

DEPARTAMENTO DEL HUILA

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA

Plan de Desarrollo Turístico de HUILA

Julio de 2012



Foto: Parque Arqueológico de San Agustín - Huila
Fuente: www.absolut-colombia.com



Foto: Observatorio Astronómico, Desierto de la Tatacoa Villavieja Huila
Fuente: www.huilaturistica.blogspot.com



Foto: Neiva - Huila
Fuente: www.huilaturistica.blogspot.com

UNIÓN TEMPORAL TURISMO HUITONAVA

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
C O L O M B I A



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA

UNIÓN TEMPORAL TURISMO HUITONAVA

INTEGRADA POR:
TOURISM CONSULTING S.A.S
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CAFAM



**MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO**

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
C O L O M B I A

Julio de 2012

Gustavo A. Toro Velásquez

Director General

Martha Cruz Betancourt

Coordinadora regional

Hayda Suescún Pérez

Coordinadora nacional de desarrollo empresarial

Francisco Ciri

Coordinador nacional ambiental

Lorena Wasserman

Coordinadora nacional de promoción y mercadeo

Sandra Zabala

Coordinadora nacional de ordenamiento territorial

Paola Villalobos

Diseñadora gráfica

Luis Alejandro Pico

Investigación de mercados

Ana María Rocha

Corrección de estilo

William Gerley Pinilla Ríos

Líder departamental

María Cristina Ríos

Profesional ambiental local

María Eugenia Giraldo Rodríguez

Profesional local de desarrollo empresarial

Mauricio Jaramillo Hernández

Diva Marcela García García

Profesionales locales de ordenamiento territorial

Ana Milena Larrazábal

Asistente departamental



La Unión Temporal Turismo Huitonava y su equipo de consultores desean expresar sus agradecimientos a los doctores José Ader Castro Piso, Secretario Departamental de Cultura y Turismo; Gerardo Aldana García, Coordinador de Turismo, y Helena Borrero, de la Secretaría de Planeación, por sus valiosos aportes, compromiso y entusiasmo con que acogieron la elaboración del presente Plan de Desarrollo Turístico.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO

PRESENTACIÓN	9
ENFOQUE METODOLÓGICO Y MARCO CONCEPTUAL	9
1.1. FACTORES DE SOPORTE	16
1.1.1. CONDICIONES DEL ENTORNO	16
1.1.1.1. Análisis sintético de las condiciones económicas, sociales, políticas generales del departamento. Situación actual, principales problemáticas y retos	16
1.1.2. ANTECEDENTES.....	29
1.1.2.1. Marco regulatorio y normativo	29
1.1.3. CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD	68
1.1.3.1. Aérea.....	68
1.1.3.2. Terrestre	71
1.1.3.3. Marítima y fluvial.....	76
1.1.3.4. Virtual, tecnologías, acceso a información	78
1.1.4. INFRAESTRUCTURA	81
1.1.4.1. Alcantarillado	82
1.1.4.2. Servicio de energía	84
1.1.4.3. Acueducto.....	86
1.1.5. SEGURIDAD	95
1.1.5.1. Índices generales.....	95
1.1.5.2. Condiciones generales de seguridad en el destino	97
1.1.5.3. Seguridad sanitaria.....	100
1.1.6. COMUNIDAD RECEPTORA	102
1.1.6.1. Análisis de la cultura turística en el Huila	113
1.1.7. ORDENAMIENTO TERRITORIAL: ZONAS, USOS, ACTIVIDADES VERSUS VOCACIÓN TURÍSTICA.....	121
1.1.7.1. Análisis de los POT.....	121
1.1.7.1.1. Clúster Neiva Ciudad Región	123
1.1.7.1.2. Clúster Arqueológico	143
1.1.7.1.3. Microclúster Desierto de la Tatacoa	166
1.1.7.1.4. Ruta Tesalia y Paicol	175
1.1.7.1.5. Ruta Garzón y Gigante	182
1.1.8. ANÁLISIS DE LOS COMPONENTES AMBIENTALES	193
1.1.8.1. Valoración ambiental de los cluster y microcluster	193
1.2. FACTORES DE ATRACCIÓN	231
1.2.1. IDENTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS PRINCIPALES CLÚSTERS, MICROCLÚSTERES, CIRCUITOS Y RUTAS QUE CONFORMAN LA OFERTA TURÍSTICA DEPARTAMENTAL	231
1.2.1.1. Identificación de los atractivos involucrados	231
1.2.1.2. Valoración cualitativa de los clúster, microclúster, circuitos y rutas seleccionados	237



1.2.1.3.	Definición de la vocación turística del departamento	253
1.2.2.	PORTAFOLIO DE ACTIVIDADES.....	254
1.3.	FACTORES DE PRODUCCIÓN.	259
1.3.1.	ESTRUCTURA EMPRESARIAL	259
1.3.1.1.	Volumen de la oferta	259
1.3.1.2.	Sistemas gerenciales.....	273
1.3.1.3.	Formación y capacitación.....	289
1.4.	FACTORES DE GESTIÓN	296
1.4.1.	GESTIÓN DEL MARKETING DEL DESTINO.....	296
1.4.1.1.	Análisis de demanda actual.....	298
1.4.1.2.	Análisis de la demanda potencial	326
1.4.1.3.	Análisis del posicionamiento del destino: imagen corporativa e institucional.....	343
1.4.2.	GESTIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO HUILA	347
1.4.2.1.	Mapa de actores estratégicos.....	347
1.4.2.2.	Organización de la gestión	364
1.4.3.	IDENTIFICACIÓN DE FUENTES DE FINANCIACIÓN PARA PROYECTOS ESTRATÉGICOS .	374
1.5.	ANÁLISIS DOFA	384
1.5.1.	FACTOR DE ATRACCIÓN	385
1.5.2.	FACTOR SOPORTE	390
1.5.3.	FACTOR PRODUCCIÓN	396
1.5.4.	FACTOR GESTIÓN	399

CAPÍTULO II

PLAN ESTRATÉGICO

2.1.	INTRODUCCIÓN	403
2.2.	OBJETIVOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO	403
2.2.1.	Objetivo general	403
2.2.2.	Objetivos específicos	403
2.3.	VISIÓN TURÍSTICA DEL HUILA AL 2015	404
2.4.	ESTRATEGIAS DEL PLAN	405
2.4.1.	EJE ESTRATÉGICO:FACTOR ATRACCIÓN.....	405
2.4.2.	EJE ESTRATÉGICO:FACTOR SOPORTE	432
2.4.3.	EJE ESTRATÉGICO: FACTOR PRODUCCIÓN	458
2.4.4.	EJE ESTRATÉGICO:FACTOR GESTIÓN	466
2.5.	RECOMENDACIONES GENERALES PARA LA ARTICULACIÓN DE ALGUNOS PROYECTOS ESTRATÉGICOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN EL COMPONENTE DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LOS MUNICIPIOS IMPLICADOS	476
2.6.	PERFILES DE PROYECTOS	530
2.6.1.	Impulso a la vinculación de otros sectores económicos a la cadena de valor turística en el destino Huila	530
2.6.2.	Estructuración de un multiproducto en el Desierto de la Tatacoa y creación de ruta...	536

2.6.3.	Fortalecimiento de la gastronomía como atractivo turístico del destino Huila	542
2.7.	PROPUESTA DE INDICADORES PARA SEGUIMIENTO DE LOS PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	548
2.8.	PLAN DE INVERSIONES POR FACTORES	563

Plan de Desarrollo Turístico Huila



Foto: Represa de Betania - Huila
Fuente: www.huilatouristica.blogspot.com

Capítulo 1

Diagnóstico

PRESENTACIÓN

ENFOQUE METODOLÓGICO Y MARCO CONCEPTUAL

Colombia es un país privilegiado por la naturaleza con gran variedad de climas y de paisajes, con una rica historia y diferentes expresiones culturales. Y el departamento del Huila es un ejemplo de ello, cuenta con singulares parques arqueológicos como el de San Agustín, Isnos, el Desierto de la Tatacoa, y el nacimiento del río Magdalena. Esta riqueza unida a su folclor goza del reconocimiento nacional e internacional.

Estos aspectos le generan al Huila un gran potencial con los que estructurar productos turísticos competitivos y conformar una excelente oferta lo suficientemente atractiva tanto para colombianos como para extranjeros.

No obstante, es preciso tener en cuenta que contar con recursos excepcionales no es suficiente para atraer turistas y hacer del turismo una actividad económica importante que contribuya a elevar los índices de empleo, inversión y bienestar de su población. El desarrollo del turismo demanda, por sobre todo, un trabajo planificado y ajustado a criterios técnicos que permitan beneficiarse de las grandes ventajas del turismo y minimizar los múltiples riesgos que conlleva.

Consecuentes con lo anterior, el Gobierno nacional, mediante gestión del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de su Viceministerio y con recursos del Fondo de Promoción Turística, decidió que cada departamento cuente con un plan de desarrollo turístico que se constituya en referente para las actuaciones que se adelanten con miras a fortalecer y promover el turismo departamental.

El plan que presentamos para el departamento del Huila, consulta la realidad local y nacional, fue construido de manera colectiva y consigna las aspiraciones de múltiples actores de la región y las acciones que se recomienda abordar para desarrollar y fortalecer el turismo. En consecuencia, el plan debe convertirse en documento de cabecera para la toma de decisiones del Gobierno, empresarios y comunidad, comprometidos con el desarrollo del sector. Al actual Gobierno departamental y también a los sucesivos, les corresponde trabajar en la planificación, dotación, mantenimiento de la infraestructura básica necesaria, creación de estímulos y direccionamiento de la industria; el sector privado y los empresarios deben asumir

compromisos con la calidad, con una oferta variada y atractiva, y la comunidad deberá prepararse para ser la mejor anfitriona de los turistas.

El notable crecimiento del turismo en el mundo y las expectativas que tiene el sector a futuro, deben ser un estímulo para trabajar con determinación, persistencia y conciencia plena de que la construcción de un destino turístico no es tarea de corto plazo, pero los beneficios que puede generar la actividad turística en diferentes aspectos de la vida de la comunidad justifican el esfuerzo.

Por otra parte, contar con el plan de desarrollo turístico para el departamento, es tener la mejor herramienta para acceder a recursos del nivel central para avanzar en los procesos propuestos y también, para direccionar en forma conducente los recursos regionales y locales. Hoy Colombia le apuesta al turismo y en el Plan Nacional de Desarrollo *Prosperidad para todos*, se ha considerado el turismo como “motor del desarrollo regional”, y se le da la importancia que acorde con los indicadores que como actividad económica muestra en el contexto nacional y mundial.

La tarea que sigue es poner en marcha el plan en lo fundamental, articular todos los recursos humanos y económicos posibles para que las acciones que se adelanten tengan el impacto esperado, y hacer el mayor esfuerzo para que el turismo que se desarrolle en el Huila, aplique con rigor los criterios de sostenibilidad ambiental, social, cultural y económica; solo de esta manera se puede asegurar que tan importantes recursos naturales y culturales con que cuenta el departamento se conserven y generen bienestar para las presentes y futuras generaciones.

Para efectos de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del Huila, se tuvo en cuenta el documento Asistencia Técnica en Planificación del Turismo, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que se constituye como una herramienta para los procesos de planificación del sector. El documento registra cuatro metodologías que propone el Ministerio para que se ajuste al estado de avance del sector en la localidad objeto de planificación, y detalla paso a paso la elaboración del plan y la estructura operativa para que además, se respete en el proceso la participación colectiva y se busque la apropiación por parte de la comunidad.

Para el presente plan se tuvieron en cuenta los aspectos relacionados con la metodología del Plan Ambiental Turístico y el Esquema para la Planificación Turística

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

para la Competitividad. Así mismo, el marco conceptual está basado en el modelo de Geoffrey Crouch & Brent Ritchie (2003), modelo que considera que la competitividad de los destinos turísticos depende principalmente de la presencia de los factores de atracción, soporte, producción y gestión.

Por factores de atracción se entienden los elementos primarios del atractivo que son los que, en principio, motivan a una persona a visitar el destino. Están representados en los recursos naturales, en la cultura, considerando todas las expresiones que hacen diferente a una comunidad y la caracterizan: tradición, historia, los acontecimientos especiales y eventos que allí se llevan a cabo y el entretenimiento que ofrecen al turista/visitante.

Los factores de soporte: producción y gestión, son los que contribuyen definitivamente al desarrollo del destino y en muchas ocasiones son determinantes para decidir el sitio a donde se viaja. Ellos son entre otros, la conectividad, accesibilidad, infraestructura de servicios y calidad de los mismos, seguridad, acogida de la comunidad receptora, capacidad empresarial para responder a las necesidades y expectativas de la demanda y marketing, y articulación de los actores locales del sector con otros sectores.

El presente trabajo se llevó a cabo con una alta participación de los actores del sector, quienes desde el inicio fueron convocados para socializar y explicar el alcance del plan y la importancia de su vinculación. Participaron en el proceso actores de los ámbitos privado y público, empresarios, academia, gremios, asociaciones, entre otros.

Primero se identificaron los principales atractivos turísticos de cada lugar y se realizó su valoración de acuerdo con los criterios establecidos por el Ministerio para estos casos. Se determinaron las mayores concentraciones de atractivos, los lugares involucrados y los prestadores de servicios, lo que permitió luego, determinar los clúster, microclúster, rutas y circuitos en cada departamento.

Se entiende como clúster el espacio geográfico homogéneo donde se hallan concentrados atractivos turísticos, infraestructuras, equipamientos y empresas turísticas, en el cual, estas pueden establecer relaciones positivas y en cuyo ambiente tienen lugar las experiencias turísticas. Como microclúster, la concentración geográfica de un pequeño número de empresas, productos y servicios turísticos en el cual existe



un atractivo potente, real o potencial, lo que permite la confección de un producto especializado y una experiencia singular para el turista/visitante. A su vez la definición de ruta aplicada en el estudio corresponde a un trayecto en el cual el turista recorre uno o varios sitios de interés turístico, partiendo de un lugar determinado y llegando a un lugar diferente, como circuito, se considera el trayecto que incorpora varios sitios de interés turístico, partiendo y regresando al mismo lugar de origen.

Mediante talleres a los que fueron invitados actores del sector público, privado y de diferentes subsectores del turismo, entrevistas realizadas a personas significativas de la comunidad, encuestas a turistas que se encontraban visitando la zona, a personas en los principales centros emisores de turismo, y reuniones con grupos especiales, se obtuvo la información requerida. Así en el marco de una acción participativa se discutió, se llegó al consenso y se validaron diagnósticos y estrategias para el plan. Las reuniones detalladas, sus temáticas y duración se detallan en el siguiente cuadro.

Programación de reuniones y talleres en el Huila

TALLERES/VISITAS	DURACIÓN	TIPO
Socialización de las propuestas y primera recolección de información con actores.	4 Horas	Taller
Visita a clusters ya preseleccionados.	Según Destino	Visitas de campo
Taller de validación de destinos, clusters, microclústeres	4 Horas	Taller
Talleres de presentación de síntesis de diagnóstico, de validación de DOFA y problemas de competitividad	4 Horas	Taller
Taller de construcción de visión y lluvia de ideas	4 Horas	Taller
Taller de presentación del plan	4 Horas	Taller
Socialización de los planes	4 Horas	Taller

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Paralelo a ello, se llevaron a cabo visitas de campo a los sitios que se identificaron como parte de la oferta según los consultores, igualmente se visitaron algunos sitios identificados como potenciales, en estas visitas de reconocimiento se observaron los diferentes escenarios, adicionalmente se efectuó una amplia recopilación y análisis de documentación sobre el departamento.

