

Diagnóstico Estratégico de Turismo

TIMANÁ



La fuente principal de este diagnóstico municipal son los instrumentos de planificación turística que a la fecha se encuentran en la Secretaría de Cultura y Turismo del Huila.

Nelcy Tovar Trujillo

Secretaria de Cultura y Turismo del Huila

Equipo de Trabajo:

Luz Stella Cárdenas Calderón

Coordinadora y Líder del Turismo

Profesional de apoyo

Andrés Fernando Parra Montealegre

Lizeth Vanessa Vargas Perdomo

Agradecimientos por sus aportes

Dr. José Albeiro Castro Yepes

Neiva, Junio 30 de 2023

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Programa Colegios Amigos Del Turismo	12
Tabla 2. Oferta Académica en Turismo	13
Tabla 3. Inventarios atractivos turísticos del municipio	16
Tabla 4. Eventos institucionales.....	17
Tabla 5. Sitios Naturales	17
Tabla 6. Tradiciones Culturales.....	17
Tabla 7. Sociodemográfico y económico, motivaciones y aficiones actitudes, necesidades y comportamentales	21
Tabla 8. Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de Timaná	23
Tabla 9 Gestión del destino turístico de Elías.....	24
Tabla 21. Análisis DOFA.....	26
<i>Tabla 11. Acciones prioritarias- Infraestructura</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 12. Acciones Prioritarias- Innovación</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 13. Acciones prioritarias- Ordenamiento.....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 14. Acciones Prioritarias- Formación</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 15. Acciones Prioritarias- Gobernanza</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 16. Acciones Prioritarias- Desarrollo Empresarial.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 17. Acciones Prioritarias- Comercialización y Promoción.....</i>	<i>30</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	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 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 apropiarse del 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

Timaná es uno de los municipios más antiguos del departamento del Huila, está ubicado en el valle interandino formado por las cordilleras Oriental y Central, territorio surcado por el río Magdalena. En la época prehispánica fue habitado por las comunidades Andakí, Yanaconas, Ullumbe, Yalcones entre otras; de su seno surgió “La Gaitana” una mujer de recio carácter a quien se le reconoce por la defensa de la familia, su acervo patrimonial y de su comunidad, valores de los que actualmente se han empoderado las mujeres huilenses.

En los tiempos finales del periodo de poblamiento y conquista se formó la “Hacienda de Laboyos”, modelo económico que aún perdura, momento en el que también se adoptó el cristianismo, erigiendo tres templos, el de San Calixto con especificaciones de catedral pues los timanenses aspiraron a sede de la diócesis del sur del Tolima Grande; el de la Santísima Trinidad en el centro poblado de Naranjal y una bella imagen de Nuestra Señora de Los Milagros del Tobo.

Al territorio timanense igualmente se le reconoce como un escenario con nutrida presencia de arte rupestre, esto es, petroglifos de los cuales se conocen algunas interpretaciones de su significado elaboradas por estudiosos del tema. Igualmente se reconoce la presencia de cavernas y abrigos rocosos aptos para actividades de aventura.

Resulta oportuno advertir que Timaná construyó por las calendas del año 2006 su Plan Municipal Sectorial de Turismo perfilando estrategias para convertir las ventajas comparativas en productos turísticos competitivos, sin que dicho Plan haya logrado su implementación.

En el marco del Plan Municipal de Desarrollo 2020-2023 “Pacto por un Nuevo Timaná con Equidad para Todos”, traza en el acápite cuatro dos metas de resultado: la primera es realizar dos proyectos turísticos para gestionar recursos de inversión con el Departamento del Huila y con la Nación; como metas de resultado propone: mejorar el paso peatonal del sendero a la Capilla del Tobo; gestionar la construcción del centro recreacional de Aguas Calientes; realizar tres capacitaciones a comerciantes en temas relacionados con turismo.

La principal motivación para impulsar el turismo de naturaleza, según la Organización Mundial del Turismo es “la contribución al progreso de las economías regionales” pues permite diversificar la producción, fomentar el arraigo, la conservación de sus espacios naturales, generar oportunidades laborales, revalorizar el patrimonio cultural y ambiental, mejorar la comercialización de productos primarios, agregar valor (como en el caso de los cafés especiales) y fomentar la asociatividad.

