

Ruta Mágica  
del Café

## COMERCIALIZADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS GARZÓN Y GIGANTE

### AGENCIAS DE VIAJES

En la actualidad el producto turístico Ruta Mágica del Café cuenta con cuatro Agencias de Viajes Operadoras, las cuales ofrecen una diversidad de productos turísticos a nivel Departamental, Nacional e Internacional y que dentro de sus propuestas empresariales han decidido integrar a la Ruta Mágica del Café como uno de sus productos experienciales más importantes de la cultura cafetera del centro del Departamento del Huila.

De igual forma con el fin de apoyar y consolidar el producto Turístico Ruta Mágica del Café las agencias de viajes TURISLAB ZOMAC, AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO GIGANTOUR, TIERRA DE GIGANTES SAS y HUILA RUTA 45; Han venido participando en una serie de eventos empresariales que han dado la oportunidad de dar a conocer y establecer acuerdos comerciales entre las diferentes Agencias de Viajes Mayoristas, Minoristas, Tour Operadores, Asociaciones Gremiales, Cadenas Hoteleras, Marketing Turístico, Guías Profesionales en Turismo e Instituciones como Fontur, Colombia Competitiva que son de gran ayuda para el producto turístico que se considera esta en una etapa de vinculación al mercado empresarial.



Para el proyecto “Agricultura y Turismo Sostenible para la consolidación de la Paz en Colombia (AID 11630)” a través del *Instituto Ítalo Latino-Americano (ILLA)*, en su Módulo de Turismo Sostenible se prioriza la necesidad de participar en todo evento que permita a las Agencias de Viajes anteriormente mencionadas divulgar su portafolio de servicios, realizar alianzas estratégicas y generar acuerdo de voluntades que posibiliten la integración de los servicios turísticos ofertados en la Ruta Mágica del Café a partir de las actividades de ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural en los territorios de Garzón y Gigante.

Cuadro 13. Cuadro Agencias de Viajes Ruta Mágica del Café

AGENCIAS DE VIAJES RUTA MAGICA DEL CAFÉ					
Razón Social	Nit	Dirección Comercial	RNT	Fecha de Expedición	Fecha de Vencimiento
CALDERON TORRES LINDA MARCELA - AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO GIGANTOUR	1075295668-9	CALLE 37 1 10-GARZON HUILA	70081	26/03/2021	31/03/2022
TRUJILLO QUINTERO MARIA CAMILA - TIERRA DE GIGANTES SAS	1079391647-1	CALLE 3 NO. 6-85-GIGANTE HUILA	96125	4/06/2021	31/03/2022
TURISLAB ZOMAC S.A.S. - TURISLAB ZOMAC	901258435-7	CARRERA 4 NO. 4-25-HOBO HUILA	68656	12/03/2021	31/03/2022
HUILA RUTA 45			62338		

Nota. Fuente: Elaboración Propia



## GUIANZA TURISTICA

La Guianza turística en los Municipios de Garzón y Gigante es tal vez el componente de la planta turística que mayor debilidad presenta, según los datos registradores por la cámara de comercio se puede observar que existe solo un profesional con tarjeta profesional que presta el servicio de Guianza Turística.



Jorge Melo Valderrama, RNT 2523 correo georgemelov@gmail.com Tel 3124069529.

## EVENTOS EMPRESARIALES

### Primera Feria Internacional de Café, Cacao y Muestra de Agroecoturismo

La Feria Internacional de Café, Cacao y muestra de Agroecoturismo realizada en la ciudad de Neiva el 2,3 y 4 de Septiembre del 2021, cierra su evento con más de 10.000 asistentes que por su naturaleza fueron empresarios del sector Agrícola y Turismo de incidencia nacional e internacional en donde los beneficiarios del Proyecto Paz Colombia como la RED DE PROYECTOS AGROECOTURISTICOS DEL HUILA Y LA RUTA MAGICA DEL CAFÉ se dieron cita en el Stand Oficial del proyecto quienes participaron activamente en la apertura del evento, lanzamiento de la marca territorial, rueda de negocios y alianzas estratégicas y venta de servicios turísticos para los visitantes quienes se encontraron entre ellos diferentes Agencias de Viajes Mayoristas, Minoristas, Tour Operadores, Asociaciones Gremiales, Cadenas Hoteleras y conocedores que el Departamento es uno de los destinos más importantes del país en términos de turismo nacional e internacional, se logró tener un balance positivo y muy significativo siendo el turismo una alternativa para el desarrollo económico de la región.

Con el fin de apoyar y consolidar los productos turísticos de la Ruta Mágica del Café y la Red de Proyectos Agroecoturísticos del Departamento del Huila

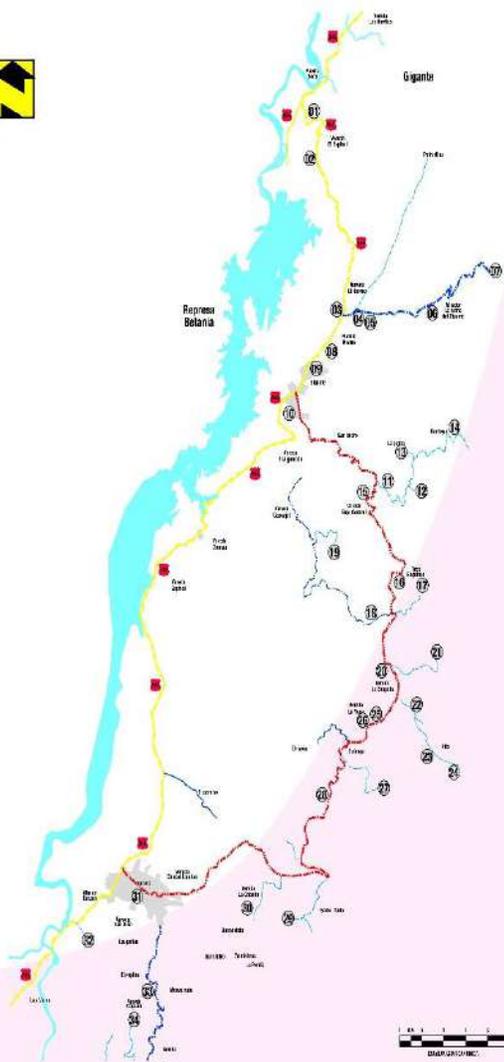
y que para la participación de la primera Feria Internacional de Café, Cacao y muestra de Agroecoturismo, el Modulo de Turismo Sostenible junto con sus coordinador y apoyo técnico se dieron cita alrededor de 20 empresarios en el Stan Oficial del Proyecto Paz Colombia donde se contó con la participación de 4 Agencias operadoras dedicadas a la venta de servicios turísticos de la Ruta Mágica del Café, 8 empresarios vinculados a la Red de Proyectos Agroecoturísticos del Huila REPAH, quienes estuvieron focalizados en la venta de servicios turísticos en todo el departamento del Huila y por ultimo dentro del Stand se realizó una muestra de Café, Cacao y Artesanías (Suvenires) quienes se contó con la participación de 8 empresarios en constante participación y divulgación del proyecto Paz Colombia. Finalmente se puede informar que los 20 empresarios en stand cumplieron todo el cronograma de actividades operativas, administrativas y estratégicas que dieran lugar en el evento.



