

Diagnóstico Estratégico de Turismo

TESALIA



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 Inventario de atractivos Turísticos del municipio	15
Tabla 4 Tradiciones Culturales.....	17
Tabla 5 Sitios Naturales de Interés Turístico	17
Tabla 6 Eventos institucionales.....	17
Tabla 7 Sociodemográfico y Económico Motivaciones y Aficiones Actitudes, Necesidades y Comportamientos	19
Tabla 8 Síntesis prestadores de servicios turísticos Tesalia.....	21
Tabla 9 Gestión del destino turístico de Tesalia.....	22
Tabla 10 Análisis DOFA	25
Tabla 11 Lineamientos estratégicos.....	27
Tabla 12 Acciones Prioritarias- Innovación	27
<i>Tabla 13. Acciones prioritarias- Ordenamiento.....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 14. Acciones Prioritarias- Formación</i>	<i>28</i>
Tabla 15 Acciones Prioritarias- Gobernanza	28
<i>Tabla 16. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 17. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción.....</i>	<i>29</i>

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Principales Atractivos del Huila	7
Ilustración 2.Producto Turístico del Huila	8
<i>Ilustración 3 Líneas Estratégicas Plan Sectorial de Turismo</i>	9
Ilustración 4.Marca Huila un paraíso por descubrir.....	11
Ilustración 5 Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas	18

LISTA DE ABREVIATURAS

B

BID. Banco Interamericano de Desarrollo

C

CAM. Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena

CITUR. Centro de información turística de Colombia

D

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística

DNP. Departamento Nacional de Planeación

DRMI. Distrito Regional de Manejo Integrado

E

EOT. Esquema de Ordenamiento Territorial

F

FEM. Foro Económico Mundial

FONTUR. Fondo Nacional de Turismo

I

IDC. Índice Departamental de Competitividad

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

L

LRPCI. Lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial

M

MEN. Ministerio de Educación de Colombia

MINCIT. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

MICE. Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exhibiciones

MinCIT. Ministerio de Comercio Industria y Turismo

N

NTC. Normas Técnicas Colombianas

O

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

P

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

S

SENA. Servicio Nacional de Aprendizaje

3.1. GENERALIDADES DEL TURISMO DEL HUILA

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

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

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

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

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

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

Ilustración 1. Principales Atractivos del Huila



Fuente: (EDUCAPLAY, 2016)

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

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

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

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

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

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

- Turismo Cultural
- Turismo de Naturaleza.

Ilustración 2.Producto Turístico del Huila



Fuente: (Departamento del Huila, 2016)

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

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

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

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

Ilustración 3 Líneas Estratégicas Plan Sectorial de Turismo





INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL DESTINO HUILA

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



INFRAESTRUCTURA TERRESTRE, AÉREA Y FLUVIAL AL SERVICIO DEL TURISMO

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



PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS PRODUCTIVOS, COMPETITIVOS Y SOSTENIBLES

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

CONECTIVIDAD DIGITAL PARA EL TURISMO

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

INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO DE SOPORTE PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

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



PROFESIONALIZACIÓN DEL TURISMO HUILENSE

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



GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO HUILA

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



DESTINO HUILA: ORDENADO Y SOSTENIBLE PARA EL TURISMO

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



PROGRAMA MERCADEO Y PROMOCIÓN DEL DESTINO HUILA.

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

Fuente: (Departamento del Huila, 2021a)

3.1.2. Marca Huila

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

Ilustración 4. Marca Huila un paraíso por descubrir



Fuente: (Departamento del Huila, 2016a)

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

3.1.3. Puntos de Información Turística

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

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

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

3.1.4. Educación Énfasis En Turismo

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

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

3.1.4.1. Programa Colegios Amigos Del Turismo

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

Tabla 1 Programa Colegios Amigos Del Turismo

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

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

3.1.4.2. Articulación a la Media Técnica

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

3.1.4.3. Formación Profesional

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

Tabla 2. Oferta Académica en Turismo

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

Fuente: (EDUCAEDU, 2022)

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

3.2. CONTEXTO GENERAL DE TURISMO MUNICIPAL

El documento en construcción permite al municipio de Tesalia, trazar rutas efectivas hacia la consolidación del territorio en materia turística, y es el primer gran paso para el desarrollo de esta actividad. En los últimos años se lograron avances importantes como, la constitución oficial del Consejo Municipal de Turismo y la consolidación y reconocimiento del producto “Tesalia Territorio de Orquídeas”. El municipio se debe acompañar en procesos de mejoramiento de la infraestructura y planta turística del municipio, y la formación del talento humano. El diagnóstico del sector turismo realizado para el municipio de Tesalia, permite inferir que: si bien, los tesalenses han identificado el río Páez como posible atractivo turístico potencial, no han construido un proceso de comercialización que le permita posicionar a Tesalia como un destino turístico de aventura.