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.

Otro gran potencial que tiene el municipio es el turismo cultural, el cual fue definido por la Organización Mundial del Turismo como “el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios o monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore, y las peregrinaciones “. Representa “la inmersión en la historia, el patrimonio cultural, las artes, la filosofía y las instituciones de otros países o regiones”. Implica tanto la visita motivada total o parcialmente por el interés en el patrimonio del destino, como el intercambio cultural o el disfrute de experiencias relacionadas con el conocimiento.

El turismo cultural requiere de la cultura y asimismo del patrimonio (material, inmaterial), entendiéndolo por ello algo que ha sido heredado y que se transmite del pasado al futuro y sujeto de modificación –devaluación o revaluación- en el transcurso del tiempo. Son recursos patrimoniales de uso turístico el “conjunto potencial, conocido o desconocido de los bienes materiales e inmateriales que pueden utilizarse para satisfacer sus necesidades futuras” (OMT).

Por su parte, la Ley General (397/1997) de Cultura, define el patrimonio cultural como el conjunto de bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular”.

El turismo cultural se desagrupa en:

Etnoturismo: turismo religioso, musical, artesanías, agroturismo, eventos, y enoturismo.

Patrimonial: arquitectónico, industrial, arqueológico, monumental.

Urbano (citybreaks).

SAVE: académico, científico, cinematográfico, funerario.

3.2.1. Oferta turística

Dentro de la oferta turística del Municipio de Timaná se logra evidenciar una clara inclinación hacia el turismo de tipo Religioso pues desde tiempo atrás este ha sido un territorio de gran afluencia de peregrinos y creyentes religiosos debido a la arquitectura de sus templos y la historia que estos tienen, pues al ser uno de los municipios más antiguos del departamento del Huila lo convierte en un punto histórico complementado con los diferentes mitos y leyendas que acompañan esta tierra.

Tabla 3. Inventarios atractivos turísticos del municipio

No	Nombre del inventario	Dirección	Patrimonio	Tipo de patrimonio	Grupo
1	Templo San Calixto	calle 8 n° 3 -50 parque principal timaná	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
2	Capilla de tobo	vía nacional Pitalito-Neiva km 7 entrada a la izquierda por carretera destapada 2.5 km Timaná, Huila, Colombia	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
3	Capilla de naranjal	4-130, cl. 5 #4- 114, Naranjal, Timana, Huila	Patrimonio cultural	Patrimonio cultural material inmueble	Grupo arquitectónico
4	La fiesta patronal		Patrimonio cultural	Patrimonio cultural inmaterial	Festividades y eventos
5	Misa del peregrino		Patrimonio cultural	Patrimonio cultural inmaterial	Festividades y eventos
6	Los Aposentos De Timaná	Ruta 45 desde la calle 2 sur hasta la glorieta mer	Patrimonio natural	Patrimonio natural material inmueble	Grupo urbano o rural
7	Las Cuevas De Santa Clara	6 km del centro poblado de naranjal.	Patrimonio natural	Patrimonio natural material inmueble	La gastronomía y los saberes culinarios

Fuente: (Departamento del Huila, 2019)

Dentro de los 7 atractivos turísticos identificados, cabe resaltar que 5 de ellos corresponden a un Turismo de índole religioso, ya sea por las visitas a sus templos y capillas, como también en la celebración de festividades con temáticas alusivas a la fe de los peregrinos que llegan hasta allí para profesar sus creencias y elevar sus oraciones a la Virgen y santos de su creencia; por otro lado, los otros 2 atractivos turísticos corresponden a un turismo de contacto de naturaleza, principalmente con actividades de senderismo y caminatas en ambientes naturales.