Stand Oficial Ruta Magica del Café  
Fuente: Proyecto Paz Colombia

GEORREFERENCIACIÓN

# Ruta Mágica del Café



ID	DESCRIPCION					
1	Hacienda La Loma	x			x	x
2	Misador La Cuelca	x	x		x	x
3	Dolinas Artesanales La Gloria					x
4	Hacienda Campesino Sarachi	x		x		x
5	Villa Solina agro hotel	x		x		x
6	Morralto La Nueva del Gigante	x	x			x
7	El Compañi & El Sierapigero	x	x			x
8	Interlaken club	x				x
9	Lochenera Don Libo					x
10	El Amparo Mágico					x
11	Finca Santa Rosa	x		x		x
12	Finca la Florida	x		x		x
13	Stellar Dando la Viga	x		x		x
14	Finca Villa Duñelo - Lochenera Don Libo	x				x
15	Finca Agroturística La Perla	x				x
16	Finca La Alhija - Alojamiento Rural	x		x	x	x
17	Finca Salsosa	x		x		x
18	Finca San Francisco Haber Café	x				x
19	La Mota	x	x	x		x
20	Finca La Vieja el Licero	x				x
21	Finca la Nibardo	x	x			x
22	Finca la Unión	x				x
23	Villa Truch	x				x
24	Villa Truch	x				x
25	Finca La Alhija	x				x
26	El Socave Huelde	x		x	x	x
27	Finca Agroturística Los Arroyos	x	x	x	x	x
28	Villa Sandra Campesino	x		x		x
29	Finca EcoTurística la Palmita	x		x	x	x
30	Misador el Toley	x		x	x	x
31	Huilo Bibo	x				x
32	Hotel Parque La Cuelca	x		x		x
33	Finca EcoTurística Las Dorcas	x				x
34	El Balcon del Huila	x		x		x

Figura 3. Georreferenciación Ruta Mágica del Café  
Fuente: Oficina de Productividad y Competitividad-Gobernación del Huila/SENA Huila

A través del Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario Del Huila se realizó la formación complementaria en Georreferenciación con Sistemas Satelitales GNSS con una duración de 40 horas a cargo del profesional Jesús Andrés Silva Plazas, Ingeniero de Sistemas quien lidero el proceso junto con la mayor parte de empresarios de la Ruta Mágica del Café donde la formación tuvo un alto grado de participación quien se realizaron sesiones en virtuales sincrónicas donde se suministra a los participantes de la temática a realizar y los productos a entregar; la formación en campo estuvo direccionada por el profesional a cargo donde se manejaron equipos y elementos (GPS y Cámaras Fotográficas) que permitieran realizar la caracterización de cada empresario turístico donde se pudo realizar el levantamiento de la información en cuanto a Imagen, Latitud, Longitud, Nombre del sitio, Municipio, Vereda, Descripción, Servicios, Hora, HRMS, VRMS. Los resultados se pueden observar en la Figura 3. Siendo este el resultado final

Link para acceder al mapa en Google Maps: <https://www.google.com/maps/d/u/1/edit?mid=1p85LNtb1y5p6jHmo-yPmVTSKNah7une1l&usp=sharing>



Figura 4. QR Georreferenciación Ruta Mágica del Café  
Fuente: Jesús Andrés Silva Plazas, Ingeniero de Sistemas SENA HUILA

#### MARCA CORPORATIVA (Ver Anexo E. Manual de Marca)

Según el profesional y Diseñador Gráfico Juan Perdomo describe la marca corporativa y cuenta que “Luego de varios talleres con las comunidades en los territorios de la ruta, se recopilaron las impresiones, opiniones y deseos de las personas directamente involucradas en el proyecto tanto de los municipios de Gigante como de Garzón. En ese sentido, se identificó que el referente más poderoso para la construcción de la marca era leyenda de Matambo y Mirtayú, ya que no solo identifica la región desde su relieve y los aspectos geográficos, sino desde lo cultural y lo místico. Teniendo como eje central este elemento, aparecen dos perfiles, el de la izquierda es tal cual el cerro de Matambo y el de la derecha es una reinterpretación de un perfil femenino para evocar a Mirtayú, ya que no existe con claridad un cerro que la describa específicamente, pero sí uno que evoca sus senos, versión que hace parte de la tradición oral de los pobladores. Por cuestiones de simetría y para continuar dándole valor a la leyenda de estos dos mágicos personajes fue pertinente jugar con los dos perfiles para terminar humanizándolos. Los dos perfiles también salen del agua junto a un grano de café que apenas se insinúa, siendo este parte de la geometría base de los dos perfiles. En la parte inferior se agregaron unas salpicaduras de agua para reforzar el tema del Quimbo y las riquezas hídricas de la región.

El concepto que evoca la ruta 45 sigue vigente, ya que la división del grano de café y los dos personajes de la leyenda generan un espacio en blanco que simboliza un camino o carretera. Las paletas frías y cálidas hacen una referencia a los pisos térmicos del Huila, sumado a esto, al fondo apreciamos un sol como soporte de toda la composición y en sus bordes, un tejido ancestral que hace homenaje a la riqueza artesanal del centro del departamento. Finalmente encontramos la parte tipográfica, cuyos trazos se identifican con las curvaturas propias de los caminos de la ruta y del río Magdalena.