Entendiendo que las actividades de aventura que se desarrollen en el río Páez se pueden complementar con actividades en escenarios como, el Parque Municipal Natural Serranía de Las Nieves, la Laguna de Guillo y Potrero Grande. Los tesalenses deben fortalecer su relacionamiento comercial con sus vecinos Paicol y Nátaga para enriquecer su oferta con escenarios naturales como la Caja de Agua y religiosos como el santuario Virgen de Las Mercedes. Tesalia ha logrado fortalecer tres alojamientos rurales para su oferta y mejoramiento en calidad de restaurantes urbanos, aunque éstos, en muy pocos casos, se adecua al concepto deseado por el turista. El municipio presenta una limitada infraestructura para la operación turística de aventura; inexistencia de amueblamiento urbano y equipamiento de soporte para la entretención y confortabilidad del turista; la planta turística oferta habitaciones que satisfacen las necesidades de personal operativo, profesionales y comerciantes, pero es limitada para la recepción de grupos familiares y de turistas, los restaurantes no ofertan completamente el Menú Turístico tradicional y la oferta de servicios culturales se limita solo a las actividades relacionadas con las fiestas y eventos municipales.

Adicionalmente a Tesalia en el contexto del sur colombiano y nacional no se le reconoce como un destino turístico. El ejercicio de diagnóstico también permite inferir que los habitantes del municipio identifican de manera consciente el turismo como una actividad económica con capacidad para contribuir en su desarrollo social, económico y ambiental; así mismo, se identifica el turismo como una actividad económica que diversifica la generación de ingresos de manera autónoma, auto sostenible pero también, como fuente alternativa a las actividades cotidianas y como una actividad de largo aliento capaz de romper la dependencia de las actividades propias de la operación petrolera.

El territorio y las costumbres de sus habitantes, permite inferir que el producto turístico a desarrollar está enfocado en actividades de contacto con la naturaleza de carácter de aventura, los eventos corporativos y las actividades rurales características de la hacienda ganadera.

3.2.1. Oferta turística

Según la información encontrada en el plan sectorial de turismo del municipio de Tesalia, para su iniciación a la actividad turística, se han considerado diversos recursos, que se pueden convertir en iconos de una región, que, aunque aún incipiente en su oferta turística, tiene todo el potencial de convertirse en uno de los principales destinos turísticos del Occidente del Huila, y de todo el Departamento.

Tabla 3 Inventario de atractivos Turísticos del municipio

Nombre del Inventario	Dirección	Patrimonio	Tipo de Patrimonio
Mirador Cerro De La Hocha	Vereda Alto De La Hocha	Natural	
La Piedra Empinada	Vereda Alto De La Hocha	Natural	
Cascada La Buitrera	Vereda Alto De La Hocha	Natural	
Charco La Buitrera	Vereda Alto De La Hocha	Natural	
Sendero Ecológico Como Estrategia De Educación Minero-Ambiental Maseq	Vereda El Espinal	Natural	
Quebrada El Juncal	Vereda El Espinal	Natural	
Cascada El Infierno	Vereda El Medio	Natural	
Cascada La Aurora	Vereda El Moral	Natural	
Boqueron Los Yuyos	Vereda Los Yuyos	Natural	
Cascada El Chorro	Vereda El Vergel	Natural	
Mirador Cerro De La Cruz	Vereda Piedragorda	Natural	
Boqueron De Ambicá	Ambicá	Natural	
Los Charcos De Raspayuco	Vereda Raspayuco	Natural	
Serranía De Las Nieves	Veredas El Medio, Buena Vista Y Potrerillos	Natural	
Finca Caja De Agua	Vereda Alto De La Hocha	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Finca Las Brisas	Vereda Alto De La Hocha	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Finca Cucuana	Vereda Alto De La Hocha	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Hacienda Guayabito	Vereda Potrerogrande	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Hacienda Malpaso	Vereda El Espinal	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Hacienda El Centro	Vereda Potrerogrande	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Hacienda Santa Barbara	Vereda El Centro	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Hacienda El Higuérón	Vereda El Higueron	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Hacienda El Diamante	Vereda El Centro	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Finca La Aurora	Vereda El Moral	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Hacienda Paisito	Vereda El Espinal	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Parque Principal Rafael Puyo Perdomo	Casco Urbano Municipal	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Obelisco	Casco Urbano Municipal	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Las Sepulturas	Vereda Alto De La Hocha	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Capilla De Aránzazu	Vereda Alto De La Hocha	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Conjunto De Fincas Cafeteras	Vereda El Medio	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Cementerio Principal	Casco Urbano Municipal	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble

