entre la Administración Departamental, los prestadores de servicios turísticos, gremios, academia y actores del turismo del departamento, identificó siete (7) líneas estratégicas, con el propósito de generar sinergia en la región, para lograr el desarrollo turístico y establecer acciones encaminadas al fortalecimiento de la oferta y demanda turística, para posicionarnos en los mercados nacional e internacional.

Ilustración 3 Líneas Estratégicas Plan Sectorial de Turismo





INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL DESTINO HUILA

- Proyecto 1: Implementar componentes creativos, innovadores y diferenciados.
- Proyecto 2: Promover la investigación científica y aplicada para el desarrollo del destino turístico Huila
- Proyecto 3: Crear la Red de Centros de Ciencia del Departamento del Huila



INFRAESTRUCTURA TERRESTRE, AÉREA Y FLUVIAL AL SERVICIO DEL TURISMO

- Proyecto 1: Vías para la conectividad con los mercados emisores
- Proyecto 2: Vías para la conectividad al interior del destino Huila
- Proyecto 3: Mejoramiento y construcción de senderos para conectar los atractivos turísticos
- Proyecto 4: Mejoramiento y Construcción de infraestructura que contribuya a la movilidad en los principales destinos.
- Proyecto 5: Plan de Señalización Turística
- Proyecto 6: Mejoramiento de la infraestructura aérea para el turismo
- Proyecto 7: Dotación de Infraestructura fluvial de apoyo al turismo



PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS PRODUCTIVOS, COMPETITIVOS Y SOSTENIBLES

- Proyecto 1: Formalización Empresarial para la productividad turística
- Proyecto 2: Turismo Huilense Ético y Responsable
- Proyecto 3: Emprendimiento y Fortalecimiento Turístico para el desarrollo del sector

CONECTIVIDAD DIGITAL PARA EL TURISMO

- Proyecto 1: Masificación del Internet de alta calidad en los municipios con vocación turística.

INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO DE SOPORTE PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

- Proyecto 1: Servicios públicos para soportar el turismo
- Proyecto 2: Construcción y mejoramiento de equipamientos MICE



PROFESIONALIZACIÓN DEL TURISMO HUILENSE

- Proyecto 1. Formar Cultura Turística
- Proyecto 2: Formar profesionales en turismo
- Proyecto 3: Capacitar a los prestadores de servicios turísticos



GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO HUILA

- Proyecto 1: Consolidación de los procesos de planificación turística en el Departamento del Huila.
- Proyecto 2: Fortalecimiento Institucional para gerenciar el turismo en el destino Huila.
- Proyecto 3: Seguridad Turística para el destino Huila.
- Proyecto 4: Información turística para la planificación y desarrollo del sector turístico del destino Huila.



DESTINO HUILA: ORDENADO Y SOSTENIBLE PARA EL TURISMO

- Proyecto 1: Ordenamiento territorial para el desarrollo turístico del destino Huila.
- Proyecto 2: Destinos sostenibles y sustentables para el desarrollo turístico del Departamento del Huila.



PROGRAMA MERCADEO Y PROMOCIÓN DEL DESTINO HUILA.

- Proyecto 1: Estudio de mercado para el destino Huila
- Proyecto 2: Diseño, formulación e implementación de la estrategia de promoción turística del departamento del Huila

Fuente: (Departamento del Huila, 2021a)

3.1.2. Marca Huila

La Superintendencia de Industria y Comercio reconoció mediante Resolución No. 23625 del 2017, el registro de la Marca Comercial “Huila un Paraíso por Descubrir”, soportada en los componentes gráficos y de texto. El componente gráfico desarrolla la hermosa flor de la chulupa, cuya conformación permite percibir la cúpula celeste, interpretando el pensamiento mito poético de los habitantes del Alto Magdalena y la relación de la opita con el cosmos y con la naturaleza, relación de la que se derivan nuestras tradicionales fiestas de San Juan y San Pedro, así como nuestra vocación por la producción agrícola y pecuaria.

Ilustración 4. Marca Huila un paraíso por descubrir



Fuente: (Departamento del Huila, 2016a)

En cuanto al componente de texto “Huila un Paraíso por Descubrir”, es un claro mensaje de invitación al habitante del mundo a conocer el departamento del Huila como una oportunidad para vivir a plenitud la experiencia de estar en el paraíso, pero también, para interactuar con sus tradiciones culturales; el texto también es un claro mensaje al opita a descubrir el Huila, como es bien sabido, los huilenses somos los primeros invitados a conocer nuestro patrimonio turístico, solo así, seremos capaces de convertirnos en los promotores ante el mundo de nuestra 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

Teruel esta ubicado en las estribaciones de la cordillera Central zona de influencia del Volcán Nevado del Huila, su acervo económico lo han construido con fundamento en el desarrollo del sector agropecuario, especialmente el cultivo del café, un producto reconocido como café especial, actividad que ha motivado la iniciación de emprendimientos enfocados en alojamiento rural.