Figura 5. Identidad grafica (Logosimbolo y logotipo)  
Fuente: OPC-Gobernación del Huila/Proyecto Paz Colombia

# CAPITULO III

## RUTA MÁGICA DEL CAFÉ-PAQUETES TURISTICOS

*Experiencia Granjera*  
**Granjera**  
*Ruta mágica del café*

**Incluye**  
**1 día**  
**1 noche**

Transporte interno/ Alimentación: 1 desayuno, 1 almuerzo, 1 cena/ Ingreso a la Hacienda Santa Rosa/ Recorrido por la Granja/ Piscina/ Ingreso a la Morra/ Degustación de café/ Alojamiento acomodación múltiple/ Kit de bioseguridad/ Guía

**Valor por persona: \$172.000**

Ruta Mágica del Café

AGENDA ITALIANA PER LA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO

ilifa

SEMA

Figura 6. Paquete Turístico “Experiencia Granjera”  
Fuente: GIGANTOURS

*Ruta mágica del café*  
**Ecoventura Cafetera**  
*3 días y 3 noches*

**Incluye**

Transporte interno/ seguro/ Alimentación: 4 desayunos, 3 almuerzos, cenas, 3 Refrigierios/ Avistamiento de aves en el Carrizal/ Ingreso a la Mano/ Jeep/ Recorrido cafetero en la Florida/ Ingreso a la Morra/ Degustación de café/ Visita al balcón del Huila/ Recorrido por la fazenda/ Degustación de Postre/ Alojamiento en acomodación múltiple/ Kit de bioseguridad/ Guía

**Valor por persona: \$577.000**

Ruta Mágica del Café

AGENZIA ITALIANA PER LA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO

ilifa

SEMA

Figura 7. Paquete Turístico “Ecoventura Cafetera”  
Fuente: GIGANTOURS



Ruta mágica del café

*Ruta mágica del café*  
**Tierra de Gigantes**  
 Pasadia

**Incluye**  
 Transporte interno/ Desayuno/ Ingreso a los senos de la diosa Mirthayú/ Recorrido histórico/ Ingreso a la Mano y sus atracciones/ Jeep/ Almuerzo/ Refrigerio/ Towntour/ Ingreso a la Morra/ Avistamiento al cerro Matambo/ Kit de bioseguridad/ Guía

**Valor por persona: \$115.000**

senos      Rostro      Cabello

Ruta Mágica del Café

AGENZIA ITALIANA PER LA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO

iila

SEMA

AGENCIJA ZA VEŠTAČENJE I PROMOCIJU TURIZMA

Figura 8. Paquete Turístico “Tierra de Gigantes”  
 Fuente: GIGANTOURS

*Ruta mágica del café*  
**Tour Ancestral**  
 2 días y 1 noche

**Incluye**  
 Transporte interno/ seguro/ Alimentación: 2 desayunos, 2 almuerzos, 1 cenas/ Ingreso a la Cacica/ Recorrido por lo senis de la diosa Mirthayú/ Recorrido histórico/ Ingreso a la Mano/ Jeep/ Visita a la Hacienda Santa Rosa/ Ingreso a la Cascada del duende/ Almuerzo en la truchera/ Recorrido por la Jagua/ Degustación de Postre/ Alojamiento en acomodación múltiple/ Kit de bioseguridad/ Guía

**Valor por persona: \$244.000**

Ruta Mágica del Café

AGENZIA ITALIANA PER LA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO

iila

SEMA

AGENCIJA ZA VEŠTAČENJE I PROMOCIJU TURIZMA

Figura 9. Paquete Turístico “Tour Ancestral”  
 Fuente: GIGANTOURS



RUTA MÁGICA DEL CAFÉ

# Plan Café y Leyendas

Garzón - Gigante  
1N/2D

Desde \$365.000\*



Ruta Mágica del Café



Mano del Gigante



Senos de Mirthayu  
- Tierra de Gigantes



La Jagua  
Pueblo de Brujas

**Nuestro plan incluye:**  
 Ingreso Mano del Gigante  
 Recorrido Senos de Mirthayu  
 Tarde de Cuenteria  
 Alojamiento Multiple  
 Sendero Cascada del Duende  
 Almuerzo en Villa Truch  
 Catación de Café Especial y Degustación Postre de Cholupa.

Figura 10. Paquete Turístico “Plan Café y Leyendas”  
Fuente: TURISLAB

RUTA MÁGICA DEL CAFÉ

# Experiencia Sensorial Cafetera

Garzón - Gigante  
1N/2D

Desde \$410.000



Ruta Mágica del Café





**Nuestro plan incluye:**

- Observación de Paisaje Cafetero - Recorrido Finca La Florida o Finca La Palestina
- Experiencia auditiva en el Laboratorio de Coocentral o Finca Lusitania
- Catación y Degustación de Productos de Origen de Café en Finca Los Arenas
- Alojamiento en Kavhe - Experiencia Sensorial
- Taller de Jabones Artesanales a base de café
- Almuerzo



Figura 11. Paquete Turístico “Experiencia Sensorial Cafetera”  
Fuente: TURISLAB



RUTA MÁGICA DEL CAFÉ

# Plan Entre Cafetales

Garzón-Gigante  
1N/2D

Desde \$392.000\*

**Nuestro plan incluye:**

- Ingreso Mano del Gigante
- Recorrido Cafetero Finca La Florida
- Alojamiento Múltiple
- Jornal y Experiencia Cafetera
- Finca Los Arenales
- Almuerzo Arroz Tapado La Floresta
- Ingreso al Balcón del Huila
- Catación de Café Especial
- Canasta de la Huilensidad

Mano del Gigante

El Balcón del Huila

Ruta Mágica del Café

Jornal Cafetero

Figura 12. Paquete Turístico “Plan Entre Cafetales”  
Fuente: TURISLAB

IMAGEN DE LA RUTA MAGICA DEL CAFÉ



Ruta mágica del café

## CAPÍTULO IV

### DEMANDA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE GARZÓN Y GIGANTE

El mercado turístico está representado por la demanda de visitantes con interés en actividades turísticas; su análisis permite conocer cuáles son las motivaciones por las que estos turistas visitan un destino, cuáles son sus expectativas y cuál es su perfil psicográfico; factores básicos para el diseño de productos o servicios que den respuesta a los requerimientos del mercado.