Tabla 4. Eventos institucionales

No	Evento	Tipología	Fecha
1	San Calixto	Religioso	14-oct
2	Semana santa	Religioso	Marzo-abril
3	Navidad	Religioso	24-dic
4	Feria ganadera, comercial, artesanal y de especies menores	Ferias	Nov
5	Reinado municipal del bambuco	Reinado	28-29 jun
6	Aniversario fundación del municipio	cívica	18-dic
7	Día de la independencia	cívica	20-jul
8	Fiestas del retorno	Cultural	Ene
9	Día del idioma	Cultural	23-abr
10	Semana cultural	Cultural	Oct

Fuente: (Municipio de Timaná, 2020)

Tabla 5. Sitios Naturales

No.	Sitio natural	Tipología	Recurso	Atractivo
1	Río Magdalena	Aventura	X	
2	Río Timaná	Aventura	X	
3	Quebrada Aguas Claras	Aventura	X	
4	Quebrada Santa Barbara	Aventura	X	
5	Reserva Natural San Marcos	Aventura	X	
6	Caverna Santa Clara	Aventura	X	

Fuente: (Municipio de Timaná, 2020a)

Tabla 6. Tradiciones Culturales

Tradición o bien cultural				
No.	Tradición o bien cultural	Tipología	Recurso	Atractivo
1	Templo San Calixto De Timana	Arquitectura		X
2	Capilla Santísima Trinidad De Naranjal	Arquitectura		X
3	Colegio La Anunciación	Arquitectura	X	
4	Casa De La Cultura	Arquitectura	X	
5	Casa Del Café	Arquitectura	X	
6	Santuario Virgen Milagrosa Del Tobo	Religioso		X
10	Monumento A La Gaitana	Arte		X
11	Asado huilense	Gastronomía		X
12	Baile del sanjuanero huilense	Música y danza		X

Fuente: (Municipio de Timana , 2020b)

Timaná aún no ha estructurado un producto turístico para presentar al mercado nacional, situación que se evidencia en la inexistencia de un portafolio de servicios, paquetes y recorridos que perfilen una ruta turística específica; sin desconocer su oferta espontánea de sitios y actividades para la recreación familiar y el uso del tiempo libre de sus huéspedes. Las actividades que actualmente puede realizar un turista en Timaná están enmarcadas en naturaleza y cultura.

Se recomienda entonces crear sinergia entre la institucionalidad municipal y los empresarios para crear productos turísticos sostenibles y competitivos en el ámbito nacional con la capacidad de generarle a la comunidad ingresos alternativos a los que tradicionalmente ha percibido como resultado sus actividades agropecuarias.

3.2.2. Evaluación De Equipamiento, Instalaciones Y Actividades Turística

Como ya se ha predicado en este mismo documento el municipio de Timaná cuenta con importantes ventajas comparativas que a pesar de contar con un Plan Municipal Sectorial de Turismo no ha logrado convertir en ventajas competitivas en el ámbito nacional; se infiere que las principales limitaciones a este logro son: la baja inversión municipal en obras de desarrollo turístico, al igual que de inversionistas privados; la ausencia de programas de formación del talento humano, sin desconocer la presencia de empresarios en actividades mercantiles relacionadas con la prestación de servicios de alojamiento y restaurantes, así como, la voluntad manifiesta de los caficultores por articularse a la Ruta Mágica del Café.

3.2.2.1. Comercializadores de servicios turísticos

Según el Documento del Plan de Desarrollo Municipal de Timaná -Huila 2020-2023, en el municipio no se percibe la presencia de prestadores del servicio de agencia de viajes, pero si, de un alojamiento urbano con capacidad para alojar 70 huéspedes. Otras actividades con limitada presencia son las artesanías, la guianza turística, y si bien, se oferta el servicio de alimentos en restaurantes locales, el municipio no ha logrado recuperar su memoria oral gastronómica.

Sin embargo, gracias al trabajo de campo del equipo técnico de la Secretaria Departamental de Cultura y Turismo se recopilaron datos que permitieron identificar posibles comercializadores no relacionados en el Plan en el Diagnostico del Plan Municipal de Desarrollo 2020 – 2023, entre ellos, un prestador de servicios de Agencia de Viajes, tres guías de turismo, 7 establecimientos de alojamientos que corresponden a hoteles en la zona urbana y 1 servicio de alojamiento en la zona rural, así mismo identificó la presencia de una empresa transportadora, sin embargo carecen de espacios donde puedan realizarse congresos, convenciones o ferias comerciales, sin desconocer la presencia de plaza de ferias bovinas.