Se realizó pues, un juicioso estudio sobre la información encontrada, no obstante, se encontraron deficiencias así como dificultades para obtener cifras actualizadas,

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

confiables y pertinentes, hallando en ello una de las principales debilidades del sector, que este plan deberá contribuir a superar.

El presente trabajo se estructuró en dos partes:

1ª	Diagnóstico del departamento	Análisis y situación actual de cada uno de los cuatro factores: atracción, soporte, producción y gestión y elaboración del DOFA.
2ª	Elaboración de la propuesta de plan: Matriz de Marco Lógico	Definición de estrategias, líneas de acción, responsables y presupuestos.

Para llegar a un análisis detallado sobre el estado del arte del sector y definir los diferentes aspectos del plan, se contó con consultores que abordaron los temas ambientales, de calidad, de promoción y mercadeo, calidad y ordenamiento territorial, y con profesionales expertos en turismo.

En el cuadro que se presenta a continuación se resume la metodología e instrumentos utilizados para analizar los cuatro factores mencionados y que como se dijo anteriormente, son los básicos que se deben impactar y potenciar para que se desarrolle un destino turístico que pretenda ser competitivo bajo los criterios de sostenibilidad ambiental, económica, cultural y social.

Los gráficos que se registran a continuación muestran el proceso que se llevó a cabo para la elaboración del plan, desglosado en cada una de sus etapas.



Metodología para la elaboración del Plan de Desarrollo Parte 1

Metodología para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del Huila

Parte 1. Diagnóstico por factores del Departamento

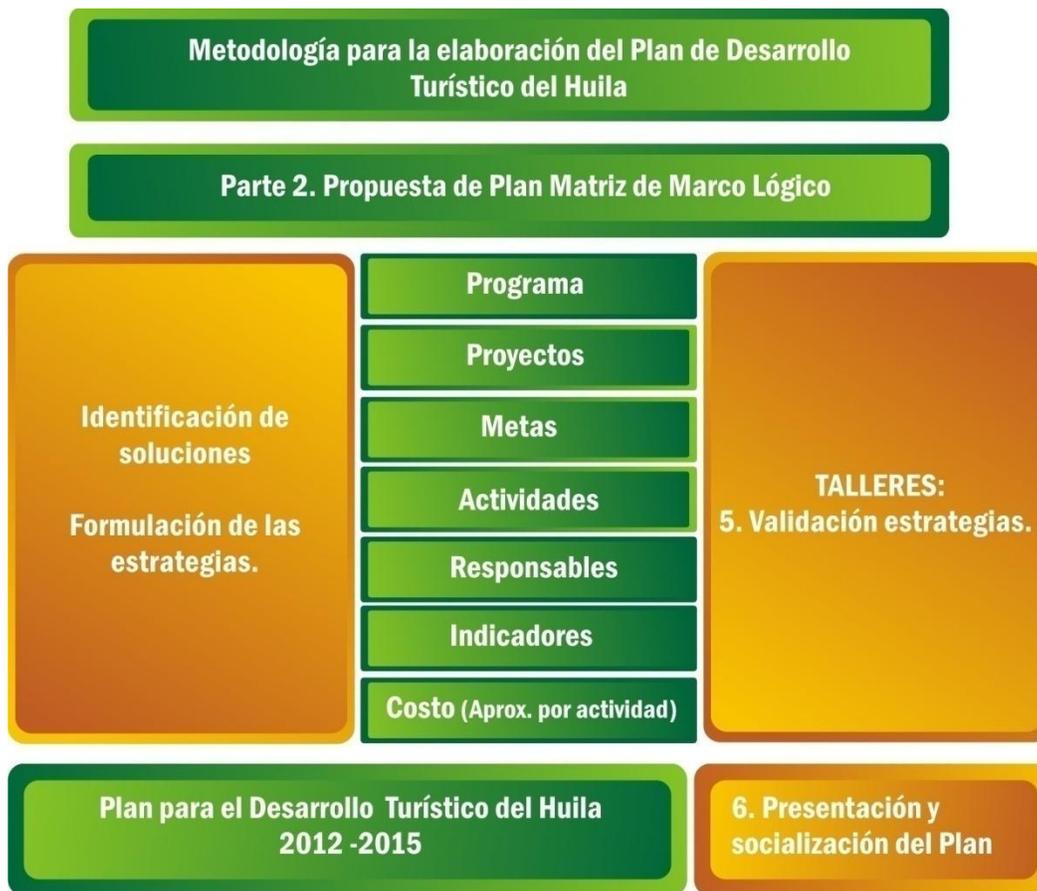


Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Gráfico. Metodología para la elaboración del Plan de Desarrollo Parte 2



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Por otra parte y dando cumplimiento a lo presentado en la propuesta por parte del contratista, se contó con el siguiente organigrama para realizar las actividades previstas:

Organigrama



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

1.1. FACTORES DE SOPORTE

1.1.1. CONDICIONES DEL ENTORNO

1.1.1.1. Análisis sintético de las condiciones económicas, sociales, políticas generales del departamento. Situación actual, principales problemáticas y retos.

Características generales del departamento del Huila¹

El departamento del Huila fue creado mediante Ley 46 de 1905. Su capital es Neiva y cuenta según el censo de 2005 con una población total de 1.011.418 habitantes de los cuales el 59,5% (601.429 habitantes) están localizados en la cabecera y el

¹ Tomado de: Diagnóstico del Plan de Desarrollo Departamental Huila Naturaleza Productiva 2008-2011.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

restante 40,5% (409.989 habitantes) en la zona rural. En cuanto a Neiva, como capital del departamento, la proyección de población 2012 es de 337.559 habitantes, equivalentes al 31,2% de la población total del Huila.

En cuanto a su ubicación geográfica, el departamento del Huila se encuentra situado en la parte sur de la región andina, localizado entre los 01° 33' 08" y 03° 47' 32" de latitud Norte y los 74° 28' 34" y 76° 36' 47" de longitud Oeste; hace parte de la cuenca alta del río Magdalena, el cual nace en el Macizo Colombiano, lugar donde tiene origen la bifurcación de las cordilleras Central y Oriental.

■ Distribución político-administrativa departamental

El departamento del Huila tiene una extensión total de 19.890 km² correspondiente al 1,7% del territorio del país. Limita por el norte con los departamentos del Tolima y Cundinamarca, por el oriente con Meta y Caquetá, por el sur con Caquetá y Cauca y por el occidente con Cauca y Tolima. Cuenta con 37 municipios: Neiva-ciudad capital-, Acevedo, Agrado, Aipe, Algeciras, Altamira, Baraya, Campoalegre, Colombia, Elías, Garzón, Gigante, Guadalupe, Hobo, Íquira, Isnos, La Argentina, La Plata, Nátaga, Oporapa, Paicol, Palermo, Palestina, Pital, Pitalito, Rivera, Saladoblanco, San Agustín, Santa María, Suaza, Tarqui, Tello, Teruel, Tesalia, Timaná, Villavieja y Yaguará.

Estos 37 municipios se encuentran agrupados en cuatro subregiones (zona norte integrada por 15 municipios, zona centro integrada por ocho municipios, zona occidente integrada por cinco municipios y la zona sur integrada por nueve municipios). La población, en su mayoría mestiza, tiene su origen principalmente en la mezcla entre los indígenas que habitaban la región y los colonos españoles.

■ El territorio departamental: ecosistemas estratégicos para el desarrollo turístico

El relieve del territorio pertenece al sistema andino, distinguiéndose a nivel macro cuatro unidades morfológicas: Macizo Colombiano, cordillera Central, cordillera Oriental y el valle del río Magdalena.

El Macizo Colombiano es el lugar donde se origina la cordillera Oriental y nacen los ríos Magdalena, Cauca, Caquetá y Patía. La cordillera Oriental comprende el flanco occidental de esta; los accidentes más relevantes son la serranía de la Ceja, las



Cuchillas de San Isidro, la Ensellada y Gigante; en la cordillera Oriental se destacan dos relieves importantes, en el sur el valle del río Suaza y en el norte, parte del páramo de Sumapáz. El valle del río Magdalena está enmarcado por las cordilleras Central y Oriental que se bifurcan en el Macizo Colombiano, donde tiene origen el río Magdalena, el cual corre por el centro del valle. Comprende las tierras bajas, onduladas y planas que bordean el río con alturas inferiores a 800 metros sobre el nivel del mar. El río Magdalena es el eje del sistema hidrográfico del Huila, donde confluyen los numerosos ríos y quebradas que nacen en las divisorias de las cordilleras.

Dentro de estas cuatro unidades morfológicas se destacan algunos ecosistemas estratégicos como: río Magdalena, Parque Nacional Natural Nevado del Huila, Puracé y Cueva de los Guácharos; serranía de Las Minas, cerro de Miraflores, cuencas de los ríos Ceibas, Cabrera, Neiva, Bache, Suaza y Guarapas; Desierto de la Tatacoa, embalse de Betania y la estrella fluvial de La Siberia. Todos estos ecosistemas estratégicos han sido suficientemente estudiados en cuanto a la identidad y diversidad cultural.

Adicionalmente el departamento cuenta con una amplia variedad de climas² en razón a la diversidad de pisos térmicos y como resultante de la interacción de factores como temperatura, luminosidad solar, pluviosidad, humedad relativa y vientos. El 28,3% de la superficie departamental corresponde a piso cálido; 40% a clima medio; 23,2% a clima frío y 8,6% a clima muy frío.

En general, se puede afirmar que el Huila ofrece las condiciones propicias para la ejecución de actividades sociales y laborales aprovechando la gran diversidad de climas que presenta el departamento, en combinación con otros factores descritos, estimulando el desarrollo de proyectos de turismo, agroforestales y agroecológicos, que desafortunadamente no se han concretado de manera importante.

² Estudio de Competitividad del Huila, Documento No. 4 Nuestra riqueza regional (Lo que hemos construido) Corporación Huila Futuro 2001.

Generalidades del comportamiento de la economía del Huila³

- Sectores de mayor impacto en la economía regional

El Producto Interno Bruto (PIB) del Huila en el año 2010, según datos del Mapa de Oportunidades⁴, fue de aproximadamente ocho billones de pesos, que equivalen al 1,8% del total del PIB nacional, ocupando el puesto 17 dentro del total de departamentos del país.

Según el último informe de coyuntura económica regional elaborado por la Cámara de Comercio de Neiva en el año 2011, el 2010 se constituyó para el departamento del Huila como un año de buenos indicadores, consolidado por los aportes correspondientes al sector agropecuario y minero, los cuales representan un porcentaje con respecto al PIB departamental del 23% y 17% respectivamente⁵.

Aquí se destacaron el crecimiento y el posicionamiento de las actividades productivas de agroindustria (café y frutas) y piscicultura. Para la agroindustria, las ventajas competitivas se concentraron en la producción de frutas y café, los productos más significativos para el año 2010 en la región fueron la granadilla, con una producción de 27.700 toneladas, maracuyá, con 20.030 toneladas, el lulo y la mora, con una producción de 12.569 y 9.517 toneladas respectivamente, consolidando la producción frutícola como apuesta productiva del departamento.

El café, presentó una variación negativa para la producción nacional y departamental del 31% y 19% respectivamente, debido a factores como la disminución del tipo de cambio y los efectos climáticos presentados en el año 2009, pero lo importante para el departamento se centra en la participación con respecto a la producción nacional, que para el 2010 fue del 14,9%. A finales del año 2011 el departamento pasó a ocupar el primer lugar en producción de café, superando al departamento de Antioquia, con una participación del 16,01% correspondiente a casi 127.000 toneladas producidas. El café en el PIB departamental ubica esta actividad como una de las más sobresalientes y con mayor desarrollo en su producción y valor agregado, se cultiva en 35 de los 37

³ Informe de Coyuntura Económica 2010, Cámara de Comercio de Neiva.

⁴ Mapa de Oportunidades del Huila, Superintendencia de Sociedades 2011.

⁵ Informe de Coyuntura Económica 2009, Cámara de Comercio de Neiva.

municipios que integran el departamento. Esta actividad contribuye al sostenimiento de 400.000 personas, es decir más del 30% de la población huilense.

El café le genera al departamento aproximadamente 95.000 empleos permanentes y un gran número de empleos indirectos representados en comercialización de insumos y herramientas, transporte y comercialización. Así mismo la cosecha cafetera produce aproximadamente dos millones de sacos de café excelso por año, lo que equivale a una generación de ingresos a los productores por cerca de un billón de pesos, que alimenta las economías de los municipios cafeteros y del departamento; de ese valor aproximadamente el 30% se destina al pago de recolectores (cargo representado por personas de estratos bajos). Adicionalmente el departamento es el primer productor de cafés especiales, como estrategia de valor agregado⁶.

Para la producción piscícola las estadísticas son significativas, el departamento del Huila conserva el liderazgo en la producción nacional con 1.998 toneladas de tilapia, representando un crecimiento del 11%.⁷ A pesar de factores como la disminución de los precios del mercado interno, las variaciones positivas del tipo de cambio, la piscicultura del Huila como apuesta productiva continúa centrando su crecimiento en la producción de tilapia que, para el año 2010, tuvo una producción de 19.911 toneladas, con un crecimiento del 1,6% frente a las metas establecidas de producción. Para el caso de las exportaciones se registró un crecimiento del 18,7% con 319.31 toneladas de filete de tilapia, consolidándose como una apuesta productiva de valor agregado.

■ Principales proyectos de inversión⁸

En materia de inversión cabe mencionar los mecanismos para la ampliación de la frontera agrícola del departamento que se están desarrollando con los Distritos de Riego, a través de la habilitación de más de 12.000 hectáreas y una inversión de noventa mil millones de pesos, representados principalmente por el distrito de Paicol-Tesalia con un total 3.850 hectáreas y una inversión de 82.209 millones de pesos.

⁶ Cifras de la Federación Nacional de Cafeteros. Encuentro Cafetero 2011.

⁷ Informe gestión piscícola – Secretaría Departamental de Agricultura y Minería del Huila.

⁸ Tomado textualmente del Informe de Coyuntura Económica 2010, Cámara de Comercio de Neiva.

Otro proyecto es la construcción de la Hidroeléctrica El Quimbo⁹, con una inversión de 900 millones de dólares, y una capacidad instalada de 400 megavatios 2.216 gwh/año, que equivalen al 8% de la demanda eléctrica del país, garantizando energía confiable hasta el año 2034. Este megaproyecto impulsará el desarrollo y crecimiento económico del Huila en línea con el Plan Regional de Competitividad del departamento (que incluye las apuestas de desarrollo energético, turístico y piscícola), perfectamente aprovechables en este embalse.

Según el estudio de impacto socio ambiental presentado por Emgesa, El Quimbo generará más de 3.000 empleos locales en su momento cumbre de construcción. En el 2010 obtuvo la licencia ambiental y comenzó la socialización de la política de contratación de servicios locales. Actualmente están construyendo el túnel de desviación del río Magdalena.