Nombre del Inventario	Dirección	Patrimonio	Tipo de Patrimonio
Plaza De Ferias Rigoberto Cárdenas Rubiano	Casco Urbano Municipal	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Iglesia Nuestra Señora Del Rosario	Casco Urbano Municipal	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Iglesia San Roque De Pacarni	Centro Poblado De Pacarni	Material Inmueble	Bien Cultural Inmueble
Quesadillas De Tesalia	Casco Urbano Municipal	Cultural Inmaterial	
Asado Huilense	Casco Urbano Municipal	Cultural Inmaterial	
Escuela Folclórica Banyó	Casco Urbano Municipal	Cultural Inmaterial	
Busto Regulo Suarez	Casco Urbano Municipal	Material Mueble	
Busto Rafael Puyo Perdomo	Casco Urbano Municipal	Material Mueble	
Monumento Al Cacique Pijao Mana	Casco Urbano Municipal	Material Mueble	
Feria Ganadera, Equina Y Artesanal	Casco Urbano Municipal	Cultural	
Colgada Del Racimo	Parque Principal De Tesalia	Cultural	
Fiestas De San Juan Altunas	Vereda Alto De La Hocha	Cultural	
Fiesta Patronal San Roque	Centro Poblado De Pacarní	Cultural	
Fiesta Patronal Nuestra Señora Del Rosario	Casco Urbano Municipal	Cultural	
Cumpleaños de Tesalia	Casco Urbano Municipal	Cultural	

Fuente: (Departamento del Huila, 2021)

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 Tesalia identificaron 25 recursos turísticos, tipificados como tradiciones culturales, sitios naturales de interés turísticos y eventos institucionales; recursos que se perciben como ventajas comparativas, pero que no se han caracterizado para evaluar su transformación en productos turísticos sostenibles y competitivos.

Tabla 4 Tradiciones Culturales

No.	TRADICIÓN O BIEN CULTURAL	TIPOLOGÍA	RECURSO	ATRACTIVO
1	Templo Virgen del Rosario	Arquitectura	X	
2	Parque Principal Rafael Puyo	Arquitectura	X	
3	Edificio Municipal	Arquitectura	X	
4	Monumento Rafael Puyo	Arte	X	
5	Plaza de Toros	Arquitectura	X	
6	Plaza de Ferias	Arquitectura		X
10	Quesadillas	Gastronomía		X
11	Asado Huilense	Gastronomía		X
12	Banda de Músicos	música y Danza		X
13	Rajaleñas	música y Banda		X
14	Baile del Sanjuanero	música y Danza		X

Fuente: (Historia, 2006)

Tabla 5 Sitios Naturales de Interés Turístico

No.	SITIO NATURAL	TIPOLOGÍA	RECURSO	ATRACTIVO
1	Río Páez	Aventura		X
2	Serranía Las Nieves	Aventura	X	
3	Quebrada El Infierno	Aventura	X	
4	Río Yaguarasito	Aventura	X	
5	Cerro Potero Grande	Aventura	X	

Fuente: (Departamento del Huila, 2021a)

Tabla 6 Eventos institucionales

No.	EVENTO	TIPOLOGIA	FECHA
1	Virgen del Rosario	Religioso	7-oct
2	Semana Santa	Religioso	MARZO-ABRIL
3	Navidad	Religioso	24-dic
4	Feria Ganadera y Exposición Equina	Feria	MAY
5	Reinado Municipal Del Bambuco	Reinado	28-29 JUN
6	Aniversario Fundación Del Municipio	Cívica	22-abr

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, Actualmente las empresas que se encuentran en los territorios son en su mayoría construidas por familias o pequeñas empresas. Es decir, estas empresas la gran mayoría se encuentran en un proceso de formación y legalización como lo requieren las entidades territoriales.