El estudio de mercado determina valiosos aportes para el proceso de planificación turística ya que se convierte en herramienta fundamental para los territorios en cuanto al aporte de información que permita a los organismos gubernamentales, prestadores de servicios turísticos y comunidad anfitriona a ajustar sus emprendimientos, empresas y el destino a las necesidades reales de los clientes potenciales que disfruta de la Ruta Mágica del Café

Finalmente se entiende por demanda turística actual aquellos clientes, huéspedes, excursiones, turistas y demás tipologías de clientes que frecuentan nuestro destino o que han visitado el destino. Para establecer características esenciales como:

- Perfil del Turista
- Lugar de procedencia
- Composición familiar de viaje
- Motivación
- Forma de transportación elegida
- Actividades realizadas
- Alojamiento preferido
- Forma de contratación del viaje
- Entre otras

Con el apoyo de los empresarios de la Ruta Mágica del Café como, La Mano del Gigante, Hacienda la Morra, Hotel La Casona, El Balcón del Huila, Finca Agroecoturística Palestina, Agencia de Viajes Turistlab y el Punto de Información Turística del Municipio de Gigante se logró aplicar la siguiente encuesta que tenía como objetivo principal conocer el nivel de aceptabilidad que

tiene los turistas o viajeros en cuanto al trabajo realizado, productos y servicios turísticos ofrecidos durante su viaje o estadía en los Municipios de Gigante y Garzón denominado Ruta Mágica del Café; siendo esta herramienta un elemento que permita evaluar el nivel de competitividad turística a través de los servicios ofertados en el centro del Departamento del Huila.

El siguiente modelo de encuesta fue elaborado mediante la aplicación Google formularios y fue distribuida mediante la aplicación WhatsApp quien de manera oportuna y rápida se obtuvo los siguientes resultados.

Estimado Viajero, Ante todo le agradecemos la atención por dedicarnos estos minutos de su valioso tiempo, deseamos que esta encuesta nos permita mejorar nuestro trabajo, productos y servicios turísticos ofrecidos durante su viaje o estadía en los Municipios de Gigante y Garzón denominado Ruta Mágica del Café; Esta herramienta nos permitirá evaluar el nivel de competitividad turística a través de los servicios ofertados y por esto necesitamos conocer su opinión sobre este nuevo Producto Turístico del Departamento del Huila; Por favor, responda de forma sincera, según su apreciación y experiencia viajera a través del siguiente link <https://forms.gle/dCb9fHpsXpd2gUSb7>

### Resultados

De acuerdo a la información suministrada se puede determinar que existe un 41% de los encuestados son de sexo Femenino, y el 59% se identifica de sexo MASCULINO lo que sugiere que el liderazgo del grupo familiar o del grupo de amigos se encuentra principalmente en el género Masculino. Sin embargo, cabe denotar que la diferencia porcentual relativamente no es muy alta (valores muy cercanos) y que por ello es posible afirmar que las familias que viajan a conocer el producto turístico Ruta Mágica del Café, tiene como cabeza de familia el padre o la madre de hogar y en los resultados de las encuestas se tendrá en cuenta la opinión de ambos géneros.

Siguiendo con el análisis se puede observar que el mayor porcentaje de visitantes y turistas que llegan al destino son de la ciudad de Neiva, demostrando que puede convertirse en el principal mercado interno de la región todo esto por sus que lo conecta por la ruta 45 a tan solo 2 horas del destino turísticos, además como podemos ver en la (Figura 13), el destino turístico ha llamado la atención de diversidad de clientes a nivel departamental lo cual permite ser una nueva opción de recreación, ocio y descanso para este tipo de visitantes en su mayoría los fines de semana

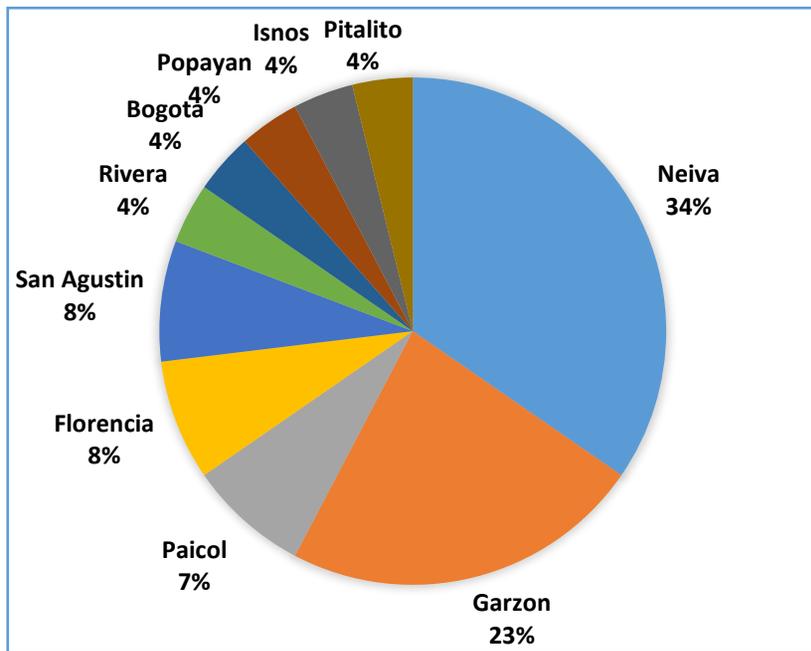


Figura 13. Procedencia al Destino Turístico  
Fuente: Elaboración Propia

Los medios de comunicación más empleados para informarse sobre la oferta turística del centro del Departamento del Huila resulto ser con un 55 % de los encuestados, recomendaciones por parte de familiares, amigos, u otra persona. Seguido de un 38 % (Ver Figura 14), se enteró por medio de internet, Lo anterior indica que el medio de divulgación que en este momento está funcionando mejor es el de voz a voz con los amigos y la familia, lo cual nos indica que hasta el momento la experiencia del visitante ha sido muy satisfactoria y ha permitido que el destino se posicione cada vez más generando experiencias únicas y agradables que permita ser recomendado día a día por visitantes locales e internacionales. Por otra parte se hace necesario reforzar la promoción en los medios masivos como radio, televisión, prensa, y redes sociales ya que un gran porcentaje de encuestados manifiestan no haber escuchado el producto turísticos Ruta Mágica del Café y que en su gran mayoría desean disfrutar de sus atractivos turísticos naturales y culturales, sus fincas

Agroecoturística, miradores con los que dispone el Municipio de Garzón y Gigante.