Su principal atractivo turístico son las fiestas de San Juan y San Pedro que anima con mojigangas, con amplia participación de la comunidad, incluidos los niños y niñas hacen parte de su riqueza cultural.

Teruel se desarrolló en el asentamiento indígena de los Paeces, su fundación estuvo a cargo de los franciscanos Bernardo de Lora y Juan Troyano, en enero de 1656, con el nombre de El Retiro

El municipio, tiene un gran potencial para la observación y apreciación de la naturaleza y valoración de la cultura tradicional, en ella se incluye actividades de interpretación e interacción con el medio ambiente de forma responsable y garantizando la sostenibilidad del mismo.

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

Según la información suministrada por la coordinación de turismo de Teruel y una vez caracterizado los sistemas turísticos del municipio, los actores involucrados para el desarrollo de la región, donde ningún elemento se encuentra aislado, sino que todos sus componentes están muy vinculados entre sí y con el exterior mediante vías que lo conectan con Palermo, Yaguará e Iquira, todas en regular estado de mantenimiento.

3.2.1.1. Aviturismo

La actividad turística aún no se realiza en este municipio. Sin embargo, algunos habitantes han identificado el turismo como actividad económica promisoría, iniciándose como emprendedores y ánimo de formarse en la estructuración de su plan de negocios que les permita un desarrollo sostenible y competitivo en el ámbito nacional.

La finca agroecoturística el Cacique se encuentra a 1700msnm aproximadamente, donde florece el bosque de niebla. El predio tiene una extensión de 8 hectáreas. En 4 de ellas hay presencia de bosque nativo andino; siendo en su gran mayoría de galería, es decir, aquel que se encuentra a lo largo del curso de agua con el que cuenta el predio. Sin embargo, se puede evidenciar conexión con un área de bosque mucho más extensa e incluso inexplorada, lo que permite la presencia de depredadores como el felino *Herpailurus yagouaroundi* (Jaguarundí); registrado en inmediaciones de este predio y de diversas especies de aves como:

Ilustración 5 Especies avistadas



Andean Cock-of-the-rock
Ave carismática y con lek reproductivo



Red-bellied Grackle
Ave endémica y amenazada

Fuente: (Alexandra Mañozca Lasso, 2019)

El área restante está dedicada principalmente al cultivo de café. Existe una cascada sobre el curso del agua, que representa el principal atractivo turístico de La Finca El Cacique.

La Gobernación del Huila ha hecho el registro de 55 especies aves, algunas de ellas endémicas y otras llamativas por sus colores. El listado dispuesto en la plataforma de eBird permite establecer aquellas que pueden representar un interés para el aviturismo.

Tabla 3 Aves con especialidad en la Finca El Cacique

ESPECIALIDADES	
Endémicas (E)	Colombian Chachalaca Red-bellied Grackle
Casi Endémicas (CE)	Bar-crested Antshrike Black-chested Jay Whiskered Wren Scrub Tanager
Vulnerable (VU)	Red-bellied Grackle
Migratoria Boreal (MB)	Broad-winged Hawk Canada Warbler Summer Tanager
Otras especies de interés	Andean Cock-of-the-rock Booted Racket-tail Crowned Woodnymph Andean Motmot Green Jay

Fuente: (Departamento del Huila, 2021)

Las aves pueden ser observadas alrededor de la casa principal y a través de los senderos de borde de bosque primario con los que cuenta el predio.

La Finca El cacique se ubica a 11 Km del casco urbano del Teruel. Se accede por carretera sin pavimentar en regular estado, el viaje toma aproximadamente 1 hora. Actualmente no cuenta con infraestructura para alojamiento. Tampoco cuenta con una infraestructura especial para restaurante, sin embargo, se ofrece servicio de alimentación con platos básicos aprovechando la casa principal.

3.2.2. Construcción del Conocimiento del Contexto Local

Sin embargo, al auscultar el documento “Construcción del Conocimiento del Contexto Local”, los consultores con fundamento en el EOT de Teruel identificaron 19 recursos turísticos, tipificados como tradiciones culturales, sitios naturales de interés turístico 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 Tradiciones Culturales

No.	TRADICIÓN O BIEN CULTURAL	TIPOLOGÍA	RECURSO	ATRACTIVO
1	Templo Parroquial	Arquitectura		x
2	Casa Cural	Arquitectura	x	
3	Camino Real – Sitio del Almorzadero	Historia	x	
4	Mural de Tradiciones	Arte	x	
5	Asado Huilense	Gastronomía		x
6	Mojiganga	música y Danza	x	
10	Rajaleña	música y Danza		x
11	Baile del Sanjuanero Huilense	música y Danza		x