En Tesalia se identifica la presencia de prestadores de servicios turísticos que se han formado en disciplinas académicas diferentes a las relacionadas con el turismo, así como, operadores empíricos que han identificado en el turismo una actividad económica promisoría.

3.2.3.1. Comercializadores de servicios turísticos

El Municipio cuenta en la actualidad con 6 empresas con registro nacional de turismo, desde la gobernación del Huila se busca adelantar acciones que logren satisfacer cada día más los desplazamientos, alojamientos, presencia de guías, agencias de viajes y todos los actores del turismo, a través de capacitaciones, planes de acción y asistencia técnica para fortalecer el turismo y explotar todas sus potencialidades a favor del destino Huila un paraíso por descubrir. Se busca fortalecer el clúster occidente donde el producto denominado “Territorio Páez”, a retomado fuerza y tesalia hace parte integral de este producto,

Ilustración 5 Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas



Fuente: (Cámara 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 por Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, se pudo identificar que la oferta presentada en el Municipio de Tesalia se enfoca 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/ NICHOS	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

SEGMENTO/ NICHOS	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
			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. ➤ Consideran muy útil la guía. ➤ 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: festivales, actividades, hospitalidad, intercambio sociocultural, eventos, comidas, entretenimiento, compras, servicios, entorno, entre otros. En Tesalia el turista podrá vivir experiencias en los recorridos por los senderos de interpretación biótica y agroturística.
- 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.

A Tesalia se le reconoce como la capital taurina de Colombia, siendo una actividad que motiva el viaje a conocer la hacienda ganadera de Tesalia.

- 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 se enfocan en garantizar al turista su confortabilidad y seguridad durante su estancia en el municipio.

Para el municipio de Tesalia observamos que se proyecta como elemento de estructuración de la oferta turística en actividad experiencial en las que se le añade de forma deliberada elementos de seducción y fascinación que son percibidos por el viajero produciendo estados emocionales positivos y convirtiéndose en recuerdos memorables a lo largo de su vida.

Con base en los resultados del trabajo de campo y una vez caracterizada con la información suministrada por la alcaldía municipal de Tesalia, como un destino rico en recursos turísticos para el turismo cultural y de naturaleza, especialmente en espacios rurales donde se desarrollan actividades agroturísticas que se prospectan para la Ruta Mágica del Café.

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 la presencia de seis prestadores de servicios turísticos que se inscribieron o renovaron su RNT.

Tabla 8 Síntesis prestadores de servicios turísticos Tesalia

No.	TIPO DE SERVICIO	CANTIDAD
1	Alojamiento	4
2	Agencias de Viajes	2
3	Profesionales en guianza turística	1
4	Transporte Terrestre	1
TOTAL		8

Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

3.3 INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

Tabla 9 Gestión del destino turístico de Tesalia

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 turístico 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 Tesalia, 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 10 Análisis DOFA

Positivos		Negativos	
Para alcanzar el objetivo		Para alcanzar el objetivo	
Origen interno (atributos del destino)			
Fortalezas:		Debilidades:	
1.	Tesalia viene desarrollando el proceso de territorio Páez: Iquira, tesalia, Paicol, la argentina, Tierradentro,	1.	Falta de señalización turística interna dentro de la vía nacional y terciaria y rurales.
2.	Iniciativas para el desarrollo turístico desde el sector privado.	2.	No existe un punto de información turística.
3.	El colegio Nacionalizado el Rosario hace parte del colegio amigos del turismo	3.	Actualizar la ubicación de tesalia en Google map y los destinos turísticos de tesalia.
4.	Cuenta con gran diversidad de recursos turísticos natural: el cañón del simio y cultural.	4.	No existe una capacidad hotelera y tampoco de restaurante
5.	Realizan eventos de promoción en ferias de la oferta turística y cultural.	5.	La no certificación de la snormas técnicas colombianas.
6.	Cuenta con una infraestructura vial en el casco urbano.	6.	Informalidad por los actores del sector turísticos.
7.	Ubicación del municipio con las vías de acceso.	7.	Falta de conocimiento del desarrollo turístico por parte de la comunidad.
8.	Gran variedad de mitos y leyendas.	8.	No hay servicio de transporte rural.
9.	Hace parte del territorio Páez.	9.	No existe promoción del destino
		10.	No existe un apoyo en el sector cultural por el ente privado y el público.
		11.	No hay guías de turismo
		12.	No hay cifras de ocupación hotelera y atractivos turísticos.
		13.	No existe un apoyo frente al mercado artesanal.
		14.	No se cuenta con una formación en bilingüismo
		15.	No se cuenta con formación en atención al cliente
		16.	No cuenta con unidades de policía de turismo en tesalia.