Ilustración 5. Equipamiento, instalaciones y actividades turísticas



Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

3.2.2.1.1. 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 Timaná, se enfoca en la demanda de Naturaleza, cultura, artesanías y peregrinaciones religiosas.

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 comportamentales

SEGMENTO/ NICHOS	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
Familias	· Todos los perfiles.	*Preferencia por destinos "económicos" o actividades de costos controlados ("todo incluido", cruceros, ciudades vacacionales, parques temáticos), seguros, con variedad de actividades para todos los gustos y facilidades y servicios para familias y niños. *Compartir tiempos y espacio.	Viajan como unidad, con hijos pequeños o mayores sin autonomía económica para organizar sus propias vacaciones. Sensibles a costo, asistencia sanitaria y seguridad. · En función de la edad de los hijos decantan la elección hacia un destino nacional o internacional y la modalidad del transporte (propio o colectivo) y el hospedaje (estancia en segunda residencia, apartamento, hotel, etc.).
Singles	25-50 años, sin pareja estable. · Residen en grandes ciudades. · Universitarios. · Ingresos medios-altos. · Viven solos	Diferentes motivaciones. · Limitada sensibilidad a los precios.	Viajan solos o en grupo. Si viajan en grupo (amigos o programas) el objetivo de establecer relaciones interpersonales. · Compras por impulso o de última hora. · Consumen productos de moda, lujo y decoración. · Muy digitalizados y compradores por internet.
SAVE	Estudiantes, Egresados o Científicos. · 25-50 años. · Perfil universitario alto. · Ingresos medios o medio-altos.	Formación. · Adquisición conocimiento científico. · Programas solidarios o voluntariado.	Individuales o grupos. · Los estudiantes, en función de la edad, viajan en compañía de profesores o familiares en relación a hitos de sus estudios (fin de carrera) o vida social (quinceañeras, etc.), de acuerdo con las costumbres de su país; o de manera independiente pero organizada, por prácticas, aprendizaje de idiomas o cursos especializados.
Cultural	30-65 años. · Cultos. · Ingresos medios-altos a altos.	Interés por la cultura. · Combinación naturaleza-cultura. · Intereses especiales como mitos y leyendas, arqueología, arte contemporáneo, indigenismo y culturas autóctonas. · Lectura.	Informados. · Viajeros frecuentes. · Independientes, pero también pertenencia a clubes donde comparten aficiones. · Éticos. · Prefieren atractivos con poca afluencia. · Consideran muy útil la guía. · Tanto independientes como en grupo
Buscadores de capital social	· 25-40 años. · Perfil universitario. · Ingresos medios-altos a altos. · Sociales, gregarios.	· Interés por la cultura o la naturaleza como fuente de experiencias. · Preferencia por destinos exóticos	Entienden que ser buen viajado es una característica personal envidiable.

SEGMENTO/ NICHOS	SOCIODEMOGRAFICO Y ECONOMICO	MOTIVACIONES Y AFICIONES	ACTITUDES, NECESIDADES Y COMPORTAMIENTOS
			· Permanentemente conectados a las redes sociales. · A menudo planifican sobre la marcha

Fuente: (Departamento del Huila, 2019)

Como una de las actividades turísticas de Timaná es la religiosa, resulta oportuno advertir que, este tipo de atractivos está pensado para una población avanzada de edad, entre adultos y adultos mayores principalmente que buscan consagrarse ante los símbolos de sus creencias religiosas (catolicismo en este caso) es por ello que se recomienda realizar las adecuaciones necesarias para este grupo específico de población, quienes buscan un confort que les cause el menor cansancio físico posible.

3.2.2.2. Demanda Turística

El desarrollo turístico de un destino se enmarca en la oferta y demanda que posee, donde se contempla la diversificación turística, en tal sentido es importante enfocarnos en las necesidades del turista a nuestros atractivos, es por eso que es fundamental tener en cuenta los siguientes parámetros, donde todo producto turístico responde a una combinación de hasta tres utilidades, en distintas proporciones, para atender las necesidades de los visitantes:

- Utilidades vivenciales, que integran gran parte de la experiencia turística: festivales, actividades, hospitalidad, intercambio sociocultural, eventos, comidas, entretenimiento, compras, servicios, entorno, entre otros. En el caso de Timaná las vivencias están relacionadas con las peregrinaciones, el senderismo de interpretación biótica en cavernas, así como, el senderismo de interpretación histórica por los vestigios de arte rupestre y los escenarios donde se dice La Gaitana construyó su historia.
- Utilidades simbólicas, perceptuales, que tienen que ver con las motivaciones últimas de los visitantes y que se satisfacen a través de los recursos humanos, culturales e históricos, los productos a la medida o de nicho, los nuevos conceptos de ocio, las marcas y que atienden a deseos de reconocimiento, aprendizaje, autorrealización, recompensa, entre un amplio abanico de motivaciones, necesidades y expectativas. Sin lugar a dudas el valor simbólico de La Gaitana está relacionado con La Gaitana.
- 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 Timaná se enfocan en operar actividades en el marco del confort y seguridad del turista que los visita.

El municipio de Timaná tiene una capacidad hotelera aceptable para la demanda de turistas que visitan su zona, cuenta con guías de turismo, empresa transportadora, además cuenta con una agencia de viajes formales y es importante adelanta un punto de información turística para aquellos que deseen explorar otras zonas de Timaná.

3.2.2.3. Planta turística

Como planta turística se entiende el conjunto de servicios turísticos presentes en un territorio dispuestos para la prestación de servicios que satisfagan las necesidades de los turistas.

Auscultando el Registro Nacional de Turismo correspondiente al año 2023 los prestadores de servicios turísticos de Suaza inscribieron o renovaron el RNT de 9 empresarios.

Tabla 8. Síntesis de los Prestadores de Servicios turísticos de Timaná

No.	Tipo de servicio	Cantidad
1	Alojamiento	5
2	Agencias de viajes	1
3	Profesionales en guianza turística	1
4	Transporte terrestre	1
5	Vivienda Turística	1
	Total	9

Fuente: (Cámara de Comercio del Huila, 2022)

Para el documento se tiene en cuenta la variación que ha presentado el municipio frente a la Ocupación Hotelera, presentando un comportamiento ante las crisis globales, actualmente el municipio cuenta con cinco (5) establecimientos de alojamiento turístico, pero actualmente no reportan cifras que generen un índice de ocupación hotelera para el destino, en tal sentido es indispensable tener en cuenta que desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se normalizará la implementa de la tarjeta de registro de Alojamiento, esta normatividad da valor agregado al destino, teniendo en cuenta que es de obligatoriedad brindar información estadísticas, que permitirán la elaboración de boletines estadísticos, los cuales serán fundamentales para la toma de decisiones.

3.3. INDICADORES DE NIVEL DE DESARROLLO TURISTICO

Tabla 9 Gestión del destino turístico de Elías

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
Presenta Indicadores de nivel de desarrollo ante MINCIT		X

Fuente: (Departamento del Huila, 2022)

3.3. ANALISIS DOFA

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

Tabla 10. Análisis DOFA.

Aspectos Externos	
Oportunidades	Amenazas
<p>Oportunidades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de rutas religiosas en Timaná 2. Fortalecer la ruta de Aviturismo, gastronomía, peregrino, caminos reales, ruta del festival, mejor café del mundo. 3. Fortalecer un guion turístico relacionado con la Gaitana y su gran riqueza histórica 4. Productores de café 5. Riqueza Natural 6. Desarrollo de fortalecimiento en actividad de arqueología en naranjal y limbo 7. Cuenta con el Pericongo. 8. Cuevas de santa clara 9. Termales de vía naranjal 10. Petroglifos 11. Artesanías en bejuco 12. Artesanías en croché 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las temporadas invernales que afecta la movilidad en vías terciarias. 2. Ilegalidad de los prestadores de los servicios turísticos. 3. La no implementación de las buenas normas técnicas colombianas. 4. Perdida de oportunidades de desarrollo local 5. Desarticulación entre los actores públicos – privados
Aspectos Internos	
Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Paso obligado hacia la zona sur del Huila 2. Riqueza infraestructura religiosa. 3. Cuenta con patrimonio Arquitectónico} 4. Iglesia de tobo 5. Capilla Naranjal 6. Templo de san Calixto 7. El EOT incluye actividades de turismo en Timaná 8. Cuenta con cajeros 9. Banco agrario, Utrahuilca 10. Corresponsales bancarios. 11. Riqueza cultural. 12. Trabajos en bambú 	<ol style="list-style-type: none"> 1. NO cuenta con unidades de policía de turismo 2. Ilegalidad 3. No existe un trabajo de asociatividad con la oferta actual en el municipio 4. Informalidad 5. No se cuenta con una oficina locales de turismo 6. No existe una política pública en turismo 7. Inexistencia en el presupuesto de turismo 8. Rivalidad entre la actividad productividad turística 9. No cuentan con el punto de información turística. 10. No hay continuidad en los procesos turísticos 11. Falencia en señalización turística. 12. Perdida del desarrollo artesanal en cestería 13. No existe una marca comercial del destino 14. Falencia en la articulación del sector público- privada 15. Informalidad del sector empresarial para las vinculaciones 16. Desconocimiento en los procesos de capacitación en los colaboradores de los establecimientos de alojamiento. 17. Bilingüismo y atención al cliente. 18. No cuenta con un producto turístico 19. No cuenta con el consejo municipal de turismo 20. No cuenta con él programa colegios amigos del turismo. 21. La iglesia de tobo se encuentra en zona de alto riesgo 22. Cifras estadísticas