También es válido mencionar la consolidación de la zona franca Surcolombiana, ubicada estratégicamente a 4.5 kilómetros de Neiva (vía Palermo). Esta, al igual que la zona franca de Pitalito Biocafé, obtuvo su aprobación por el Comité Intersectorial de Zonas Francas y la Dian. Particularmente la zona franca Surcolombiana, busca incentivar la gran despensa de materias primas del departamento del Huila, entre ellas, café, cacao, frutales, productos piscícolas y derivados de la minería, los cuales pueden ser comercializados en el mercado nacional e internacional. En cinco años, este proyecto espera generar 500 empleos directos aproximadamente, más otro tanto de empleos temporales que requiere para su construcción y puesta en marcha. Así mismo, tendrá una inversión superior a los 200 mil millones de pesos. Entre tanto, la zona franca de Pitalito contará con una inversión de 2.615 millones de pesos y generará, inicialmente, 50 empleos directos. Ambas iniciativas se encuentran en proceso de comercialización e inician construcción a partir del año 2012.

■ Movimiento y desarrollo empresarial

El movimiento de sociedades elaborado por la Cámara de Comercio de Neiva para el año 2010 presentó resultados significativos para el desarrollo empresarial del departamento, y a su vez dichas estadísticas ratifican la recuperación de los mercados con relación a los efectos generados por la crisis económica que se generó durante el

⁹Tomado de: <http://www.proyectoelquimboemgesa.com.co/site/Default.aspx?tabid=40>.

2008. El mejoramiento empresarial obedeció a los cambios de la política económica en cuanto al desarrollo del emprendimiento, factor fundamental que determina a futuro la inversión, incentivando la generación de empleo, variable fundamental para el desarrollo empresarial y social. Los datos históricos de la CCN¹⁰ sobre registros de empresas entre los años 2005 y 2010 indican que ha existido un crecimiento permanente en la actividad empresarial del departamento del Huila durante ese periodo. El mayor incremento en cantidades se presentó en las empresas conformadas como personas naturales pasando de 3.339 a 5.625. Las sociedades también crecieron de 281 a 518 en el mismo periodo.

De acuerdo con este mismo informe, la mayor cantidad de empresas que se constituyen se orientan a desarrollar sus actividades en el sector comercio con una participación del 51%, seguida de hoteles y restaurantes con el 12%, manufacturas 8%, construcción 3%, agropecuario 2% y el resto en otros sectores.

La dinámica empresarial del 2010¹¹, permitió concluir que ese fue el mejor año de la década económicamente hablando, y el 2011 siguió por el mismo camino, pues Neiva y el Huila son puntos de atracción para la inversión nacional y extranjera. El Quimbo, por ejemplo, inició su primera fase de construcción con la adecuación de terrenos con avances notorios en las vías de la competitividad, la consolidación de la zona franca Surcolombiana y las otras zonas francas declaradas en la región, como se reseñó en los párrafos anteriores. Así mismo, llegaron a Neiva nuevas plataformas comerciales, como San Juan Plaza, Home Center y Oasis Plaza del grupo empresarial YEP y para el año 2012 se tiene prevista la llegada del Hipermercado La 14. En el municipio de Pitalito se ubicó San Antonio Plaza, siendo uno de sus principales oferentes, Almacenes Éxito.

Así mismo, se tiene conocimiento, según información suministrada por Cotelco de la llegada de un hotel boutique de la cadena Estelar y un hotel en el Desierto de la Tatacoa del grupo empresarial Aviatur o de la Caja de Compensación Familiar (Comfamiliar) del Huila. Estos proyectos tendrán una inversión considerable y serán muy importantes para cubrir la ineficiente oferta hotelera del departamento. Esta dinámica tiene estrecha relación con la reforma al Estatuto Tributario de Neiva, que

¹⁰ Mapa de Oportunidades del Huila, diagnóstico empresarial del dpto., Superintendencia de Sociedades, 2011.

¹¹ Proyecciones 2011, Informe de Coyuntura Económica Regional, Cámara de Comercio de Neiva.

brinda exenciones especiales a los empresarios que contribuyan al desarrollo de nuevas empresas y generación de empleo.

La construcción de vivienda de interés social (VIS) siguió en auge por cuenta de la continuación del proyecto Bosques de San Luis con la construcción de 4.050 viviendas para los próximos años. Aunque los proyectos habitacionales no VIS también mantuvieron su dinámica. De igual manera, la construcción en la zona industrial de Neiva aumentó, en especial con bodegas de servicios y de almacenamiento, a raíz del nuevo Plan de Ordenamiento Territorial de la ciudad, el cual obligó que varias actividades comerciales se trasladaran a esta zona de Neiva.

Finalmente la reforma de las regalías aprobada por el Congreso tendrá un efecto negativo para los nuevos recursos que se generan bajo este concepto, además de ello la adopción de vigencias futuras como instrumento de financiamiento para las principales obras de inversión restarán recursos para financiar nuevos proyectos de desarrollo social. Por ello se prevé que este año con la llegada de las nuevas administraciones departamentales y locales, deberán ellas establecer mecanismos de generación de ingresos con el fin de equilibrar el balance presupuestal y a su vez regular la dependencia de un gasto excesivo que si bien genera desarrollo en el presente sacrifica ingresos a futuro.

Por último, se espera que el desarrollo de todos los proyectos mencionados anteriormente y los que sean priorizados a partir de la fecha en los planes de desarrollo, puedan impulsarse bajo el liderazgo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila, que ha surgido con el propósito de incentivar, consolidar y apoyar toda iniciativa que contribuya al crecimiento económico y social del departamento.

Desarrollo humano y social en el Huila¹²

■ Cifras de desempleo y pobreza

En Colombia, según el DNP se considera pobre a la persona que vive con menos de \$281.384 COP mensuales y en extrema pobreza a quien tiene un ingreso menor de

¹² Tomado textualmente del documento final de validación de la visión 2020, Huila Pacifico.

\$120.588 COP mensuales. En esta perspectiva, se puede abordar el tema de ingresos en el departamento según el comportamiento del mercado laboral. Se encuentra que la tasa de desempleo departamental a 2009 se ubicó en 10,9% mientras que la del país se ubicó en 12%.

Al hablar de pobreza por ingresos existen dos indicadores importantes que ayudan a tener una imagen de la situación local, el porcentaje de personas que se encuentran en situación de pobreza y el porcentaje de personas que se encuentran en situación de indigencia. Un hogar se considera pobre en Colombia si su ingreso no alcanza a sumar \$891.299 COP; en esta condición se encuentra, a 2008, el 59,2% de la población del departamento, diez puntos porcentuales más que el promedio nacional. Por otro lado, la línea de indigencia se corta en \$360.444 COP. En Huila el 24% de la población se encuentra en situación de indigencia por ingresos.

■ Educación como motor de desarrollo

Según datos del 2008,¹³ el servicio educativo en el departamento del Huila para educación básica y media se presta en 1.892 establecimientos educativos oficiales y no oficiales, distribuidos en los 37 municipios¹⁴. Así mismo, 1.611 son de carácter oficial, organizados administrativamente en 208 establecimientos educativos. Los restantes son privados.

El departamento muestra avances importantes en algunos indicadores educativos. En cuanto a cobertura en educación básica y media¹⁵, el departamento ha logrado un 87.6% de cobertura neta para el año 2009. Para el año 2010 fueron matriculados 280.085 estudiantes y la tasa de analfabetismo a 2010 es de 2,49% para personas entre 15 y 24 años, un avance mayor que el logrado por el país. No obstante, el avance frente al analfabetismo de personas mayores de 15 años (superando la frontera de los 24 años) es menor frente a la Nación, pues la tasa para el Huila es del 11,1%, mientras Colombia está en el 9,6%.

¹³ Plan Departamental de Desarrollo Huila Naturaleza Productiva 2008-2011.

¹⁴ Fuente: SED Huila y SEM Neiva.

¹⁵ Ministerio de Educación Nacional.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

En cuanto a los años promedio de educación de la población y de acuerdo con el Ministerio de Educación Nacional, al 2006 los habitantes del Huila contaban con 8 años promedio globales de educación. El sector rural no alcanza este promedio. Este indicador para la población de 15 a 24 años aumentó 1,2 años en 9 años. A este ritmo, el Huila necesitaría 20 años aproximadamente para alcanzar el umbral de 11 años promedio de educación y garantizar así mayores posibilidades laborales para los jóvenes del departamento y disminuir la pobreza.

En educación superior, según datos del Ministerio de Educación, al año 2010 se matricularon 13.176 estudiantes en las diferentes universidades con oferta académica en el departamento. La tasa de cobertura al 2009 es de 22,8% aumentando significativamente con respecto al año 2002 cuando esta cifra se encontraba en 11,5%.

■ Salud y otros indicadores demográficos.

En cuanto a salud, el departamento del Huila alcanzó en el 2006 la llamada cobertura universal en salud que vincula al régimen subsidiado a la población en estratos 1, 2 y parcialmente el 3, con un nivel de cumplimiento del 100%.

La esperanza de vida al nacer según proyecciones del Dane¹⁶ para el periodo de 2010 a 2015 en el Huila es de 73,23 años, para hombres es de 70,53 años y para mujeres de 76,07 años. La tasa implícita de mortalidad en el Huila para el periodo de 2010 a 2015 es de 6,03 por 1.000 habitantes. La tasa de mortalidad infantil la proyecta el Dane para el periodo de 2010 a 2015 en 28 por 1.000 nacidos vivos.

Según el perfil epidemiológico¹⁷ del primer semestre de 2011 elaborado por la Secretaría de Salud Departamental y de acuerdo con lo reportado por el Dane, durante el 2009, se registraron 4.921 defunciones en el departamento del Huila. La tasa de mortalidad general para el año se ubicó en 454,3 por 100.000 habitantes, mostrando un aumento con respecto al año inmediatamente anterior (450,8 por 100.000 habitantes). El 58,8% de las muertes ocurrieron en hombres, mientras que el

¹⁶ Perfil epidemiológico Huila, primer semestre de 2011. Secretaría de Salud Departamental.

¹⁷ Registros Individuales de prestación de servicios enviados por las IPS públicas del departamento, Secretaría de Salud Departamental.



41,2% fueron en mujeres, mostrando que el aumento fue a expensas del sexo masculino.

La tasa de mortalidad infantil en el 2009 fue de 19,4 por cada 1.000 nacidos vivos, continuando la tendencia al descenso, ya que la registrada en 2008 fue 13,9 y en 2007 fue de 9,8. La tasa de mortalidad neonatal precoz fue de 8,3 por cada 1000 nacidos vivos durante el 2009, levemente inferior a 2008 cuando fue de 9 por cada 1.000 nacidos vivos.

La distribución por grupos de edad presenta mayor porcentaje en el grupo de 65 años y más con el 54,4%, seguido del grupo de 45 a 64 años con el 19%, el grupo de 15 a 44 años aporta casi el mismo porcentaje con 18%, los pequeños de 1 a 4 años y de 5 a 14 años muestran un porcentaje de 1,6% y 1,5% respectivamente y el grupo de menores de 1 año vuelve a aumentar con el 5,5%.

Por municipio de procedencia el que mayor número de muertes aporta es Neiva con el 55,5% del total de muertes (4.921), seguido de Pitalito 9,1%, Garzón 5,1%, La Plata 2,9%, Campoalegre 2,3%; los municipios con menor número de muertes son Villavieja, Altamira, Elías y Paicol con menos del 0,4%.

En el 2009 se registraron 4 muertes maternas con una razón de mortalidad materna de 17,7 por 100.000 nacidos vivos, siendo menor que la del año anterior de 8 muertes maternas (35,5 por 100.000 N.V.) Según la probable causa de muerte, el 85,4% ocurrieron por causas naturales, el 13,6% fueron muertes violentas y el 1% se encuentra en estudio.

■ Trata de personas y contexto general de seguridad en el departamento¹⁸

Como se reseñó en los párrafos anteriores, el departamento del Huila tiene uno de los porcentajes más altos de población por debajo de la línea de pobreza y de indigencia, colocándose encima del total nacional. Solo en materia de desarrollo humano es donde el departamento del Huila parece presentar un mejor comportamiento ubicándose cerca de la media nacional. La violencia social y política ha afectado

¹⁸ Estudio nacional exploratorio descriptivo sobre el fenómeno de trata de personas en Colombia, UNODC y Min interior 2009.

históricamente al departamento, sin embargo, es en las últimas décadas cuando más se ha intensificado el conflicto armado en esta región.

En la actualidad los grupos armados ilegales hacen presencia en varios de los municipios. Razón por la cual la evolución del desplazamiento forzado ha dependido en gran parte de los enfrentamientos y disputas territoriales entre los diferentes actores armados del conflicto.

Entre tanto, Neiva cuya actividad o vocación productiva, es conocida por el reflejo departamental de las regalías del petróleo, las cuales permiten mayor circulación de dinero en ciertas zonas, es mirada con la idea de ser un lugar de mejores oportunidades. Esa su vez ciudad de paso de gentes que van o vienen desde el sur (Caquetá y Putumayo), tránsito de los agentes del conflicto armado, del narcotráfico; es lugar de descanso y de sitios de diversión.

Es también, al igual que el departamento, un lugar con altas tasas de recepción de población desplazada provenientes de los departamentos cercanos, a consecuencia del conflicto interno armado que vive el país. Las personas vienen en busca de actividades que generen ingresos pensando equivocadamente que es una ciudad de oportunidades.

Principales problemáticas y retos

- El aprovechamiento de la biodiversidad en el departamento del Huila se ha limitado a la extracción maderera de bosques naturales, pero no se han promovido plantaciones industriales. La demanda de leña para uso doméstico o para la producción de algunos productos, además de la eliminación de bosque natural para la producción de cultivos ilícitos, como amapola y otros altamente degradantes como lulo y tomate de árbol, siguen vigentes con el consecuente daño ambiental. En tales condiciones no es posible un aprovechamiento de la biodiversidad con fines productivos (medicina alternativa, turismo ecológico y otras actividades).
- A pesar de la importancia de los ecosistemas estratégicos mencionados¹⁹, estos presentan un preocupante proceso de deterioro, ocasionado en gran medida por la

¹⁹ Tomado textualmente del documento final de validación de la visión 2020, Huila Corazón Verde.

tala indiscriminada de bosques, el uso erróneo del suelo, las inadecuadas prácticas agropecuarias, el calentamiento global, etc., poniendo en peligro la oferta de los recursos: agua, suelo, bosques y demás materias primas para el sostenimiento de las actuales y futuras generaciones. Aun con la urgente problemática descrita, el Huila tiene en estos ecosistemas enormes atractivos turísticos, pero también grandes responsabilidades. La apuesta productiva turística, para citar un solo caso, tiene en estos ecosistemas una gran fortaleza ecoturística, que son claves para el enfoque de turismo de naturaleza que debe desarrollar el departamento.

- En los temas de desarrollo empresarial, se han identificado grandes problemáticas como: escaso capital de riesgo para la creación y fortalecimiento de las empresas, baja dinámica del comercio exterior, altos niveles de informalidad (76%)²⁰, rezago en incorporación de ciencia, tecnología e innovación, no existe una cultura de emprendimiento competitivo, faltan mecanismos para fortalecer la atracción de inversiones en los renglones económicos identificados como sectores de alta potencialidad.
- Los gobernantes, líderes empresariales, académicos, sociales, ambientales y demás deben comprometerse más con el desarrollo de iniciativas de planeación estratégica, prospectiva, desarrollo territorial y otros temas de interés. Además, no existe información sectorial actualizada (industria, comercio, turismo, entre otros), que permita obtener un análisis confiable y oportuno para la toma de decisiones en el sector empresarial²¹.
- En cuanto a educación básica, secundaria y media, el departamento debe reducir el analfabetismo en 3 puntos porcentuales para personas entre 15 y 24 años y cumplir la meta de 1% de tasa de analfabetismo para personas entre 15 y 24 años en el año 2015 (meta Conpes 91).
- Debe alcanzar en promedio 10,6 años de educación para la población entre 15 y 24 años. Al ritmo actual, solo hasta el 2025 logrará la meta (al 2015 el Huila alcanzará los 9 años/promedio de educación de la población); lograr una tasa de cobertura

²⁰ Cifras del Plan Regional de Competitividad del Huila 2032.