Positivos		Negativos	
Para alcanzar el objetivo		Para alcanzar el objetivo	
Origen Externo (Atributos del ambiente)			
Oportunidades:		Amenazas:	
1.	Tesalia viene desarrollando el proceso de territorio Páez: Iquirá, tesalia, Paicol, la argentina, Tierradentro,	1.	Falta de señalización turística interna dentro de la vía nacional y terciaria y rurales.
2.	Iniciativas para el desarrollo turístico desde el sector privado.	2.	No existe un punto de información turística.
3.	El colegio Nacionalizado el Rosario hace parte del colegio amigos del turismo	3.	Actualizar la ubicación de tesalia en Google map y los destinos turísticos de tesalia.
4.	Cuenta con gran diversidad de recursos turísticos natural: el cañon del simio y cultural.	4.	No existe una capacidad hotelera y tampoco de restaurante
5.	Realizan eventos de promoción en ferias de la oferta turística y cultural.	5.	La no certificación de las normas técnicas colombianas.
6.	Cuenta con una infraestructura vial en el casco urbano.	6.	Informalidad por los actores del sector turísticos.
7.	Ubicación del municipio con las vías de acceso.	7.	Falta de conocimiento del desarrollo turístico por parte de la comunidad.
8.	Gran variedad de mitos y leyendas.	8.	No hay servicio de transporte rural.
		9.	No existe promoción del destino
		10.	No existe un apoyo en el sector cultural por el ente privado y el público.
		11.	No hay guías de turismo
		12.	No hay cifras de ocupación hotelera y atractivos turísticos.
		13.	No existe un apoyo frente al mercado artesanal.
		14.	No se cuenta con una formación en bilingüismo
		15.	No se cuenta con formación en atención al cliente
		16.	No cuenta con unidades de policía de turismo en tesalia-

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

Tabla 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 Occidente 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 lícito del suelo.	1
		➤ Conservación del Patrimonio arquitectónico referido a elementos representativos de la localidad – Fomentar planes pachadas	1
	Destinos sostenibles y sustentables para el desarrollo turístico del Departamento del Huila.	➤ Certificación de calidad y sostenibilidad del municipio que impacte el turismo.	1
		➤ Implementar normas técnicas de colombianas.	1

Tabla 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.			
		➤ Programa para Instituir el bilingüismo como cátedra 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 inglés 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

- Cámara de Comercio del Huila. (2022). *Registro Nacional de Turismo*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2016). Banco de imágenes Secretaría de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2016a). Manual de uso Marca Huila. *Secretaria de Cultura y Turismo*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2019). *Producto Turístico del Huila*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2020). *Plan Departamental de Desarrollo*. Obtenido de <https://www.huila.gov.co/documentos/1336/plan-de-desarrollo-2020-2023/>
- Departamento del Huila. (2021). Inventario Turístico . Neiva.
- Departamento del Huila. (2021a). Inventario Turístico. Neiva.
- Departamento del Huila. (2021a). *Plan Sectorial de Turismo 2021-2033*. Neiva. Obtenido de Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2022). *Nivel de desarrollo Turístico, según metodología del MINCIT*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2022a). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *DOFA*. Tesalia.
- Departamento del Huila. (2022b). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *Plan de Acción* . Tesalia.
- EDUCAEDU. (2022). *Ofertas académicas en turismo*. Neiva.
- EDUCAPLAY. (2016). *Mapa Turístico del Huila*. Obtenido de https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1027869-turismo_el_huila.html
- 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).