Fuente: (Departamento del Huila, 2022a)

3.4. PLAN ACCIÓN

El turismo es uno de los sectores económicos de mayor proyección a nivel global, en el año 2022 representando casi el 4.1 del PIB y del empleo en el mundo.

Como estrategia de desarrollo turístico para el municipio, se establecen siete (7) líneas estratégicas, con las cuales se dinamizará la economía y el desarrollo turístico en el municipio, las cuales quedan establecidas así:

Tabla 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	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 Sur del Huila.	1
		➤ Realizar la capacidad de carga de los recursos y atractivos turísticos focales en el municipio.	1
		➤ Estudio de Mercado de la Oferta y Demanda del Destino.	

Tabla 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:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Incluir el turismo en el PEI Local ➤ Adoptar el Servicio Social en Turismo. ➤ Implementar la media técnica en turismo. ➤ Capacitar en turismo a los prestadores de servicios turísticos. 	1
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Programa para Instituir el bilingüismo como catedra transversal 	1
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mejorar y ampliación de cobertura del programa de Articulación a la Media Técnica en Turismo. 	1
Cualificación de los prestadores de servicios turísticos.	Capacitar a los prestadores de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar programas de formación complementaria en turismo 	1
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en ingles técnico 	100%

Tabla 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	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Crear oficina de Turismo del municipio 	1
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fomentar la formalización y normalización de los prestadores de servicios turísticos 	100%
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollar programas de prevención de actividades ilícitas asociadas al turismo 	1
	Programa de Turismo Ético y Responsable	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Crear e Impulsar el programa de asociatividad, cooperativismo y de economía solidaria para el desarrollo turístico. 	1
		<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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*. Timaná.
- Departamento del Huila. (2020). *Plan Departamental de Desarrollo*. Obtenido de <https://www.huila.gov.co/documentos/1336/plan-de-desarrollo-2020-2023/>
- Departamento del Huila. (2021a). *Plan Sectorial de Turismo 2021-2033*. Neiva. Obtenido de Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.
- Departamento del Huila. (2022). *Nivel de desarrollo Turístico, según metodología del MINCIT*. Neiva.
- Departamento del Huila. (2022a). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. Timaná.
- Departamento del Huila. (2022b). Talleres para la construcción de la Agenda Estratégica productiva en el componente de turismo. *Plan de Acción*. Timaná.
- EDUCAEDU. (2022). *Ofertas académicas en turismo*. Neiva.
- EDUCAPLAY. (2016). *Mapa Turístico del Huila*. Obtenido de https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1027869-turismo_el_huila.html
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). *Programa Colegios Amigos del Turismo*. Bogotá D.C.
- Municipio de Timaná. (2020b). *Recursos Turísticos*. Timaná.
- Municipio de Timaná. (2020). *Esquema de Ordenamiento Territorial*. Timaná.
- Municipio de Timaná. (2020a). *Esquema de Ordenamiento Territorial*. Timaná.
- ONU. (2021).