²¹ Conclusiones del compromiso Huila Emprendedor, validación de la visión 2020, Corporación Huila Futuro.

bruta del 100% para educación básica (preescolar, básica primaria, básica secundaria) y 93% para educación media.

- Uno de los factores que explican la baja escolaridad en el Huila, es la baja asistencia escolar. A nivel de básica primaria, cerca del 20% de los niños no van a la escuela. Solo el 64% de la población con edad para la educación básica secundaria asiste al colegio, mientras que de la población que debería estar en media solo asiste el 42% y apenas el 19% de la población con edad para la educación superior lo hace.
- Se siguen presentando alteraciones de orden público, arraigando la sensación de inseguridad y mala imagen, afectando así la inversión, el turismo y el desarrollo empresarial, aunado a la ausencia de políticas de estado para algunos sectores.

1.1.2. ANTECEDENTES

Análisis de antecedentes del turismo en el departamento

A nivel nacional el turismo se encuentra enmarcado en:

1.1.2.1. Marco regulatorio y normativo

Turismo en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 “Prosperidad para Todos”²²

En el Plan Nacional de Desarrollo (PND) del Dr. Juan Manuel Santos Calderón, se da gran importancia al turismo y lo denomina “**Turismo como motor de desarrollo regional**”, evidenciando con ello la tendencia creciente de este sector en los últimos cuatro años en Colombia, al pasar de 1.978.000 visitantes en 2006 a 2.494.000 en 2009, con un importante y creciente ingreso de divisas al país por este renglón de la economía. Para continuar por esta senda, el Plan Nacional de Desarrollo (PND), propone unos lineamientos estratégicos que buscan consolidar el sector como uno de los de mayores perspectivas de la economía nacional, garantizando que la actividad turística sea sostenible.

²² Turismo como Motor del desarrollo regional, Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014.

El primer lineamiento hace referencia al fortalecimiento de la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional, a través del asesoramiento a las regiones en la creación de organizaciones públicas o público-privadas que formulen y ejecuten planes de desarrollo turístico y puedan realizar una adecuada interlocución con las entidades del orden nacional. A escala regional, las comisiones regionales de competitividad serán las llamadas a liderar el proceso a través de una mesa sectorial de turismo que asumirá la responsabilidad del cumplimiento del Convenio de Competitividad Turística.

El segundo lineamiento es el mejoramiento de la calidad de los servicios y destinos turísticos y la promoción de la formalización, dando respuesta a los requerimientos de los consumidores y a las demandas del mercado mundial, cumpliendo con estándares mínimos en la prestación de servicios a través de procesos de normalización y certificación, e implementando acciones para la formalización de empresas prestadoras de servicios turísticos y de su empleo.

El tercer lineamiento es el fortalecimiento de las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo. Los programas de formación estarán en línea con las necesidades del mercado nacional e internacional, fomentando la certificación en competencias laborales, el dominio de idiomas, capacitación en servicios y operación y diseño de producto; se promoverá la investigación en materia de turismo según las tendencias actuales del turismo mundial.

El cuarto lineamiento es el mejoramiento en la gestión de la infraestructura de soporte y conectividad para el turismo. Se continuará con los esfuerzos referentes a incentivos para la construcción, remodelación y ampliación de la planta hotelera; extensión del Plan Vallejo y complementariedad del Fondo de Promoción Turística con el fin de financiar proyectos de infraestructura turística. También enfatiza en lo relacionado al mejoramiento de la conectividad aérea y la declaración de zonas de desarrollo turístico prioritario.

El quinto lineamiento es impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional y las condiciones que mantengan los incentivos para los inversionistas nacionales, así como el diseño de programas que hagan atractivo el sector para la inversión extranjera directa.

El sexto lineamiento es fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados en naturaleza, cultura, aventura, sol y playa, náuticos, congresos y eventos, salud y bienestar. En este lineamiento en lo que tiene que ver con Destino Huila, se hace especial referencia al producto turístico de naturaleza, vinculándolo con el programa de Transformación Productiva y en un trabajo articulado con el Ministerio de Ambiente en lo que tiene que ver con el aprovechamiento turístico sostenible de los parques naturales nacionales y de las áreas protegidas; también en el tema de congresos y convenciones y turismo de bienestar. Finalmente, en este lineamiento se asesorará a los departamentos en la formulación de planes de desarrollo turístico y hará seguimiento a los compromisos consignados en los convenios de competitividad turística.

El séptimo y último lineamiento enfatiza el enfoque a las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados de turismo, fortaleciendo el sistema de información turística y centralizando la información regional.

Plan Sectorial nacional de Turismo 2011-2014²³

Los planes sectoriales de desarrollo turístico, son herramientas de planificación que creó la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996), en sus artículos 16 y 17. El Plan Sectorial Nacional fue presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través del Viceministerio de Turismo al Departamento Nacional de Planeación, con el propósito de incorporarlo al Plan Nacional de Desarrollo.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo presentó en el mes de noviembre de 2010, la propuesta del Plan Sectorial de Turismo 2011-2014, denominada **“Turismo: Factor de Prosperidad para Colombia”**, la cual fue debatida, ajustada y finalmente incorporada en el Plan Nacional de Desarrollo como lo ordena la Ley 300 de 1996.

Este plan determinó una visión y seis estrategias. Las principales son: oferta de turismo de primer nivel; mejoramiento del capital humano y creación de una cultura turística; mayor acceso y conectividad; más y mejor promoción e información, desarrollo turístico sostenible y fortalecimiento de la administración y la coordinación interinstitucional.

²³ Plan Sectorial de Turismo 2011-2014, Turismo: factor de prosperidad para Colombia, junio de 2011.



En ese orden de ideas, Colombia habrá definido unos productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística nacional. Las regiones se habrán especializado en ofertas con altos niveles de diferenciación y los municipios se habrán comprometido en programas de mejoramiento en diferentes frentes teniendo como objetivo la competitividad de sus productos turísticos.

Esos temas y productos son: sol y playa, turismo cultural (pueblos patrimonio, artesanías, ferias y fiestas, gastronomía, rutas culturales, etnoturismo), agroturismo, ecoturismo (avistamiento de ballenas, avistamiento de aves, buceo recreativo, senderismo), deportes (surfing, windsurf, ciclo montañismo, trekking) y aventura (parapente, espeleología); congresos y convenciones; turismo de salud (exportación de servicios de salud, bienestar, termalismo), crucerismo y turismo náutico; compras y viajes de incentivo.

En el plano nacional, la unidad de planificación será el destino turístico; el país y los destinos habrán conseguido consolidar una cultura turística en la sociedad, el turismo habrá contribuido a preservar los valores sociales y patrimoniales y será un elemento fundamental para generar orgullo nacional. Las comunidades se habrán vinculado a la actividad turística, beneficiándose del desarrollo que proporciona esta industria. En tal sentido, se habrán consolidado diversas formas de gestión para la prestación de los servicios turísticos, poniendo especial énfasis en el turismo comunitario que permite que las empresas locales debidamente organizadas deriven beneficios de su participación en la cadena de valor del destino turístico.

A nivel internacional Colombia se habrá concentrado en atraer turistas de altos ingresos, para lo cual habrá fortalecido su capacidad de investigación de mercados y de promoción. Existirá un trabajo mancomunado entre el sector público y privado y los diferentes prestadores de servicios turísticos se identificarán como parte de una cadena de valor amplia, en la que su aporte es definitivo para la competitividad del producto y del destino. En ese sentido, estarán comprometidos con la calidad y la diferenciación del producto.

El recurso humano vinculado al sector tendrá altos niveles de calidad, su formación corresponderá con las exigencias del mercado y será un personal bilingüe. La investigación y el desarrollo tecnológico en turismo tendrán un apoyo decidido del

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Estado, además la información y el análisis económico del sector se habrán consolidado y serán fundamentales para la toma de decisiones tanto en el sector público como en el privado.

Adicionalmente el plan trae cinco lineamientos estratégicos o ejes de acción: seguridad y competitividad, generación de empleo, promoción del patrimonio nacional, formación y ascenso social. Plantea ocho objetivos con los cuales se pretenden implementar los lineamientos estratégicos: fortalecer la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional, mejorar la calidad de los servicios y destinos turísticos ofrecidos a los turistas nacionales y extranjeros, fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo, mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo, impulsar la inversión en el sector turístico buscando la generación de valor agregado nacional, fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados, consolidar las iniciativas de promoción por segmentos especializados de turismo y desarrollar iniciativas transversales para promover el desarrollo sostenible del turismo.

La Visión del plan estima que “Para el año 2020 Colombia habrá posicionado la actividad turística como una de las de mayor importancia para el desarrollo económico del país, generadora de empleo y eficiente redistribuidora de ingreso; por consiguiente, será un país que habrá fortalecido la competitividad de sus productos y destinos en un trabajo que permitirá una relación armónica nación-región, donde los sectores públicos nacional y local jugarán un papel determinante en la generación de condiciones óptimas para el desempeño empresarial”.

Políticas públicas del Turismo en Colombia

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través del Viceministerio de Turismo ha desarrollado tres documentos Conpes, siete políticas especializadas y construye actualmente la octava política dedicada al turismo comunitario, así como dos planes estratégicos, lineamientos con los que pretende direccionar el sector turismo nacional para lograr un armónico y competitivo desarrollo, dentro del marco conceptual de la sostenibilidad y el turismo justo.



Documentos Conpes

El Gobierno nacional ha promulgado tres documentos Conpes que orientan el desarrollo del sector turismo en Colombia: el 3397 que se reconoce como el orientador de la política pública en turismo; el 3439 que estructura el sistema nacional de competitividad y el 3640 que direcciona el desarrollo del sector de los eventos como insumo del producto turístico nacional y por supuesto de algunas regiones.

■ Documento Conpes 3397

El documento Conpes 3397²⁴ aprobado en noviembre de 2005, se constituyó en política pública para el desarrollo turístico de Colombia. Reclama para su implementación la estrecha colaboración interinstitucional de las entidades de gobierno en coordinación con el sector privado. A la Vicepresidencia de la República le asigna la competencia de impulsar los grandes proyectos de las regiones colombianas, al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo le corresponde dictar políticas y orientar el desarrollo regional que permita estructurar destinos y productos turísticos competitivos, al Fondo de Promoción Turística de Colombia se le encarga el apoyar la optimización tanto para mejorar las condiciones que permitan la competitividad de las regiones como para promover los productos turísticos en el mercado doméstico, mientras que a Proexport se le asignó la competencia de apoyar la comercialización, mercadeo y promoción de productos turísticos en el mercado internacional.

Con el propósito de optimizar la prestación del servicio a los turistas tanto nacionales como extranjeros, el documento llama la atención de los ministerios de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Agricultura, Educación, Cultura, Telecomunicaciones, Transporte y Defensa, así como la del Sena y la Aeronáutica Civil, para que estructuren políticas y acciones que permitan el cumplimiento de este lineamiento de la política pública del turismo trazada en el documento Conpes 3397.

En materia de infraestructura, seguridad y formación del capital humano, el documento fija los criterios para acceder a recursos del orden nacional, así como el apalancamiento financiero de las regiones. El desarrollo de la competitividad, la comercialización y la promoción, se apoyarán con los recursos captados por el Fondo

²⁴Política Sectorial de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2005.

de Promoción Turística de Colombia, que se ven sustancialmente incrementados con la Ley 1101 que reformó la Ley 300/96.

■ Documento Conpes 3439

El Conpes 3439²⁵, recogió la historia de los esfuerzos de competitividad nacional desde 1994, creó el Sistema Administrativo Nacional de Competitividad (SANC), la Comisión Nacional de Competitividad (CNC), y ordenó la producción de la Política Nacional de Competitividad (PNC). Este es un documento articulador, que trata de incorporar dentro del marco común de la competitividad una gran variedad de políticas gubernamentales. Desarrolla también los lineamientos de la PNC aprobados en la CNC, que estableció cinco pilares para la política de competitividad: sectores de clase mundial, productividad y empleo en el resto de sectores formales, formalización de sectores de la economía, fomento a la ciencia, tecnología e innovación, y estrategias transversales (de promoción de la inversión y la competencia).

Adicionalmente se plantearon 14 planes de acción en diferentes áreas de trabajo de la competitividad, liderados por los ministerios o entidades directamente involucrados: I. Sectores de clase mundial, II. Salto en la productividad y empleo, III. Competitividad en el sector agropecuario, IV. Formalización empresarial, V. Formalización laboral, VI. Ciencia, tecnología e innovación, VII. Educación y competencias laborales, VIII. Infraestructura de minas y energía, IX. Infraestructura de logística y transporte, X. Profundización financiera, XI. Simplificación tributaria, XII. TIC, XIII. Cumplimiento de contratos, XIV. Fortalecimiento institucional de la competitividad.

El turismo se encuentra enmarcado dentro del plan de acción No. 1 denominado Sectores de Clase Mundial, este identifica seis ejes estratégicos, uno de los cuales es **Colombia, destino turístico de clase mundial**, el cual enmarca seis productos: construcción y mejoramiento de infraestructura turística para desarrollo regional, un consejo superior para el turismo, sin compromiso regional no hay turismo, turismo con calidad, destinos turísticos seguros, más y mejores productos turísticos. Se destacan las actividades de creación del Consejo Superior de Turismo, creación del Comité Nacional de Seguridad Turística, programa de capacitación y dotación de la policía de turismo en marcha, programa nacional de señalización turística vial; entre otras.

²⁵ Política Nacional de Competitividad, 2006.

■ Documento Conpes 3640

El Conpes 3640 establece los lineamientos de política para el desarrollo del turismo de convenciones y congresos, reconoce la creciente tendencia de este segmento, que la Organización Mundial del Turismo estima representa el 20% del motivo de viajes de los turistas del mundo. Turistas que se caracterizan como de alto nivel de gasto, estatus social y cumplimiento de las reservas efectuadas de manera individual pero que en conjunto representan grupos de 300 o más asistentes al evento.

El documento definió cinco estrategias que le deben permitir a Colombia convertirse en un destino de “Clase Mundial” con base en el desarrollo del segmento de eventos, congresos y convenciones. Las estrategias definidas son: apoyar las ciudades y regiones en la identificación de su potencial para el desarrollo del turismo de eventos, apoyar el desarrollo de infraestructura y planta turística adecuada para este segmento, generar incentivos a la inversión en el desarrollo de infraestructura y planta para este sector, apoyar el mejoramiento del producto turístico para este segmento y fortalecer la promoción turística de Colombia como destino de eventos, congresos y convenciones tanto en el ámbito internacional como en el mercado nacional.