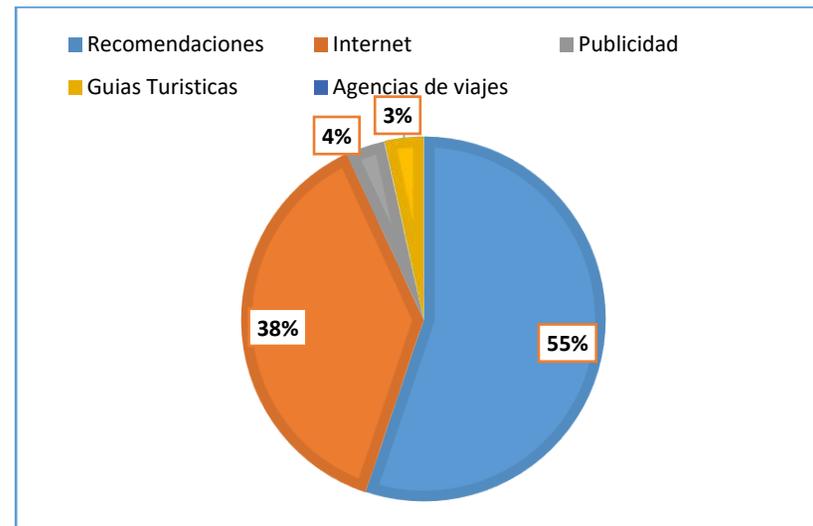


Figura 14. Fuente de Información del Destino  
Fuente: Elaboración Propia

La principal motivación con la que los turistas programan su viaje al destino y según los análisis obtenidos en la presente encuesta, indican con un 41% el Turismo Cultural y el Ecoturismo 21% (Ver figura 15.) Esto nos indica que nuestros visitantes arriban al Municipio de Garzón y Gigante buscando actividades que permitan conocer la cultura y su patrimonio natural. Esto quiere decir que el destino cuenta con innumerables atractivos turísticos como (Matambo, Mirthayu, los Altares, Montaña la Mano del Gigaante, Paramo de Miraflores, su Rio Magdalena, Los Garzones, sus edificaciones como el Monasterio al Ave María, La Biblioteca Municipal, el Palacio Municipal Misael Pastrana y el centro poblado de la Jagua siendo esta una comunidad ancestral que revela por sus calles empedradas todo el arte y la cultura del “pueblo de las brujas”. Entre otros.)



Figura 15. Motivaciones al planear su viaje  
Fuente: Elaboración Propia

La forma de contratar el viaje, nuestros visitantes optan por llegar al destino contratando su viaje por cuenta propia 97% Ver (Figura 16), sin que existiesen intermediarios para la venta de servicios turísticos. Esto nos permite concluir que la Ruta Mágica del Café siendo un producto turístico relativamente nuevo, las Agencias de Viajes y Turismo necesitan reforzar su gestión empresarial implementando estrategias de comercialización entre empresarios de la zona y poder generar estrategias de mercadeo que le permitan diversificar sus servicios turísticos, además podemos concluir que las nuevas tendencias de mercado apuntan a que los turistas eviten al máximo los intermediarios que puede ser una amenaza para las agencias de viajes que operan este destino



Figura 16. Forma de contratar el viaje  
Fuente: Elaboración Propia

Durante el tiempo de visita los turistas encuestados argumentaron que durante su estadía, la señalización turística, las vías terciarias y entidades bancarias (cajeros), no están acorde a las necesidades de los visitantes ya que se hace difícil acceder algunos lugares de gran importancia siendo este un corredor vial cafetero tan importante que se deberían tener las vías en su totalidad pavimentadas pero carece de un constante mantenimiento, por otra parte en temporadas como fines de semana se presenta mucho flujo vehicular que genera desorden e inseguridad para los turistas. Finalmente la gran mayoría de los encuestados manifiestan que los servicios de Alojamiento son sin duda alguna una fuerte innovación por los empresarios locales ya que se ofrecen servicios hoteleros según las nuevas tendencias del mercado (Glamping-Ecolodge) y que para la industria gastronómica se le está dando gran importancia a los productos netamente de la región lo que hace un destino Turístico innovado e incluyente con sus productos locales

Por otro lado y según lo manifestado anteriormente el 100% de los encuestados afirma sentirse satisfecho con la atención recibida y la calidad humana de la comunidad anfitriona de cada uno de los lugares, lo que hace especial y mágico este destino turístico y finalmente se puede concluir que el precio es un determinante a la hora de adquirir un producto o servicio turístico donde se resalta que son justos y acordes a lo ofrecido por los empresarios. En definitiva la Ruta Mágica del Café es un destino turístico que se ajusta a todos los niveles económicos de sus clientes.

## CAPÍTULO V

### ANÁLISIS DOFA

El análisis DOFA es una matriz que permite identificar las condiciones favorables y desfavorables de un territorio, en este caso el análisis del entorno turístico de los Municipios de Garzón y Gigante a nivel interno y externo. Dentro de este estudio podemos afirmar que las Oportunidades que tienen los territorios objeto de estudio son las condiciones externas que permiten generar beneficios y por el contrario las Amenazas son las situaciones ajenas que no se pueden controlar, pero que identificadas a tiempo permiten la generación de estrategias para reducir su impacto negativo en el territorio. De otro modo podemos resaltar que las Debilidades son aquellos aspectos internos de los territorios que identificados a tiempo permiten la implementación de actividades que les permita potencializarse y por ende minimizar su factor de riesgo para el sector.