Fuente: (Historia, 2006)

Tabla 5 Sitios Naturales de Interés Turístico

No.	SITIO NATURAL	TIPOLOGÍA	RECURSO	ATRACTIVO
1	PNN Nevado del Huila	Ecoturismo	X	
2	PRN Cerro Banderas	Ecoturismo	X	
3	Río Pedernal	Aventura	X	

Fuente: (Departamento del Huila, 2021a)

Tabla 6 Eventos institucionales

No.	EVENTO	TIPOLOGIA	FECHA
1	San Roque	Religioso	16-Ago
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	23-Sep

Fuente: (Historia, 2006)

3.2.3. 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, que permiten que la dinámica del turismo sea una realidad, servicios que son prestados por pequeñas y Famiempresa, algunas de ellas formalizadas y otras en vía de formalización,

En cuanto a los emprendedores se percibe no se han formado como profesionales en turismo, pero, si en otras disciplinas académicas que les permite trabajar utilizando las técnicas del plan de negocios turístico.

3.2.3.1. Comercializadores de servicios turísticos

En la actualidad el producto turístico del municipio cuenta con 1 agencia de viajes y turismo, la cual ofrece una diversidad de productos turísticos a nivel Departamental, Nacional e Internacional y que dentro de sus propuestas empresariales han decidido integrar la oferta de Teruel, como uno de sus productos experienciales más importantes de la cultura y la naturaleza del norte del Departamento del Huila.

Ilustración 6 Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas



Fuente: (Càmara de Comercio del Huila, 2022)

3.2.3.2. 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 Teruel se puede enfocar en la demanda de Naturaleza y cultura.

Es importante tener en cuenta que con las actividades de turismo debe responder a la demanda turística para el municipio, por eso se desarrolla la siguiente segmentación por nichos del mercado.

Tabla 7 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.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 25-50 años, ➤ sin pareja estable Residen en grandes ciudades. ➤ Universitarios. ➤ Ingresos medios-altos ➤ Viven solos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diferentes motivaciones. ➤ Limitada sensibilidad a los precios. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estudiantes, Egresados o Científicos ➤ 25-50 años ➤ Perfil universitario alto. Ingresos medios o medio-altos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación Adquisición conocimiento científico ➤ Programas solidarios o voluntariado. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 30-65 años ➤ Cultos ➤ Ingresos medios-altos a altos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Interés por la cultura ➤ Combinación naturaleza-cultura. Intereses especiales como mitos y leyendas, arqueología, arte contemporáneo, indigenismo y culturas autóctonas. Lectura. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Informados. ➤ Viajeros frecuentes. ➤ Independientes, pero también pertenencia a clubes donde comparten aficiones. ➤ Éticos. ➤ Prefieren atractivos con poca afluencia.

SEGMENTO/ NICHOS	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
			<ul style="list-style-type: none"> ➤ Consideran muy útil la guianza. ➤ Tanto independientes como en grupo
Buscadores de capital social	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 25-40 años ➤ Perfil universitario ➤ Ingresos medios-altos a altos ➤ Sociales, gregarios. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Interés por la cultura o la naturaleza como fuente de experiencias ➤ Preferencia por destinos exóticos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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)

3.2.3.3. 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: festivos, actividades, hospitalidad, intercambio sociocultural, eventos, comidas, entretenimiento, compras, servicios, entorno, entre otros. El turista que visita Teruel vivirá experiencias inolvidables en los recorridos por los cafetales 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. El principal valor simbólico de Teruel es el escenario del paso del Libertador Simón Bolívar por el sitio del Almorzadero.
- Utilidades físicas, a menudo asociadas con aspectos físicos y necesidades básicas (una cama para dormir, comida para alimentarse, transporte) o las infraestructuras receptoras en destino (sanidad, salubridad, seguridad, movilidad, accesibilidad, etc.), los prestadores de servicios turísticos de Teruel se enfocan en la confortabilidad y seguridad del turista con el propósito de proveer una estancia inolvidable.
- Con base en los resultados del trabajo de campo y una vez caracterizada con la información aportada por la Administración Municipal de Teruel, permite inferir que forma parte de la sub-región norte es una zona rica en recursos turísticos para el turismo cultural y de naturaleza, especialmente los de carácter histórico y agroturístico.

3.2.3.4. 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 correspondiente al año 2022 se observa que cinco prestadores de servicios turísticos del municipio de Teruel se inscribieron o actualizaron la información del RNT.