Políticas públicas de Turismo

■ Política para el Desarrollo del Ecoturismo²⁶

La mega diversidad del territorio colombiano, el reconocimiento institucional de áreas protegidas, Red de Reservas Naturales de la sociedad civil, así como la declaratoria de vastos territorios como parques nacionales naturales, motivaron la expedición de esta política pública, que busca crear espacios naturales competitivos en el ámbito latinoamericano para el mercado receptivo. Esta política trae consigo diez principios y nueve lineamientos estratégicos. Los principios hacen referencia a la conservación integral de las zonas de influencia de los desarrollos ecoturísticos, minimización de los impactos negativos en los aspectos social, económico, ambiental y cultural, aporte al desarrollo regional y local de la población receptora incorporándolos en la prestación del servicio turístico, sostenimiento, conservación y mantenimiento de las áreas naturales dedicadas a la producción ecoturística; la participación y concertación, que

²⁶ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.

busca la vinculación de la población local a la toma de decisiones en torno a la planificación, conservación, comercialización y promoción del área, permitiendo la formación y especialización del recurso humano local para la óptima prestación del servicio.

Los nueve lineamientos estratégicos buscan darle desarrollo a los principios esbozados en la política de ecoturismo, reconociendo en ellos tres grandes vocaciones, la planificación, la conservación y la comercialización.

El ordenamiento y planificación del área, busca implementar lo reglado en los planes de ordenamiento territorial o en los planes de desarrollo ambiental cuando estos existan. Tanto la planta como las actividades turísticas que se pueden desarrollar en el teatro de operaciones constituyen el segundo lineamiento estratégico para lograr un desarrollo armónico del territorio y finalmente la formación del recurso humano local para atender de manera consciente los procesos de conservación, diseñando acciones que permitan la elaboración de productos turísticos competitivos que permitan su comercialización y una promoción que garantice la sostenibilidad, son la base fundamental del bloque correspondiente al desarrollo socioeconómico de las áreas naturales para el turismo.

En suma, la Política para el Desarrollo del Ecoturismo, crea las bases conceptuales y determina los lineamientos con los cuales el departamento del Huila puede estructurar destinos turísticos de carácter ecológico competitivos en el mercado internacional, dadas las grandes potencialidades.

■ Política de Calidad Turística²⁷

Tiene como objetivo mejorar la prestación de los servicios turísticos que se ofrecen en el mercado, el fortalecimiento de los destinos turísticos y de las empresas prestadoras de servicios turísticos en la gestión de calidad, como una estrategia clara para generar la cultura de excelencia, que permita posicionar a Colombia como un destino turístico de calidad, diferenciado y competitivo en los mercados turísticos del mundo.

²⁷ <https://www.mincomercio.gov.co/info/tlc/media/file45758>.

Para la cualificación de los destinos turísticos, la política desarrolla un modelo de indicadores de sustentabilidad que tendrán como referencia básica el cumplimiento de la normatividad ambiental, la incorporación de las comunidades locales al desarrollo del producto y del destino; los impactos de la actividad turística sobre la economía local, así como sobre sus tradiciones culturales.

Las normas técnicas sectoriales, son el instrumento de la política nacional de calidad, para la cualificación de las empresas prestadoras de servicios turísticos, a través de una normatividad construida y concertada con los empresarios de los sectores de la prestación de servicios turísticos.

Actualmente existen normas técnicas sectoriales para alojamiento, restaurantes, agencias de viajes, guianza turística, tiempo compartido y turismo sostenible, lideradas por sus respectivos gremios. La Política Nacional de Calidad, determinó los lineamientos básicos para la cualificación del capital humano, a través de las competencias laborales, como el instrumento idóneo para alcanzar el objetivo propuesto en cada una de las actividades regladas para la cualificación.

■ Política de Turismo Cultural²⁸

La Organización Mundial del Turismo (OMT), reconoce el crecimiento de turistas que incluyen en sus recorridos las visitas a sitios de riqueza arquitectónica, histórica y cultural, así como a los destinos declarados Patrimonio Histórico Cultural de la Humanidad. Esta mega tendencia encuentra respuesta en el plan sectorial de turismo **“Colombia un destino de clase mundial”**, presentando el turismo cultural como un producto de clase mundial para el mercado internacional; decisión que requirió del trabajo conjunto de los ministerios de Comercio, Industria y Turismo, y Cultura.

La Política Nacional de Turismo Cultural busca entonces, posicionar a Colombia en los mercados nacional e internacional como un destino de turismo cultural con base en su diversidad y riqueza cultural, generando dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas competitivas preservando la identidad de las regiones. Los lineamientos estratégicos tratan sobre los aspectos de sostenibilidad, gestión, investigación de

²⁸ <http://turismocultural.mincultura.gov.co/?idcategoria=26792>.

mercados, diseño de producto, formación del talento humano, orientación al turista, mercadeo, sinergia, información y financiación, así como sus ejes estructurales.

En suma, la política nacional de turismo cultural orienta el desarrollo del sector, buscando una mayor participación de los actores locales en las dinámicas económicas, fortaleciendo los criterios de competitividad y sostenibilidad. Acá nuevamente el departamento del Huila juega un papel protagónico, ya que presenta una variada oferta arquitectónica, cultural e histórica digna de resaltar y de gozar del más amplio reconocimiento nacional e internacional. Ejemplo de lo anterior es la declaratoria del Parque Arqueológico de San Agustín (Incluye Alto de los Ídolos y Alto de las Piedras en Isnos) como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en el año 1995, lo que sin duda alguna lo convierte en el principal atractivo turístico-cultural del departamento del Huila.

■ Política de Competitividad²⁹

Colombia acogió el concepto de Competitividad perfilado por el profesor Michael Porter como guía académica para la construcción de su Política Pública de Competitividad turística, la cual busca optimizar los productos turísticos fortaleciendo los actores que intervienen en la cadena de valor de forma tal que cualifiquen el servicio con el propósito de competir en el mercado internacional.

La política se sustenta en tres ejes transversales y seis lineamientos. Los ejes transversales son: sostenibilidad, innovación y organización del sector. Los lineamientos son: planificación y gestión, calidad, seguridad, educación y formación, infraestructura, y facilitación.

Los aportes que su aplicación puede dar para el mejoramiento y posicionamiento del destino Huila son de gran importancia.

²⁹ Competitividad: el desafío para alcanzar un turismo de clase mundial.

■ Política de Mercadeo y Promoción Turística de Colombia³⁰

La Política de Mercadeo y Promoción Turística se fundamenta en dos ejes temáticos y cinco lineamientos estratégicos. Los ejes temáticos buscan diferenciar las estrategias para acceder a los mercados nacional e internacional.

Los lineamientos estratégicos son: fortalecimiento de la investigación de mercado, diferenciación y promoción de productos turísticos prioritarios, fortalecimiento de las actividades y herramientas de promoción turística, fortalecimiento de la comercialización turística y articulación interinstitucional para el fortalecimiento de los mecanismos de promoción y mercadeo.

El Huila tiene claridad de la importancia que significa el poder promocionar sus productos bandera: Parque San Agustín y Desierto de la Tatacoa a nivel internacional como parte de la oferta de Colombia para el mundo.

■ Política de Turismo Social³¹

El objetivo de la política de turismo social es facilitar el acceso de todos los colombianos al turismo, como una posibilidad real para el acceso a la recreación y uso del tiempo libre, otorgando prioridad a aquellos segmentos de población con menores posibilidades de disfrute del mismo, tales como personas con discapacidad, las personas mayores, jóvenes y las personas con escasos recursos económicos.

La política de turismo social trae cinco lineamientos: planificación de las iniciativas de turismo social, coordinación interinstitucional para el fortalecimiento de la gestión del turismo social, desarrollo del producto turístico social; promoción y comercialización del turismo social, creación de instrumentos de apoyo y fuentes de financiación para el impulso del turismo social.

³⁰ Tomado de: <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=195>.

³¹ Viceministerio de Turismo- Documento en consulta pública - 15 de septiembre de 2009.

■ Política de Turismo y Artesanías³²

La Política de Turismo y Artesanías, busca incluir las identidades culturales de las comunidades locales en las dinámicas globales que identifican el turismo como una actividad económica de profundo calado social. El turismo y la artesanía son actividades económicas complementarias, los productores de artesanías huilenses encontrarán en el turismo una nueva oportunidad de negocios y el turismo encontrará en la oferta de productos de artesanía una motivación más para la diversificación del producto turístico local.

El objetivo es integrar como propuesta de desarrollo conjunto sostenible y responsable, las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías, procurando la salvaguardia y la difusión de tradiciones artesanales y por el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos. Los cuatro lineamientos para integrar las cadenas de valor de los sectores turismo con el sector de las artesanías son: inserción de la artesanía en las estrategias de gestión y planificación del turismo, fortalecimiento de la comercialización de las artesanías a través de las políticas de desarrollo para el turismo, fomento de la promoción turística mediante el fortalecimiento de las artesanías como componente de los productos turísticos colombianos, promoción de alianzas estratégicas para el fomento de la inversión en las acciones conjuntas de los sectores de turismo y artesanías.

Planes Estratégicos

■ Plan estratégico de seguridad turística³³

El plan estratégico de seguridad turística ha adquirido el carácter de política pública, toda vez que la seguridad al turista se considera como un insumo vital para la competitividad del sector, tanto para el mercado nacional, como para el internacional. El objetivo del plan de seguridad es garantizar la seguridad del usuario de servicios turísticos en el territorio nacional. Para lograr el objetivo propuesto, se crearán estrategias que desarrollará la Policía de Turismo en coordinación con el Viceministerio de Turismo y los entes territoriales, quienes deberán diseñar e implementar proyectos

³² Política de Turismo y Artesanías – Viceministerio de Turismo – 2009.

³³Seguridad Turística: Reto competitivo de Colombia, Plan Estratégico. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Policía de Turismo, 2009?

y actividades que promuevan medidas de control y prevención dirigidas a los prestadores de servicios turísticos, vigilancia y protección de los atractivos turísticos e información y orientación al turista, así como acciones para su fortalecimiento institucional.

El plan se soporta en cuatro estrategias, control y prevención a las empresas turísticas, vigilancia de atractivos y actividades turísticas, fortalecimiento de la orientación e información al turista y fortalecimiento de la Policía de Turismo.

- Plan indicativo para la educación turística³⁴

El plan indicativo de educación turística, busca formar a los jóvenes desde la escuela primaria, la media vocacional, el bachillerato y la educación superior en los saberes y particularidades de la cultura nacional, así como en el conocimiento de los procesos de emprendimiento que permitan soportar el desarrollo sostenible del turismo.

El proceso de formación del recurso humano, busca entonces articular las diferentes etapas de la formación educativa del individuo, es decir, la escuela primaria con el bachillerato, la formación técnica, tecnológica, profesional y de postgrado hasta obtener un ciudadano debidamente capacitado, bien sea para incorporarse como actor productivo o para soportar la información turística local.

Normatividad turística en Colombia

En materia de turismo, la competencia fue delegada a la Corporación Nacional de Turismo, entidad que controló la actividad hasta el año 1990.

La constituyente de 1991 brinda especial trascendencia a la temática de la descentralización, definiendo a Colombia, en el artículo primero de la Magna Carta, como una república unitaria pero descentralizada, acentuando la autonomía de sus entidades territoriales. El artículo 209 desarrolla el significado de esta definición especificando que “la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia,

³⁴Plan Indicativo de Formación en Turismo: Lineamientos para su implementación, 2009.

economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones”.

En suma, la Constitución Política de 1991 no solamente fortaleció el concepto de descentralización, sino que además dotó a las regiones de los instrumentos jurídicos necesarios para abordar la administración turística a través del artículo 300-2, que le asigna a las asambleas departamentales la competencia de aprobar normas para el desarrollo regional del turismo y del artículo 313-7, que le asigna a los concejos municipales la competencia de afectar el uso del suelo local.

La Constitución concibió dos artículos fundamentales para el desarrollo de la industria turística, el artículo 24 que consagra como derecho fundamental de todo colombiano el libre desplazamiento por el territorio nacional y el artículo 52, que consagra el derecho a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre.

■ Ley 300 de 1996

Esta norma está inspirada en el colectivo del sector turístico nacional, identificó como una sentida necesidad dotar al sector de una carta de navegación. Esta norma, define el turismo como una industria esencial y adicionalmente establece como principios fundamentales la concertación, la coordinación, la planeación, la protección al medio ambiente, el desarrollo social, la libertad de empresa, la protección al consumidor y el fomento.

Como toda norma, trae consigo un régimen disciplinario y sancionatorio para quienes infrinjan sus mandatos. En materia de planificación, determinó la formulación de una política pública de turismo y la estructuración de un plan sectorial nacional, que se deben incorporar al Plan Nacional de Desarrollo. En desarrollo de la descentralización el artículo 17 le confiere a las regiones y municipios la facultad para estructurar los planes sectoriales de desarrollo turístico e incorporarlos a los planes de desarrollo así como a los planes de ordenamiento territorial.

La promoción, vigilancia y control de las actividades propias del turismo, son desarrolladas por la norma con la creación del Fondo de Promoción Turística de Colombia como una cuenta que se nutre de la contribución parafiscal de los



prestadores de servicios turísticos y de recursos del presupuesto nacional. El Registro Nacional de Turismo, se instituye como un instrumento esencial para la vigilancia y control de los prestadores de servicios turísticos, cuya información económica y estadística, resulta importante para la estructuración de las estadísticas básicas del sector así como para la construcción de la cuenta satélite de turismo. Como unidad operativa para apoyar la vigilancia y control del sector, se creó la Policía de Turismo, como un organismo que administrativamente depende del Viceministerio de Turismo, pero que jerárquicamente depende de la Policía nacional.

Por su parte, la Ley 1101 de 2006 modificó la Ley 300/96 y reconoció sus limitaciones al determinar la base de prestadores de servicios turísticos y beneficiarios de la actividad turística, obligados tanto a la inscripción en el Registro Nacional de Turismo, como a su obligatoriedad con la contribución parafiscal con destino a la promoción turística.

En el tema cultural, la Ley 397 de 1997, conocida como “Ley General de Cultura”, define esta actividad como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias. Dicha Ley genera un conjunto de normas que determinan la conservación del patrimonio cultural en sus diversas manifestaciones; crea mecanismos para el fomento a la investigación, la actividad artística y cultural, así como para el desarrollo de infraestructura que soporte la puesta en escena de las diversas manifestaciones culturales.

Como un estímulo al desarrollo de la oferta de alojamiento, la Ley 788 de 2002 creó la exención al impuesto de renta para los establecimientos que se construyan o se remodelen en los 15 años siguientes a la expedición de la norma y hasta por un término de 30 años, igualmente beneficia a los prestadores de servicios turísticos cuya actividad principal sea la operación de productos ecoturísticos por espacio de 20 años y para los prestadores de servicios fluviales hasta por un periodo de 15 años.

Evolución de la planificación turística del Huila

Es imposible desconocer los intentos y esfuerzos de planificación del turismo que, por lo menos desde 1971 hasta el presente se han realizado en el departamento del

Huilaprocurando consolidar el sector, el cual siempre ha sido reconocido como un componente importante de la economía local aunque con diferentes niveles de importancia en el contexto del desarrollo del Huila. Por ello, es fundamental para los propósitos de la definición de las políticas de turismo, que se recomienden y justifiquen. Además el plan sectorial que interpreta e implementa estas políticas, se debe ocupar de un análisis de los principales documentos que han consignado tales esfuerzos con la seguridad de aprovecharlos para evitar repeticiones innecesarias.

■ Política de Desarrollo para el Huila³⁵

Este documento ha sido identificado como el primer plan departamental de desarrollo y fue elaborado en el año 1971.