Finalmente podemos afirmar que las fortalezas, también son aspectos internos, lo cual son ventajas comparativas y competitivas que desarrolladas de forma eficaz pueden generar resultados positivos considerables en la consolidación del producto turístico *Ruta Mágica del Café*. A partir de lo mencionado anteriormente la identificación de las Fortalezas, Debilidades (Ver Cuadro No 14) Oportunidades y Amenazas (Ver Cuadro No 15) del micro y macro entorno en el que se desarrollan las actividades turísticas nos ayuda identificar sus necesidades, seleccionar planes de acción y establecer las estrategias y determinar resultados a corto, mediano y largo plazo que permitirán al producto turísticos tener criterios de sostenibilidad a nivel sociocultural, económico, ambiental y de gestión.

### IMAGEN DE LA RUTA MÁGICA DEL CAFÉ

**Cuadro 14.** Matriz del Análisis Fortalezas y Debilidades

FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
Existencia de atractivos naturales, culturales, ambientales e hidrográficos de interés Departamental y Nacional.	Falta de una infraestructura vial adecuada para el acceso a los diferentes atractivos turísticos que posee la Ruta Mágica del Café
Diversificación de la oferta turística en el Departamento del Huila, Ruta Mágica del Café se postula como el destino turístico que trabaja sobre la Tipológica del Ecoturismo y Turismo Rural.	Falta de organización municipal (no existen acciones de cooperación entre las Coordinaciones de Turismo de Garzón y Gigante)
Apoyo por parte de entidades públicas y privadas (Secretaría de Cultura y Turismo Departamental, Oficina de Productividad y Competitividad, Proyecto Paz Colombia, Cofisam, Cámara de Comercio, SENA Regional Huila)	Bajo porcentaje del manejo de un segundo idioma por parte de los operadores turísticos
La voluntad que posee la comunidad y empresarios para capacitarse y mejorar los servicios prestados a nuestros visitantes (Empresarios de la Ruta Mágica del Café)	Poca certificación de Guías profesionales en Turismo en los Municipios de Garzón y Gigante.
El talento humano dispone de toda su capacidad de entrega al servicio del turista con inversión económica, infraestructura acorde a las necesidades de sus clientes	Existe empresarios que aún no cuentan con el Registro Nacional de Turismo
Existencia de infraestructura turística (Hoteles y Restaurantes) enmarcada en las nuevas tendencias de mercados (Glamping y Ecolodge)	Poca señalización turística que permita identificar claramente alguno de los atractivos turísticos de los territorios.
Reconocimiento a nivel Nacional e Internacional en su producción cafetera de alta calidad	La mayor parte de los empresarios del sector turismo no cumple con los requisitos de sostenibilidad turística
Diversidad cultural en los territorios	No se tiene en cuenta la capacidad de carga en algunos puntos de interés turísticos

FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
Portafolio de servicios diversificado y establecido por cada uno de los empresarios vinculados a la Ruta Mágica del Café	Poco conocimiento de empresarios en manejo de plataformas virtuales
Participación en la promoción del producto turístico a través de ferias especializadas (ANATO, Feria Internacional de Café, Cacao y Agroecoturismo)	No se cuenta con un marco general normativo de disposiciones y acciones para los empresarios de la Ruta Mágica del Café, que permita establecer su normatividad específica de acuerdo a sus características propias del territorio
Existencia de Coordinaciones de Turismo en el Municipio de Garzón y Gigante.	Baja gestión por parte de los empresarios en analizar los niveles de satisfacción o experiencia viajera teniendo en cuenta los índices de satisfacción de sus clientes
Fuerte participación de Agencias de Viajes operadoras en los Municipios de Garzón y Gigante (Turislab, Gigantours y Tierra de Gigantes)	El producto turístico Ruta Mágica del Café no cuenta con una figura asociativa lo cual pone en riesgo su operatividad.
Existencia de un aplicativo que permite la visualización y comercialización de productos turísticos en el Centro del Departamento del Huila (CenturHuila)	
Gran difusión de la Marca Corporativa que identifica a los empresarios de la Ruta Mágica del Café en las diferentes plataformas virtuales	
La mayor parte de los empresarios de la Ruta Mágica del Café está debidamente georreferenciados en las plataformas virtuales y hace fácil su ubicación.	

Nota. Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro 15.** Matriz del Análisis Oportunidades y Amenazas

OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
Capacitación constante para los prestadores de servicios turísticos (SENA Regional Huila, IILA, Oficina de Productividad y Competitividad, Cámara de Comercio)	Sobre carga de visitantes en temporadas altas a los diferentes atractivos turísticos
Fuerte promoción del destino en ferias y actividades especializadas	Falta de políticas que regule los derechos y deberes de los turistas que visitan al municipio
Acelerado desarrollo tecnológico por parte del municipio	Falta de infraestructura turística para la realización de diferentes actividades culturales (congresos, convenciones, centros deportivos etc.)
Manejo oportuno de una política que regule precios en cada uno de los atractivos turísticos, para evitar la competencia desleal	Fuerte existencia de monopolios económicos (competencia desleal e imperfecta)
Reconocimiento de los territorios a nivel nacional e internacional	Existencia de redes de tráfico de drogas
Flujo amplio de turistas a la región	Perdida de la identidad cultural por parte de la comunidad
Existencia de leyes, decretos y programas que promuevan la conservación y protección del patrimonio tangible e intangible	Falta de políticas que regule los derechos y deberes de los operadores turísticos
Existente permanente contacto con entidades públicas y privada que fortalecen la promoción turística del municipio	Escasa cooperación por parte de la Administración municipal hacia las organizaciones privadas y pública
Innovación de la oferta y la demanda turística (turismo de aventura, turismo rural y ecoturismo)	Falta de infraestructura turística para la realización de diferentes actividades culturales (congresos, convenciones, centros deportivos etc.)
La Ruta Mágica del Café se postula como el producto turístico del Centro del Departamento del Huila en actividades Agroecoturística.	Falta de infraestructura turística para la realización de diferentes actividades culturales (congresos, convenciones, centros deportivos etc.)