Tabla 8 Síntesis prestadores de servicios turísticos Teruel

No.	TIPO DE SERVICIO	CANTIDAD
1	Alojamiento	1
2	Agencias de Viajes	1
3	Profesionales en guianza turística	0
4	Vivienda Turística	1
5	Otro tipo de hospedaje	2
TOTAL		5

Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

3.3 INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

Tabla 9 Gestión del destino turístico de Teruel

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

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 10 Análisis DOFA

Positivos		Negativos	
Para alcanzar el objetivo		Para alcanzar el objetivo	
Origen interno (atributos del destino)			
Fortalezas:		Debilidades:	
1.	Escuelas de formación en temas de artes, danza.	1.	Vías de acceso, el municipio se encuentra en un sitio montañoso lo que dificulta la actividad turística. Vías: Palermo- Teruel, Palermo- Neiva, Teruel- Yaguará, Iquira-Yaguará.
2.	Emprendimiento de fincas agroturísticas: la chapa, el cacique, villa del socorro, finca temática el paraíso, finca villa Laura, ginebra, finca el carmelo.	2.	Ausencia Señalización.
		3.	El EOT no incluye actividades de turismo
		4.	Falta de centros bancarios- cajeros
		5.	Conectividad a internet.
		6.	Debilidad jurídica debido a la problemática con el acueducto municipal, teniendo en cuenta el daño que se encuentra en la bocatoma falta de compromiso del propietario del predio donde está ubicado la bocatoma.
		7.	Falta de promoción, no se ha registrado la marca municipal.
		8.	Apoyo por parte de la administración municipal para el fortalecimiento turístico del municipio.
		9.	Ausencia de presencia y apoyo para los artesanos; implementación de maquinarias, emprendimientos, formación Y tecnificación
		10.	Baja participación e interés por parte de la ciudadanía para el fortalecimiento.
		11.	Falta de motivación de los actores involucrados ya que se tiene la sensación que todo queda en solo en el papel.
		12.	Falta de articulación inter institucional; pierden el proyecto de fortalecimiento de ganadería.
		13.	Recursos para destinar el fortalecimiento del sector.
		14.	Implementación de la normatividad sectorial.
		15.	No se cuenta con un producto turístico
		16.	No se cuenta con unidades de policía de turismo
		17.	No tienen reporte de ocupación hotelera e ingreso de turistas a los atractivos turísticos.
		18.	Falta de asociatividad entre los actores del sector.
		19.	No cuentan con los suficientes orientadores turísticos.
		20.	Página web.
		21.	Los operadores de Aviturismo no cuenta con equipamiento.

Positivos		Negativos	
Para alcanzar el objetivo		Para alcanzar el objetivo	
Origen Externo (Atributos del ambiente)			
Oportunidades:		Amenazas:	
1.	Proyecto de parador turístico ubicado en el parque biosaludable.	1.	. Orden público, zona montañosa, amenazas a los empresarios turísticos.
2.	Señalización de un sendero.		
3.	Consolidación de una asociación de turismo.		
4.	Sensibilización de los prestadores de servicios de Motocarro.		
5.	Teruel hace parte del distrito DRI.		
6.	Cultivos de trucha para tema gastronómico		
7.	Voluntad de trabajar por parte de los empresarios para la consolidación del producto turístico.		
8.	Alianza entre empresarios para difundir en redes sociales.		
9.	Potencial en cascadas		
10.	Miradores		

Fuente: (Departamento del Huila, 2022a)

3.5 LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS (plan de 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 11. 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 ➤ Señalización turística interpretativa en el destino	1 1
Conectividad Digital para el turismo	Masificación del Internet de alta calidad en el municipio	➤ Garantizar el internet de calidad dando cobertura para toda la población.	1
	Conectividad digital al servicio del turismo en el municipio	➤ Brindar acceso al turista en los diferentes canales digitales de comercio electrónico	50%
Infraestructura y equipamiento de soporte para la actividad turística	Servicios públicos para soportar el turismo	➤ Fortalecimiento de los sistemas de servicios públicos que respondan a la demanda del sector y a la sostenibilidad de los recursos naturales, (acueducto y alcantarillado, agua potable, saneamiento básico, energía, recolección de basuras, servicios de salud, transporte local, entre otros).	100%

Tabla 12 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 Norte 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 13. Acciones prioritarias- Ordenamiento

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

Tabla 14. Acciones Prioritarias- Formación

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

Tabla 15 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 16. 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 17. 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

- Alexandra Mañozca Lasso. (2019). Especies avistadas en la region. Teruel, Huila, Colombia.
- 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 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. (2021). Varieda de aves. *Aves con especialidad* . Teruel.
- Departamento del Huila. (2021a). Inventario Turistico. 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 Turistico, segun metodologia del MINCIT*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2022a). Talleres para la construccion de la Agenda Estrategica productiva en el componente de turismo. *DOFA*. Teruel.
- Departamento del Huila. (2022b). Talleres para la construccion de la Agenda Estrategica productiva en el componente de turismo. Teruel.
- 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*. Bogotá D.C.
- ONU. (2021).