La Política creó la subcomisión de turismo y artesanía, en materia turística, planteó como estrategia “la ruta arqueológica” en cuyo entorno debería girar el desarrollo turístico del Huila e incorporó a Tierra Dentro; adicionalmente creó el concepto de “zonas ecológicas” destacando atractivos naturales tradicionales como La Cueva de los Guácharos y la Caja de Agua. En lo pertinente al tema de artesanías, la subcomisión fomentó la asociatividad de los artesanos a través de la formación de cooperativas, su capacitación y el fomento a la actividad artesanal.

Por supuesto que el plan abordó el tema de infraestructura para el turismo, planteando diferentes acciones entre las que se menciona la terminación del aeropuerto para Pitalito, la ampliación de la red de interconexión eléctrica al sur del departamento y la implantación de señales de orientación al turista; en cuanto al mercadeo, sugirió como estrategia de venta de los paquetes turísticos del Huila, la creación de una oficina de coordinación y enlace en Bogotá.

En suma, la subcomisión de turismo y artesanía, elaboró un minucioso listado de acciones de infraestructura, formación del recurso humano, desarrollo de la planta turística, comercialización y promoción, sin hacer referencia al monto de la inversión requerida para su implementación y a los tiempos de ejecución. Algunas de estas acciones fueron adelantadas, especialmente las de infraestructura, que contaron

³⁵ Fuente: Una política de desarrollo para el Huila-1971, Pág.37-Imprenta Departamental, Huila, tomada del Plan Sectorial de Turismo del Huila-página 16.

con la voluntad política de los mandatarios de turno. Los otros temas por falta de recursos económicos no fue posible adelantarlos.

■ Plan integral de desarrollo turístico del Huila³⁶

La consultora Amparo Morales elaboró en el año 1995 por encargo del Corpes Centro Oriente, el primer plan integral de desarrollo turístico para el departamento del Huila, el cual se plasmó en cuatro documentos:

1. Una caracterización sobre el tipo de turismo a desarrollar.
2. El diseño de los productos turísticos comercializables en el orden regional, nacional e internacional.
3. El diseño de las políticas para desarrollar el sector como una industria rentable y generadora de divisas.
4. Un plan plurianual de inversiones necesarias en el sector.

El documento se estructuró con base en cuatro directrices, para las que se previeron cuatro acciones que permitieron su implementación. También identificó cuatro potencialidades turísticas y perfiló siete productos turísticos, así mismo nominó 14 proyectos turísticos, de los cuales nueve se postularon ante el gobierno del entonces presidente Ernesto Samper Pizano y cinco se presentaron ante la administración departamental.

Las directrices apuntaron a: conservar y recuperar los monumentos arqueológicos de San Agustín, señalar las vías turísticas, restaurar los monumentos nacionales localizados en la región y desarrollar el turismo como actividad industrial en la región.

Con el propósito de estimular el cumplimiento de estas cuatro directrices, el plan perfiló cuatro acciones: conservación del patrimonio arqueológico y ecológico (temas tratados en documentos anteriores e incorporó por primera vez la temática paleontológica abriéndole la puerta al Desierto de la Tatacoa como destino turístico), desarrollar el servicio al turista, promoción del patrimonio histórico y cultural como un atractivo turístico de la región y perfilar la oferta al mercado internacional.

³⁶ Fuente: Plan Integral de Desarrollo Turístico del Huila- Amparo Morales, CORPES CENTRO ORIENTE, 30 de marzo de 1995.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

La consultoría tipificó como las principales potencialidades turísticas del Huila, el patrimonio arqueológico de la cultura agustiniana y el Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco, proyectando además tres circuitos turísticos:

1. Circuito Sur (conformado por los municipios de Pitalito, Acevedo, San Agustín e Isnos).
2. Circuito Norte (integrado por los municipios de Neiva, Villavieja, Yaguará, Rivera, Aipe y Palermo).
3. Circuito Occidente (constituido por los municipios de La Plata, Paicol y Tesalia).

El documento presentó siete productos turísticos a desarrollar, advirtiendo que a la fecha, aún no se había diseñado la metodología para la estructuración y diseño de productos turísticos: zona arqueológica agustiniana Villavieja, municipio ecoturístico Neiva, ciudad de convenciones y negocios Rivera, frescura y recreación Yaguará, municipio de excelencia turística occidente del Huila, naturaleza y arqueología y Santana, nuevo destino arqueológico.

Finalmente, la consultoría nominó 14 proyectos, de los cuales los nueve primeros se presentaron al Gobierno nacional y los cinco finales se presentaron ante las autoridades regionales: Desierto de la Tatacoa, Centro de convenciones Neiva, Monumento Fuente Ceremonial Lavapatás, Parque Natural Páramo de Las Papas, Teatro-auditorio José Eustasio Rivera, Parque Arqueológico de Morelia, Parques Moscopán, Agua Bonita, La Argentina, Parque Arqueológico de Santana, Centro de Ferias y Exposiciones en Neiva, Parque Recreativo Metropolitano en Rivera, ampliación Centro Turístico Termales de Rivera, ampliación Parque Cueva de los Guácharos, mercadeo y promoción turística circuitos Norte y Sur.

En suma, el documento si bien cumplió con la metodología establecida y con el protocolo de entrega a las autoridades departamentales, no surtió el efecto esperado, pues ni las autoridades ni la comunidad se empoderaron de él, hecho que se corrobora en la mínima implementación de los proyectos nominados.



■ Plan de mercadeo turístico del Huila³⁷

Por iniciativa del gobierno departamental y con recursos económicos del Corpes Centro Oriente, el arquitecto Héctor López Bandera elaboró en 1997 el Plan de Mercadeo Turístico del Huila, primero en incorporar el criterio de competitividad en la región, concepto de reciente surgimiento en el ámbito de la planificación y los estudios de mercado turístico. En este plan aparece por primera vez el concepto de clúster como “aquel conjunto de lugares de un entorno geográfico que interaccionan generando un efecto de sinergia que se potencian para generar ventajas competitivas”, identificando en el departamento del Huila el “Clúster San Agustín y Tierradentro”, dada su riqueza arqueológica, natural, histórica y arquitectónica.

El Consultor marca la diferencia entre potencialidades turísticas y productos turísticos definiendo como potencialidades, a aquellos sitios o valores culturales de singular belleza paisajística o de interés científico para el caso de los sitios naturales, y aquellas tradiciones autóctonas o de interés científico con capacidad para atraer turistas en el caso cultural, y como producto, al conjunto de actividades, motivaciones y facilidades que le permiten al turista disfrutar del destino. El consultor identificó 99 potencialidades turísticas de las cuales ocho se proyectaron para canalizar mercado internacional:

1. Cultura Agustiniana.
2. El Desierto de la Tatacoa.
3. El Embalse de Betania.
4. La Cueva de los Guácharos.
5. El Estrecho del río Magdalena.
6. El Salto de Bordonos.
7. La Región Páez (rica en cultura indígena).
8. El volcán y Parque Natural de Puracé.

El Plan formuló dos estrategias de producto y una de promoción. En materia de producto turístico consolida el concepto de clúster San Agustín–Tierradentro y crea el concepto de clúster Neiva y su área de dispersión, que integra el Desierto de la

³⁷ Fuente: Plan de Mercadeo Turístico del Huila- Corpes Centro Oriente, 1997-Hector Eduardo López Bandera.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Tatacoa, Embalse de Betania y Termales de Rivera como atractivos que fortalecen el concepto de Neiva, ciudad convención, que por sí solo no constituye un atractivo.

La estrategia de promoción reconoce el esfuerzo local por publicitar los destinos San Agustín-Isnos-Tierradentro, en atención a su mayor reconocimiento en los mercados emisores de turismo, recomendando orientar la promoción en función de segmentos de mercados especializados en arqueología, ecoturismo, turismo cultural, deportes y recreación tanto para doméstico como para receptivo; sugiere además explorar el Internet como una nueva herramienta tecnológica para las campañas de comercialización, distribución y promoción.

El documento trae consigo un conjunto de proyectos, programas y acciones que conducen a la comercialización, distribución y promoción de los destinos y productos turísticos de la región:

1. Proyecto de investigación y seguimiento de mercados turísticos (investigación del perfil del turista en los mercados de Bogotá, Medellín y Cali con relación a la oferta del clúster Huila-Cauca, asistencia a ferias y realización de misiones comerciales, viajes de familiarización, workshops (talleres), campañas de promoción de imagen y programas de fomento para la tercera edad).
2. Programas y proyectos de desarrollo y competitividad del producto turístico (refugio y señalización de rutas y senderos ecoturísticos Desierto de la Tatacoa, Centro Turístico Termales de Rivera, incorporando por primera vez el concepto de termalismo, Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera, mejoramiento de los parques arqueológicos de San Agustín e Isnos).
3. Acciones de competitividad complementarias al Parque Arqueológico de San Agustín (capacitación del personal, creación área de estacionamiento, centro de información introductorio, área de descanso y expendio de alimentos, unidades sanitarias, unidad móvil de primeros auxilios, ampliación senderos de circulación y diseños de rutas alternas, señalización interna y externa, diseño del producto turístico del Huila-Cauca).

En suma, el plan concluye reconociendo que el Huila ha concentrado su promoción en San Agustín-Isnos limitando la diversificación de la oferta. Recomienda mayor



protagonismo para nuevos destinos como el embalse de Betania, Desierto de la Tatacoa, salud y termalismo en Rivera. El Consultor también reconoce la precaria disponibilidad de recursos financieros para la promoción turística del Huila, para lo cual recomienda vincular al sector privado para que invierta en la composición accionaria de Inturhuila como una estrategia de capitalización y disponibilidad de recursos frescos para abordar la campaña de comercialización y promoción turística del Huila.

Esta iniciativa permitió avanzar en la consolidación del Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera de Neiva, así como en el desarrollo del concepto Neiva, ciudad región. Las estrategias priorizadas de promoción, implementadas para posicionar los destinos y productos turísticos, permitieron un aumento gradual del flujo de turistas hacia el departamento, especialmente hacia los Clúster identificados, sin llegar a obtener los resultados deseados.

■ Estudio de competitividad del Huila³⁸

El estudio de competitividad del Huila consideró el turismo como un sector clave para el desarrollo económico del departamento señalando tres elementos a los que definió como claves para el desarrollo de la estrategia de competitividad del sector: definición de proyectos estratégicos, formar empresarios emprendedores y diseñar un nuevo marco institucional.

El estudio exploró la estructura del turismo en Colombia, así como las estrategias para mitigar los problemas que se consideraron como graves: la imagen negativa de Colombia en el exterior; la inseguridad y la pérdida de competitividad.

En materia de clúster, la Política Nacional de Turismo definió dos, el clúster vacacional donde se vinculó al Huila a través del clúster San Agustín y Tierradentro, el segundo clúster se definió como de oferta mixta, refiriéndose a negocios y turismo, en el que registra Bogotá y la zona centro, clúster al que se vinculó también al departamento del Huila. La Política también definió el desarrollo de nuevos productos turísticos, entre ellos: parques temáticos, salud, termalismo y aventura.

³⁸Documento No.5, Estudio de Competitividad del Huila, lameta, la estrategia, las acciones y el marco institucional para la competitividad, Corporación Huila Futuro 2001.

Como limitaciones al desarrollo turístico, el estudio identificó: escasa inversión en el sector, orden público crítico, deficiente infraestructura y baja calidad en los servicios básicos, deficiente formación del capital humano y ausencia de cultura del servicio, desarticulación institucional e incipiente gestión de mercadeo.

El estudio definió seis proyectos estratégicos para hacer del turismo un sector competitivo y convertirlo en motor de la economía regional: Parque Arqueológico de San Agustín, termalismo en Rivera, Parque Temático la Tatacoa, acuaturismo en Betania, Parque Acuático Popular, Neiva, negocios y cultura.

Este estudio concluyó que el Huila cuenta con importantes insumos turísticos pero no con productos turísticos y permitió que años más tarde, se lograran convertir las potencialidades en productos turísticos e incorporar a la cadena productiva del sector la producción de artesanías como un elemento de diversificación de la actividad turística y redistribuidor de beneficios para las comunidades locales. También permitió entender que el turismo es una actividad económica que genera ingresos y de la cual se puede vivir. El mayor logro es que puso el sector en la agenda de los dirigentes políticos, gremiales y empresariales y muchos de los proyectos priorizados fueron acogidos en los planes de desarrollo municipales y departamental. Aunque el esfuerzo fue valioso y tuvo una muy buena acogida entre los actores del sector, la denominada “zona de distensión” que funcionó durante los años 1999 y 2001 opacó toda la dinámica económica y social del departamento, viéndose el turismo gravemente afectado por la disminución considerable de turistas nacionales y extranjeros, especialmente el producto arqueológico.

■ La Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila³⁹

Los huilenses, en un importante ejercicio de construcción colectiva, crearon por directriz del Departamento Nacional de Planeación, la Agenda Interna de Productividad y competitividad, formulando cinco apuestas productivas: agroindustria de base tecnológica, turismo, piscicultura, minería y generación de energía.

³⁹ Fuente: Agenda Interna del Huila para la productividad y la Competitividad, Primera Edición 2007.

La apuesta del sector turismo busca: *“convertir al Huila en el primer destino colombiano de turismo ecológico y cultural para el mercado doméstico e internacional con una oferta de productos innovadores, diferentes, especializados y de calidad”*.⁴⁰

En desarrollo del enfoque territorial, la apuesta de turismo creó cuatro clústers: Eco-arqueológico, Desierto de la Tatacoa y su área de influencia, Neiva ciudad región y Yaguará-Betania. Este enfoque facilitó abordar el estudio e interpretación de las ventajas comparativas para convertirlas en competitivas. Se fijó como meta al año 2020 captar 2,2 millones de turistas (la cual ha sido replanteada en 1,5 millones), propósito para el cual se formularon seis proyectos estratégicos con la capacidad de generar el volumen esperado al cabo de 10 años de implementación tanto de los proyectos como de los requerimientos en materia de infraestructura y servicios públicos, innovación y desarrollo, ordenamiento territorial y medio ambiente, formación del talento humano, capacitación y cultura, desarrollo institucional y empresarial.

Los proyectos estratégicos son: la red de parques y museos del Alto Magdalena con influencia en los municipios de Pitalito, San Agustín, Isnos, Saladoblanco, Oporapa, La Argentina, La Plata, Garzón y Timaná, Parque Temático Desierto de la Tatacoa, Parque Islas de Aventura, Recinto Ferial de Neiva, Spa Termales de Rivera y Parque Regional de Yaguará.

En suma, la agenda interna fue un excelente ejercicio de planificación que orientó el desarrollo del sector turístico y se convirtió en el principal insumo de planeación del desarrollo territorial. En cuanto al desarrollo de los proyectos priorizados, y teniendo en cuenta que estos requieren la inversión tanto del sector público como del privado, pero sobre todo, advirtiendo que, para hacer del turismo un sector productivo y competitivo se deben hacer cuantiosas inversiones en el desarrollo de los proyectos estratégicos y en satisfacer los requerimientos que conducen a la competitividad, solo se pueden mencionar algunos avances en la conformación de una empresa mixta para el Spa de termales, la cual no obtuvo los resultados esperados y se encuentra en proceso de liquidación, algunos recursos obtenidos e invertidos en el Parque Islas de Aventura sin que se logre consolidar ese macroproyecto y finalmente la voluntad y asignación de recursos del Gobierno nacional, departamental y municipal de Neiva para construir el Recinto Ferial de Neiva.

⁴⁰ Agenda Interna del Huila para la productividad y la Competitividad, Primera Edición 2007, Pág.103.