Nota. Fuente: Elaboración Propia

**PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA EL MEJORAMIENTO DEL PRODUCTO TURÍSTICO RUTA MÁGICA DEL CAFÉ**

**PROGRAMA DE TURISMO SOSTENIBLE PARA LA RUTA MÁGICA DEL CAFÉ (GARZÓN Y GIGANTE)**

**Misión**

Contribuir al desarrollo local y al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades anfitrionas de los Municipios de Garzón y Gigante a través del desarrollo turístico sostenible, responsable y competitivo; promoviendo la planificación eficaz, la maximización de los beneficios sociales y económicos para la comunidad local, el mejoramiento y protección del patrimonio cultural, natural y la reducción de los impactos negativos sobre el medio ambiente a través de la ejecución de las actividades turísticas generadas en los territorios.

**Visión**

La Ruta Mágica del Café para el año 2026 será un territorio que reconoce y valora su riqueza natural y cultural, proyectándola como alternativa económica al desarrollo rural, y se habrá consolidado como un destino turístico reconocido en el ámbito regional y nacional, bajo principios de calidad, sostenibilidad y equidad.

**Objetivo General**

De manera impórtate se requiere adoptar un programa de turismo sustentable en los territorios (Garzón y Gigante) utilizando permanentemente criterios globales de sostenibilidad reflejados en planes, programas y políticas que se vinculen a la conservación del territorio en todas sus formas.

**PROGRAMA TENDIENTE A CONTRIBUIR CON EL MEJORAMIENTO DEL PRODUCTO TURISTICO “RUTA MÁGICA DEL CAFÉ”**

Para la siguiente propuesta definimos el Capítulo V., dentro del documento técnico como un espacio para resaltar los procedimientos o acciones que deben ser trabajadas dentro de un plan general, y que a partir de acciones concretas dentro de un orden y plazos definidos podrán resolver problemas

o situaciones en específico que mediante el análisis de los Capítulos I, II, III y IV se puede incrementar los índices de competitividad turística de la Ruta Mágica del Café con miras establecer un destino turístico de talla mundial.

Dentro de los programas para cada línea estratégica se encuentran:

1. Formación y capacitación del talento humano.
2. Gestión empresarial.
3. Mercadeo y comercialización turística.
4. Sostenibilidad ambiental.

Para el programa propuesto es muy importante definir acciones concretas que permitan dar solución a objetivos reales y que en definitiva el documento técnico permita planificar, analizar y ejecutar tareas específicas que estén representados los criterios globales de sostenibilidad turística. A partir de lo mencionado anteriormente se encuentran las siguientes acciones con sus respectivos objetivos:

Cuadro 16. Formación y capacitación del talento humano

LINEAS ESTRATEGICAS	ACCIONES	SECTOR	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	TIEMPO			RESPONSABLES			
					C	M	L				
<b>FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO</b>	<b>DISEÑAR E IMPLEMENTAR UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA PARA EL PRODUCTO TURISTICO RUTA MAGICA DEL CAFÉ</b>	ALOJAMIENTOS RURALES	Formación en servicio de Recepción y Reservas conforme a manuales existentes	Concientizar e involucrar a los prestadores de servicios turísticos en la necesidad de estar capacitados y adquirir procesos académicos para poder afrontar nuevos retos de los mercados turísticos.	■			SECRETARIA DE TURISMO GARZON Y GIGANTE- SENA REGIONAL HUILA- PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS			
			Formación en Arreglo de Habitaciones y Zonas Comunes según protocolos del establecimiento		■						
			Formación en manejo de valores e ingresos relacionados con la operación del establecimiento (Tarifas Hoteleras)		■						
			Formación en Ingles Hotelero básico			■					
		RESTAURANTES	Formación en Cocina Tradicional			■					
			Formación en Menús y Sistemas de Servicios (SERVICIO EN LA MESA)		■						
			formación en la elaboración de Receta Estándar			■					
			Formación Manipulación de Alimentos		■						
		GUIANZA	Formación en Enología y Bebidas				■				
			Formación en Tecnólogo/Homologación en Guianza Turística		■						
		TRANSPORTES	formación en riesgos laborales y uso adecuado de las unidades de transporte			■					
			Formación en ingles básico		■						
			Formación en servicio al Cliente en Turismo		■						
			Formación en productos turísticos (Planeación, Ejecución y control) de las actividades de Transporte turístico.				■				
		POLICIA	Sensibilización de cuerpos de seguridad local para la protección y buena atención al turista				■				
			Sensibilizar a la comunidad en la importancia de los procesos de seguridad turística para el destino y así generar acciones de participación de los mismos.				■				
						Fortalecer la participación de los organismos públicos y privados en temas relacionados con seguridad turística a efecto de consolidar un destino seguro.			■		SECRETARIA DE TURISMO GARZON Y GIGANTE-POLICIA DE TURISMO-COMUNIDAD

Nota. Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 17. Gestión empresarial

LINEAS ESTRATEGICAS	ACCIONES	SECTOR	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	TIEMPO			RESPONSABLES	
					C	M	L		
<b>Gestión empresarial</b>	Maximizar los beneficios sociales y económicos para la comunidad local	PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS	Verificar que todos los prestadores de servicios turísticos realicen las actividades comerciales de acuerdo con los manuales de calidad mínimos y necesarios. (Seguridad, infraestructura, protocolos de bioseguridad, entre otros).	Informar y asesorar a los diferentes prestadores de servicios turísticos en aspectos técnicos, económicos, financieros, jurídicos y administrativos que permitan el mejoramiento de la competitividad turística del destino	■			SECRETARIA DE TURISMO GARZON Y GIGANTE-PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS-CAMARA DE COMERCIO- OPC, GOBERNACION DEL HUILA	
			Realizar periódicamente la verificación del cumplimiento de la normatividad legal y vigente para los prestadores de servicios turísticos (RNT, Cámara de Comercio entre otros)			■			
			Establecer criterios de sostenibilidad (calidad en procesos y prácticas sostenibles) para el buen funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos				■		
			Promover el trabajo en red en pro de la gestión de recursos.		■				
		RUTA MAGICA DEL CAFÉ	Establecer normas básicas que indiquen a los prestadores de servicios, en que zonas pueden operar, en qué condiciones y que requisitos mínimos deben cumplir			■			
			Generar condiciones territoriales para la promoción y apoyo al micro, pequeña y mediana empresa.		■				
			Implementar y formular un banco de proyectos turísticos, ambientales y culturales.			■			
			Crear una organización (Corporación de turismo) que permita liderar y administrar todos los procesos en el territorio				■		

Nota. Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 18. Mercadeo y comercialización turística.