En cuanto a la meta proyectada, se ha identificado en diferentes escenarios la necesidad de modificarla, ya que según recomendaciones hechas por el mismo Viceministerio de Turismo, es demasiado elevada y difícil de cumplir. Este requerimiento va a ser tenido en cuenta en la formulación del Plan Sectorial de Turismo y de la Política Pública de Turismo del Huila.

■ Plan Sectorial de Desarrollo Turístico del Huila

Por iniciativa de la administración departamental del Huila, se formuló en el año 2008 el Plan Sectorial de Turismo, estudio que hizo un amplio análisis de los documentos de planificación turística elaborados para el departamento del Huila desde 1971 hasta la fecha, acervo documental que consolidó el concepto de potencialidades para el turismo así como las limitaciones, amenazas y oportunidades identificadas tantas veces a través de diversas metodologías. El documento presenta una propuesta de política departamental de turismo y seis lineamientos estratégicos que permiten la completa implementación del plan.

La política pública apunta al cumplimiento de los objetivos y metas propuestas en la apuesta productiva del turismo:

“La política de turismo del Huila se orienta a la promoción, desarrollo y puesta en funcionamiento de macroproyectos que hagan posible el cumplimiento de la meta de 2.200.000 turistas/año al 2020 y, al mismo tiempo, incorpore y consolide el turismo rural con enfoque territorial a través de la cooperación de los entes territoriales y comunidades; fortalezca el turismo cultural como la modalidad más importante de la oferta turística del departamento; propicie una formación local para el turismo con amplia participación ciudadana; promueva iniciativas de promoción y comercialización efectivas para incrementar la presencia de los productos turísticos del Huila en los mercados nacional e internacional y estimule la inversión privada correspondida efectivamente por la inversión pública como recurso básico, al igual que el mejoramiento de la gestión para el turismo, para ubicar al Huila como un destino turístico reconocido y de clase mundial y que facilite el mejoramiento de la calidad de vida de los huilenses”.

En referencia a los lineamientos estratégicos, se lee claramente el propósito de desarrollar los ejes propuestos en la política departamental de turismo: construir



macroproyectos que atraigan turistas en gran escala, impulsar el turismo rural que incorpora actividades de contacto con la naturaleza y aventura (ecoturismo), consolidar el turismo cultural que incorpora las ofertas arqueológicas, paleontológicas, religiosas y folclóricas, formación de una cultura turística local, fortalecer la promoción y comercialización de los productos turísticos e incentivar la inversión pública y privada en el sector turístico.

Aunque este plan fue aprobado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con la recomendación de algunos ajustes, la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo del Huila no lo validó y por tal razón no fue presentado como proyecto de ordenanza aunque sí se constituye en un antecedente válido para el proceso de reformulación del Plan Sectorial de Desarrollo Turístico del departamento del Huila que se pretende adelantar. Es importante precisar que aunque no se convirtió en Política Pública, si sirvió como insumo básico para la formulación de planes sectoriales municipales que más adelante se describen y para alinear algunas estrategias de instituciones como el Sena, la Cámara de Comercio de Neiva, Fundación Hocol, entre otras.

■ El Plan Regional de Competitividad⁴¹

A finales del año 2008 e inicios del 2009, en el marco de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila se formuló el Plan Regional de Competitividad, que incluyó una visión al 2032:

“El Huila en el 2032 tendrá talento humano altamente calificado, con un elevado nivel de ingresos, integrado a los mercados nacional e internacional, apoyado en el fortalecimiento regional, empresarial e institucional, la infraestructura, la innovación, ciencia y tecnología, formado en una cultura de productividad con respeto por el medio ambiente, que permita el desarrollo sostenible, diversificado y con alto valor agregado de las potencialidades del departamento”, y cinco objetivos estratégicos en los cuales destaca la necesidad de desarrollar sectores de “Clase Mundial”, donde la apuesta productiva de turismo juega un papel protagónico, apoyada en la formación y afirmación de nuevas competencias y habilidades, la formalización empresarial, la incorporación y aplicación de ciencia, tecnología, innovación y desarrollo y finalmente

⁴¹ Plan Regional de Competitividad, Corporación Huila Futuro 2009-2009.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

promoviendo estrategias de conectividad, infraestructura y equipamiento, sostenibilidad ambiental y atracción de inversiones.

La principal iniciativa de turismo planteada en el plan hace referencia a la necesidad de convertir al Huila en el **primer destino turístico ecológico y cultural** para el mercado doméstico e internacional. Dentro de esta iniciativa se plantean los proyectos de: diseño e implementación de un plan de marketing turístico, proyecto de promoción de Neiva como ciudad de eventos y convenciones, proyecto de promoción turística Vive la Aventura Yuma que integre los clústers Eco-arqueológicos, Neiva ciudad región y Desierto de la Tatacoa con productos de turismo de naturaleza y aventura sobre el río Magdalena, proyectos de infraestructura turística (Parque de la Música Jorge Villamil Cordovez, teatro auditorio y recinto ferial en Neiva, y parque Ecoturístico del Macizo Colombiano en Bruselas-Pitalito), y finalmente el anillo vial turístico del sur del Huila (San Agustín-Obando-Isnos-Bordones-Guacacayo) que quedó priorizado en el Plan Nacional de Desarrollo⁴².

Así mismo, en el 2011 se avanzó en la iniciativa de desarrollar el turismo de salud en la ciudad de Neiva y su área de influencia, en articulación con el sector de clase mundial de Turismo de Salud del Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con enfoque hacia el turismo de bienestar para el mercado internacional partiendo del producto "Neiva Destino Salud" que fue diseñado por la Secretaría Municipal de Cultura y Turismo de Neiva.

Todo este trabajo de articulación se ha realizado en el marco de la institucionalidad del Sistema Regional de Competitividad que incluye la mesa sectorial de turismo, sobre la cual se estará profundizando al final de este documento de factores de soporte.

⁴² Matriz de seguimiento al Plan Regional de Competitividad, avances a 2011, Secretaría Técnica de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad (Cámara de Comercio de Neiva).



La planificación turística en Neiva y otros municipios que cuentan con planes sectoriales municipales de desarrollo turístico

■ Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Neiva⁴³

El Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Neiva realizado en el año 2009 trazó como objetivo convertir a Neiva en una ciudad prestadora de servicios turísticos especializados en salud, eventos, cultura religiosa y actividades de contacto con la naturaleza en el río Magdalena, con horizonte al año 2020.

La meta del plan es captar 270.000 turistas/año, para lo cual se requiere la implementación de los siguientes proyectos y productos turísticos considerados como estratégicos: Parque Islas de Aventura, Recinto Ferial, Parque de La Achira, Parque de La Música y Paseo del Bambuco. Como proyectos estratégicos y como productos turísticos: salud, eventos y negocios, cultura, religión y aventura a través de actividades de contacto con la naturaleza especialmente con el río Magdalena.

Así mismo, se trazaron los siguientes cinco lineamientos: segura, limpia y bella ciudad de Neiva; educación como nueva fuente generadora de ingresos sostenibles, Neiva un destino competitivo en el Sur colombiano, diseño e implementación de productos turísticos de clase mundial y Neiva posicionada en los mercados emisores de turistas nacionales e internacionales.

Este plan, aunque se constituye en un importante insumo de planeación turística de la ciudad de Neiva y su entorno, no ha sido presentado como acuerdo municipal y no se logran evidenciar mayores avances en proyectos de alto impacto para el sector.

■ Neiva Epicentro Turístico del Sur colombiano

Los estudios de planificación turística formulados durante el cuatrienio 2008-2011, le señalan a Neiva la senda a seguir para consolidarse como “Epicentro Turístico del Sur colombiano”, desarrollando productos competitivos como salud y estética corporal, negocios corporativos con base en el Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, actividades de aventura en el río Magdalena, así como actividades culturales en torno

⁴³ Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Neiva – Corporación Huila Futuro 2009.

a personajes universales como José Eustasio Rivera, Jorge Villamil Cordovez, el folclor y las peregrinaciones a los santuarios de San Roque en el Caguán y Señor de los Milagros en San Francisco.

Neiva busca consolidarse como una ciudad para pernoctar y como distribuidora de turistas a los destinos inmediatos como: Desierto de la Tatacoa, El Juncal, Rivera, Embalse de Betania que en suma se deben articular a destinos turísticos de media distancia como San Agustín y Tierradentro. Este enfoque de ciudad región es evidente y gracias a estos procesos de planificación la ciudad ha adoptado este concepto y lo plasmó en el estudio prospectivo al 2032 realizado por la Universidad Externado de Colombia “Neiva, ciudad región de oportunidades”.

■ Diseño de la imagen de Marca Turística para Neiva-“Neiva Capital del Río Magdalena”.⁴⁴

En el año 2009 la Alcaldía de Neiva a través de la Secretaría Municipal de Cultura y Turismo, con el apoyo del Consultor Turístico Héctor López Bandera, realizó el proceso de construcción de marca, Neiva y sus alrededores: Rivera y sus termales, Villavieja-Desierto de la Tatacoa y Yaguará-Embalse de Betania, auscultando la percepción que tanto residentes como visitantes tienen de la ciudad y construir con la información recopilada una imagen de marca turística que le permita incursionar en los mercados nacional e internacional. Este estudio dio como resultado que el río Magdalena es sin duda, el único y el más fuerte representante de la identidad de la ciudad de Neiva.



Neiva Capital del Río Magdalena es una marca de ciudad que recoge los valores más significativos de su territorio y patrimonio a partir de las percepciones más relevantes de sus habitantes y visitantes.

Desde el momento de su lanzamiento en el año 2010 la administración municipal acogió la imagen y actualmente es utilizada en diferentes medios promocionales de la ciudad. En el sector privado no ha generado mayor impacto y se requiere mayor difusión y empoderamiento de la misma en la comunidad neivana.

⁴⁴ Informe Final Marca Neiva, Héctor López Bandera, 2009.

■ Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Garzón⁴⁵

El Plan Sectorial de Turismo que la administración municipal formuló en el año 2009 con el acompañamiento técnico de la Corporación Universitaria del Huila (Corhuila), busca ordenar las acciones a desarrollar en un horizonte al año 2020, fecha para la cual se espera que Garzón no solamente se haya convertido en un nuevo destino turístico sino que se inicie como un destino turístico en maduración.

Claramente se identifica el espíritu rural de Garzón, las fincas cafeteras, las haciendas ganaderas, el Parque Regional de Miraflores, reservas naturales de la sociedad civil, ríos como el Suaza y el Magdalena, que se combinan perfectamente con el espíritu religioso y festivo de su comunidad, actividades de las cuales se destacan el Pichinche, las tradiciones orales de las brujas de la Jagua y por supuesto el exquisito arroz tapado, así como las celebraciones tradicionales de Semana Santa y el Reinado Departamental de la Alegría. La oferta turística tradicional de Garzón se enriquece con el proyecto embalse El Quimbo, escenario propicio para introducir las actividades náuticas en su cuerpo de agua, así como las de contacto con la naturaleza en su entorno.

Para el año 2020 Garzón estará posicionada como el primer destino turístico huilense con el producto “**Garzón es el alma del Huila...Comunión del espíritu con la naturaleza**”, cuyo logro se alcanzará con el cumplimiento de los siguientes cuatro lineamientos: promover la competitividad turística para posicionar el producto en el mercado nacional e internacional, consolidar el producto turístico, fortalecer la educación turística para el desarrollo del sector, y promocionar y comercializar el producto de turismo.

Este plan es un importante insumo para la planificación turística del municipio que ha logrado articular la institucionalidad del sector en el municipio, aunque no se evidencian mayores avances en la ejecución de proyectos de más impacto.

■ Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Paicol⁴⁶

Este Plan Sectorial Municipal de Turismo de Paicol lo elaboró la Fundación Hocol con el apoyo de la administración municipal en el año 2009, encontrando en este proyecto

⁴⁵ Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Garzón – Corporación Universitaria del Huila 2009.

⁴⁶ Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Paicol – Fundación HOCOL 2009.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

una oportunidad para convertirse en ciudad de pernoctación en la movilización de los turistas del occidente del país al Huila.

En este documento se destaca la hospitalidad, laboriosidad y honradez del paicoleño, que son sin lugar a dudas las mejores cartas de presentación a la hora de iniciarse en la operación de las actividades turísticas. El trabajo se focalizó entonces en la identificación de las ventajas comparativas para proponer desarrollos que las conviertan en competitivas para los mercados doméstico y receptivo.

Como ventajas comparativas, se identificaron claramente en los aspectos naturales el río Páez y la Caja de Agua, como los sitios de mayor importancia para el desarrollo turístico, sin desconocer la existencia de otros de singular importancia como la Cueva de la Cumbre, el Cerro de Jacinto, la Motilona y Las Delicias.

Por su parte la oferta cultural se consolida con la arquitectura, lo religioso, la historia y las manifestaciones folclóricas, siendo el gusto por la tauromaquia el eje de los eventos entre ellos la feria ganadera, la fiesta patronal de Santa Rosa de Lima, el San Pedro y la conmemoración de la entronización del Señor de Los Milagros en el templo parroquial el 14 de septiembre y las peregrinaciones los día 14 de cada mes.

La Visión turística del municipio está enmarcada en convertirse en el año 2020 en el primer destino huilense de turismo rural especializado en actividades de contacto con la naturaleza, apoyadas en el patrimonio arquitectónico del casco urbano, desarrolladas con calidad y sostenibilidad, cuyo logro se alcanzará con el cumplimiento de los siguientes tres lineamientos: fortalecer la educación turística; impulsar el turismo rural como alternativa de desarrollo económico el cual incorpora actividades de contacto con la naturaleza, aventura, historia y cultura, eventos, ferias y fiestas e implementar procesos de competitividad turística territorial para posicionar el producto de turismo rural en el mercado regional, nacional e internacional.

Este plan presenta algunos avances gracias a la gestión e inversión de recursos económicos de la Fundación Hocol en temas de desarrollo turístico (diseño de productos, participación en eventos, realización de actividades y apoyo en el mejoramiento de la infraestructura).



■ Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Tesalia⁴⁷

Este Plan Sectorial Municipal de Turismo de Tesalia lo elaboró la Fundación Hocol con el apoyo de la administración municipal en el año 2009, encontrando en este proyecto una oportunidad para convertirse en ciudad de pernoctación, junto con el municipio de Paicol en la movilización de los turistas del occidente del país al Huila.

El documento identifica claramente como ventajas comparativas, los aspectos naturales: el río Páez y la serranía de Las Nieves, como los sitios de mayor importancia para el desarrollo turístico, sin desconocer la existencia de otros de singular importancia como Potrero Grande y la laguna de Guillo.

Por su parte la oferta cultural se consolida con la historia y las manifestaciones folclóricas, siendo el gusto por la tauromaquia el eje de los eventos entre ellos la Feria Ganadera y la fiesta de San Pedro.

La visión turística del municipio está enmarcada en convertirse en el año 2020 en el primer destino huilense de turismo rural especializado en los oficios de la Hacienda Ganadera, con actividades de contacto con la naturaleza, desarrollados con calidad y sostenibilidad, cuyo logro se alcanzará con el cumplimiento de los siguientes cuatro lineamientos: impulsar el turismo rural como alternativa de desarrollo económico, el cual incorpora actividades de contacto con la naturaleza, aventura, historia y cultura, eventos, ferias y fiestas, fortalecer la educación turística, promoción y comercialización del producto de turismo rural e incentivar la competitividad sectorial turística para posicionar el producto de turismo rural en el mercado regional y nacional.