LINEAS ESTRATEGICAS	ACCIONES	SECTOR	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	TIEMPO			RESPONSABLES
					C	M	L	
<b>Mercadeo y comercialización turística</b>	<b>DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE MERCADEO TURÍSTICO PARA EL DESTINO</b>	RUTA MAGICA DEL CAFÉ	Establecimiento o adecuación de puntos de información turística	Establecer lineamientos base para la promoción turística del destino, recolectando información que nos permita reconocer los principales índices de satisfacción del turista en la Ruta Mágica del Café				SECRETARIA DE TURISMO GARZON Y GIGANTE-PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS-CAMARA DE COMERCIO HUILA-OPC, GOBERNACION DEL HUILA
			Registro de Marca Corporativa Ruta Mágica del Café					
			Actualización de información turística en las plataformas virtuales					
			Participación activa en eventos comerciales (Anato, Fam Trip, entre otros) de interés Municipal, Departamental y Nacional					
			Implementación de herramientas que proporcionen información de la demanda real y potencial que llega al destino					
			Establecer indicadores que permitan conocer la satisfacción de nuestros turistas en (Hoteles, Restaurantes, Agencias de viajes, Transporte					
			Seleccionar, clasificar y procesar la información generada por la actividad turística y emitir los reportes estadísticos en forma mensual, ayudando así en la planeación de acciones y estrategias para la promoción y desarrollo de nuestro destino.					

Nota. Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 19. Sostenibilidad ambiental.

LINEAS ESTRATEGICAS	ACCIONES	SECTOR	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	TIEMPO			RESPONSABLES
					C	M	L	
<b>Sostenibilidad ambiental</b>	EDUCACIÓN Y FORMACIÓN EN TURISMO SOSTENIBLE	RUTA MAGICA DEL CAFÉ	Desarrollar y operar un programa de educación ambiental para la conservación nuestros atractivos naturales	Proponer mecanismos de monitoreo, mitigación y manejo de impactos ambientales, económicos y sociales que pudiese ocasionar positiva y/o negativamente las actividades turísticas en el territorio				SECRETARIA DE TURISMO GARZON Y GIGANTE-PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS-CAM-
		COMUNIDAD	Capacitación e incorporación de las comunidades en la conservación y defensa de los recursos naturales					
	CAPACITACIÓN EN EL USO ADECUADO DE LOS SERVICIOS BÁSICOS COMO AGUA, LUZ Y RESIDUOS SÓLIDOS EN LAS OPERACIONES TURÍSTICAS.	PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS	Identificar y aplicar tecnologías que permitan el ahorro del agua y energía sin afectar el normal desempeño de las actividades turísticas.					
			Establecer programas de mantenimiento preventivo para las instalaciones eléctricas y de consumo de agua con la finalidad de detectar posibles problemas que causen el aumento de energía y agua en los establecimientos comerciales y hoteleros.					
	ESTABLECER UN ESTUDIO DE CAPACIDAD DE CARGA PARA CADA UNO DE LOS ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES POTENCIALMENTE TURÍSTICOS	RUTA MAGICA DEL CAFÉ	Determinar la factibilidad y capacidad de carga para cada atractivo turístico Cultural y Natural del destino.					
			Establecer indicadores que permitan monitorear el impacto del uso para cada atractivo turístico del destino.					

Nota. Fuente: Elaboración Propia

## Bibliografía

- Alcaldía de Garzón . (2020). *Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023 "Garzón el alma del Huila"*. Garzón.
- Alcaldía de Gigante. (2020). *Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo "Prestadores de servicios Turísticos"*. Gigante.
- Alcaldía de Gigante. (2020). *Inventario Turístico*. Gigante.
- Alcaldía de Gigante. (2020). *Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023 "Gigante es Posible"*. Gigante.
- Bogotá. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010) Metodología para la elaboración del Inventario de atractivos Turísticos.
- Boullón, Roberto c.: "planificación del espacio turístico". Tercera edición. México, df, trillas, 1997 (reimp. 1999).
- Colombia Productiva . (2021). *Buenas Practicas de Sostenibilidad para Turismo de Naturaleza, Alojamientos* . Bogota: Opepa.
- Colombia Productiva . (2021). *Buenas Practicas en Sostenibilidad para Turismo de Naturaleza, Transportes*. Bogota: Opepa.
- Colombia Productiva . (2021). *Buenas Practicas de Sostenibilidad para Turismo de Naturaleza, Guías* . Bogota: Opepa.
- Colombia Productiva. (2021). *Buenas Practicas en Sostenibilidad para Turismo de Naruraleza, Restaurantes*. Bogota: Opepa.
- Garzón el alma del Huila. (2020). *Guía de viaje descubre la magia en cada rincón de Garzón* . Garzón.
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2003). Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica NTS- USNA 006
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2004). Clasificación de establecimientos de alojamientos y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos. NTSH 006. Recuperado de <http://www.fondodepromocionturistica.com/docs/documentos/NTSH006.pdf>
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2009). Categorización de restaurantes por tenedores. NTS-USNA 008.
- María B. M., (2010) "Turismo y Planificación: Diagnostico Turísticos del Municipio de victoria, Entre Ríos. Una mirada al presente, un aporte al futuro". Buenos Aires. Universidad Abierta Interamericana.
- Ministerio de Comercio Industria Turística. (s.f.). *Huila Colombia Guía Turística* . Bogota: Fondo de Promocion Turística.
- Ministerio de Medio Ambiente. (2020). *Turismo de Naturaleza, una experiencia responsable. Negocios verdes*. Bogota.
- Molina, S. (2007). *Fundamentos del nuevo turismo*: Editorial Trillas
- Organización mundial del turismo. (2008). Introducción al turismo. Recuperado de [http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion\\_al\\_turismo.pdf](http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion_al_turismo.pdf)
- Oficina de Productividad y Competitividad-Gobernación del Huila. (2021). *Manual del Buen Uso de la Identidad Marcaría "Ruta Mágica del Café"*. Neiva.
- SENA Regional Huila. (2021). *Georreferenciación Ruta Mágica del Café* . Garzón.