Este plan al igual que el municipio de Paicol, presenta algunos avances gracias a la gestión e inversión de recursos económicos de la Fundación Hocol en temas de desarrollo turístico (diseño de productos, participación en eventos, realización de actividades y apoyo en el mejoramiento de la infraestructura).

⁴⁷ Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Tesalia – Fundación HOCOL 2009.

■ Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Pitalito⁴⁸

La administración municipal en cumplimiento del Plan de Desarrollo “Pitalito una ciudad mejor un municipio para todos” en el Programa de Desarrollo Turístico, contrató los servicios de asesoría y consultoría de la Corporación Mashiramo para la formulación del Plan Sectorial de Turismo del Municipio de Pitalito con horizonte al año 2028, teniendo en cuenta que el municipio ha venido realizando esfuerzos importantes para mejorar su infraestructura y planta para el desarrollo de la actividad turística, en donde se destaca la propuesta para crear el Parque Turístico del Macizo Colombiano, aprovechando el potencial de recursos naturales y culturales existentes y que hoy se perfilan como importantes atractivos para consolidar un producto innovador y competitivo tanto para turistas nacionales como internacionales.

En materia de productos turísticos, el municipio se orienta al diseño e implementación de productos especializados en ecoturismo, agroturismo, turismo rural, turismo de aventura, arqueológico, ferias y fiestas, y turismo cultural, con el propósito de incursionar en el segmento denominado de “Clase Mundial”, esto, pensando en formar una oferta de cara a la exportación, siendo **“Pitalito la puerta arqueológica del Macizo Colombiano”**. Este concepto pensado para convertir la ciudad en el epicentro y proveedor de servicios de la macro-región que integra el Macizo Colombiano, siendo este el punto de partida para visitar atractivos turísticos como San Agustín e Isnos, PNN Cueva de los Guacharos, PNN Puracé, reservas de la sociedad civil, serranía de Peñas Blancas, laguna de La Magdalena, parques arqueológicos, laguna de Guaitipan, Salto de Mortiño, Bordones, entre otros, como complemento de su oferta turística y de la que se prospecta construir al año 2028, con el propósito de consolidar un producto competitivo para el mercado nacional e internacional.

El plan recoge las diversas potencialidades de carácter turístico y los proyecta como productos turísticos, para ofertar la ciudad en los mercados nacional e internacional. Para lograr este objetivo, el plan perfiló seis líneas de acción que posibilitarán el desarrollo turístico sostenible para el municipio: organización y competitividad del sector, institucionalidad y gestión turística, planificación y ordenamiento territorial para

⁴⁸ Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Pitalito – Corporación Mashiramo 2010.

el desarrollo sostenible de la actividad turística, cultura y educación turística, infraestructura y equipamiento para el desarrollo turístico, y promoción y mercadeo.

Adicionalmente a estos cinco planes municipales reseñados, se tiene conocimiento que los municipios de Aipe, Palermo (también apoyados por la Fundación Hocol) y San Agustín también tienen plan sectorial de turismo (de los cuales no se encontró el documento para su respectivo análisis). Según la información recopilada el único que fue llevado a acuerdo municipal fue el del municipio de San Agustín, los otros siete planes aún no han surtido ese trámite.

Convenio de Competitividad Turística⁴⁹

Este convenio fue firmado en el año 2009 entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Gobernación del Huila y Cotelco capítulo Huila, cuya visión es *convertir al Huila para el año 2019 en el primer destino colombiano de turismo ecológico y cultural para el mercado nacional e internacional, con una oferta de productos innovadores, diferentes, especializados y de calidad.*

Se identificaron ocho problemas: inexistencia de una política pública de turismo en el departamento del Huila, débil diseño de producto turístico, deficiencias en la infraestructura básica, debilidad en la cadena de valor, la escasa medición del proceso de desarrollo turístico del destino, la ausencia de un programa de prevención/solución de la explotación sexual con niños, niñas y adolescentes, asociada con las actividades turísticas (ESCNNA), estrategias insuficientes en promoción y comercialización de los productos turísticos según tipologías priorizadas y finalmente la débil sensibilización turística y cultural.

Para estos problemas, no se ha avanzado en las estrategias que se propusieron. Aún no se cuenta con la política pública de turismo articulada con la Nación y con participación de todos los actores del turismo, comunidad receptora y relacionada; falta trabajar en el diseño de producto diferenciado y especializado para ecoturismo, turismo comunitario, turismo cultural y para otros productos turísticos, implementar infraestructura turística para discapacitados; faltan programas de mejoramiento

⁴⁹ Convenio De Competitividad Turística Departamento Del Huila Matriz De Compromisos 2009 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

continuo y buenas prácticas en los servicios turísticos, certificación de empresas y/o destinos, desarrollo empresarial y emprendimiento, formación y capacitación de los actores del turismo a partir de requisitos del producto turístico, asociatividad de los actores del turismo y finalmente, no se han destinado los recursos necesarios para adelantar planes de mercadeo, marketing y promoción de los destinos/productos turísticos, y para aplicar el sistema de indicadores de competitividad turística en la plataforma de sostenibilidad económica, gestión turística, soporte turístico, sociocultural y ambiental.

Se presentan algunos avances en la señalización de las vías turísticas (aún insuficiente), mejoramiento de cobertura y calidad de servicios públicos (salud, agua potable, energía, residuos sólidos) para el desarrollo turístico, desarrollo de algunos proyectos/programas de TIC (aún insuficientes), formalización de los prestadores de servicios turísticos, para que se articulen a la cadena (actualmente hay más de 500 empresas con RNT). Finalmente, se conformó el Consejo Regional de Seguridad Turística con el cual se pretende dar solución a una serie de problemas como la falta de planes de emergencia y contingencia por parte de los prestadores de servicios turísticos, la operación turística sin el Registro Nacional de Turismo, el desconocimiento de parte de los prestadores de servicios turísticos de las normas técnicas sectoriales para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos, la falta de medidas de seguridad en la ejecución de actividades de deportes de aventura, entre otros.

Según el ranking de Competitividad turística, el departamento del Huila ocupa la séptima posición, con un porcentaje de cumplimiento de 86,8%.⁵⁰

Turismo en el Plan Departamental de Desarrollo 2008-2011⁵¹

El Plan Departamental de Desarrollo “Huila, Naturaleza Productiva” incorporó la actividad turística en el capítulo “Desarrollo productivo y competitivo”. En este capítulo, se señaló como el tercer objetivo estratégico: fomentar el desarrollo turístico del departamento, mejorando la capacidad competitiva del sector, a través de la consolidación de la oferta y la demanda de los productos turísticos articulados en los

⁵⁰ Matrices de compromiso de 29 convenios de competitividad turística, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

⁵¹ Plan Departamental de Desarrollo Huila Naturaleza Productiva 2008-2011.



segmentos de historia y cultura, ferias y fiestas, ciudades capitales, agroturismo, aventura, y ecoturismo, estableciendo para ello el programa Naturaleza y Cultura Productiva para un turismo sostenible.

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos se establecieron nueve metas de producto: un plan sectorial de turismo y una política departamental de turismo formulado, aprobado y en operación; estructuración y operación de un sistema departamental de información turística, disponiendo de las herramientas de inventario turístico e investigación de mercados para los destinos turísticos del Huila; 200 prestadores de servicios turísticos capacitados o asistidos técnicamente en formulación de proyectos; sensibilización y promoción del Registro Nacional de Turismo, operación y promoción de empresas culturales, formación de guiones de historia, cultura y naturaleza; constitución de empresas operadoras de turismo y procesos de calidad y certificación aplicados al turismo, cuatro destinos turísticos de los clústers definidos en la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad fortalecidos para la demanda turística nacional y/o internacional y cuatro equipamientos turísticos construidos y operando.

Así mismo, se formularon se estrategias que posibilitan el cumplimiento de las metas propuestas.

1. Aprovechar y complementar las posibilidades de cooperación interinstitucional, avanzando en acciones de coordinación y cooperación nacional e internacional que coadyuven a posicionar al departamento como uno de los más importantes destinos para productos de historia y cultura, ferias y fiestas, ciudades capitales, agroturismo, aventura y ecoturismo.
2. Formular, divulgar, aprobar y poner en funcionamiento la política departamental de turismo, concebida a partir de los presupuestos y cánones del desarrollo sostenible del turismo, en armonía con la naturaleza y los valores culturales de la región.
3. Estructurar y poner en operación un sistema integral de información turística que integre puntos de información, herramientas de divulgación, estadísticas del sector y demás elementos que le son concomitantes.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

4. Establecer programas sistemáticos de asesoramiento y control a la legalidad del empresario dedicado a la prestación de servicios articulados en el turismo, conforme a la normatividad vigente y las normas sectoriales de calidad aplicables.

Una vez finalizada la gestión del Plan de Desarrollo “Huila Naturaleza Productiva”⁵² y consultada la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, se pueden evidenciar algunos avances en lo relacionado a la formulación del Plan Sectorial de Desarrollo Turístico del Huila que se está adelantando actualmente y da cumplimiento a la primera meta propuesta, incorporando las observaciones del Viceministerio de turismo realizadas por Víctor Fernández y con el enfoque de revisión y ajustes al documento formulado en el año 2008; la puesta en marcha del Convenio de Competitividad Turística y del Consejo de Seguridad Turística; la actualización del inventario de atractivos y servicios turísticos del departamento; el desarrollo de programas de asistencia técnica y capacitación en legalidad en la prestación de servicios turísticos (RNT y parafiscal turístico), normas técnicas sectoriales, categorización y certificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje, normas técnicas sectoriales aplicables a la operación de actividades de aventura en espacios naturales, inclusión del Huila en el Plan Nacional de Señalización Turística por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con 76 señales en los tramos Patá–San Agustín y Laberinto–La Plata, participación en ferias como la vitrina de ANATO (principal vitrina nacional e internacional) y la feria de turismo más importante de Europa ITB 2011 en Berlín (Alemania); viajes de extensión con mayoristas internacionales al Huila con Proexport; *fam tours* con agencias de viajes alemanas y francesas al Destino Huila, campañas promocionales como Camino a Neiva por \$434.000.000 COP y San Agustín Destino Turístico por \$409.000.000 COP en Alianza con Cotelco y el Viceministerio de Turismo; y finalmente de resaltar el apoyo de proyectos a prestadores de servicios turísticos, legalmente constituidos bajo línea de crédito tasa compensada, en donde 35 empresas de alojamiento y hospedaje recibieron recursos para la remodelación y adecuación de sus establecimientos⁵³.

En términos generales se puede concluir que aunque a la administración departamental le faltó apoyo al sector, si hubo gestión del orden nacional a través del

⁵² Documento de avances a junio de 2011, Plan de desarrollo Huila naturaleza productiva, programa naturaleza y cultura productiva para un turismo sostenible.

⁵³ Presentación avances turismo 2011, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, coordinación de turismo.



Viceministerio de Turismo y del Fondo de Promoción Turística para adelantar algunos de los proyectos que se mencionan en el párrafo anterior. Esto se vio reflejado en el aumento del flujo de turistas a San Agustín durante los últimos cuatro años, llegando a una cifra record de aproximadamente 65.000 turistas que ingresaron al Parque Arqueológico. Lastimosamente no hay mediciones exactas para conocer el número total de turistas que visitan el Destino Huila.

Quedan por atender unos grandes retos, especialmente el del fortalecimiento del recurso técnico y económico de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, especialmente para este sector; la necesidad de contar con un sistema departamental de estadísticas básicas de turismo, que integre y disponga en una herramienta informática la información turística del departamento, el fortalecimiento de los puntos de información turística (actualmente operados por la Policía de Turismo) y puesta en marcha de PIT de la red que adelanta el Ministerio; la puesta en marcha de una estrategia visible de promoción y comercialización del Destino Huila. Estos y otros más deberán ser los temas atendidos en el Plan Sectorial de Desarrollo Turístico, que sin duda alguna será el principal insumo para el capítulo de turismo del Plan de Desarrollo Departamental que se está construyendo.

Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad⁵⁴

Las comisiones regionales de competitividad, según el Conpes 3527 de 2008 se definen como una forma de organización institucional que fortalece los diferentes espacios de concertación y articulación entre la Comisión Nacional de Competitividad, las entidades territoriales y la sociedad civil en temas relacionados con la productividad y competitividad, con el fin de promover el desarrollo económico y mejorar el nivel de vida de la población.

La Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila (CRPC) fue constituida al amparo de la legislación vigente y está regida por el Decreto 995 de 2007, la cual coordinará los ejercicios de planeación estratégica realizados en el departamento, articulando la institucionalidad regional y haciendo seguimiento a la implementación de proyectos prioritarios identificados en el Plan Regional de

⁵⁴ Reglamento Interno Operativo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Competitividad con visión al año 2032 (PRC), en el área geográfica de influencia del departamento del Huila.

Una de las funciones de esta comisión será la de crear comités técnicos (mesas de apoyo y sectoriales) que se consideren necesarios para el mejor desempeño de sus funciones.

De esta manera, a finales del mes de noviembre de 2011 se crea formalmente la Mesa Sectorial de Turismo⁵⁵(MST), la cual está conformada por 12 integrantes, dentro de los cuales, cinco son representantes de los empresarios (transporte, establecimientos de alojamiento, gastronomía y bares; guías de turismo, agencias de viajes operadoras y turismo) y los otros siete representados por un delegado del Sena, la Cámara de Comercio de Neiva, la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, la CAM, la Policía de Turismo, un representante de las universidades y un representante de los gremios. Los representantes de los empresarios cumplen con los requisitos de tener Registro Nacional de Turismo, Certificado de Cámara de Comercio vigente y presentar contribuciones parafiscales (si aplica). Esta mesa escogió unánimemente a Cotelco como representante y vocero del sector en el órgano directivo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila.

La Mesa Sectorial de Turismo recoge todos los esfuerzos institucionales de participación pública y privada realizados en el departamento, y se convierte en el único interlocutor válido para el desarrollo de estrategias e iniciativas de impacto en la competitividad del sector. Se reúne periódicamente, cada dos meses o cuando se requiera, y es liderada por la Secretaría Técnica de la Comisión (Cámara de Comercio de Neiva y Plantación Departamental). Como es una instancia relativamente nueva, apenas se encuentra adelantando el Plan de Acción 2012 y a través de esta institucionalidad y con el apoyo decidido de quienes la conforman, se estarán realizando las reuniones y talleres requeridos en la formulación del Plan Sectorial de Desarrollo Turístico que se adelanta con el apoyo del Viceministerio de Turismo.

⁵⁵ Reglamento y Conformación de la Mesa Sectorial de Turismo, Secretaría Técnica (Cámara de Comercio de Neiva).

1.1.3. CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD

1.1.3.1. Aérea

La infraestructura para el transporte aéreo del departamento del Huila cuenta con dos pistas para el servicio de pasajeros: la del aeropuerto Benito Salas Vargas en la ciudad de Neiva y el aeropuerto Contador en la ciudad de Pitalito (sur del departamento). El Aeropuerto local de la Jagua, ubicado en el municipio de Garzón, está cerrado a la operación comercial actualmente.

Para el año 2008 se movilizaron 293.279 pasajeros desde y hacia el aeropuerto Benito Salas Vargas (1,02% del mercado nacional). El movimiento nacional aéreo de pasajeros durante 2008 presentó en comparación con el 2007 un incremento de 1,4%. Para el año 2009, el número de pasajeros de todo tipo fue de 277.069 y en el año 2010 se obtuvo una cifra record de pasajeros movilizadas llegando a los 305.380 y un total de 19.178 operaciones aéreas.

■ Aerolíneas, rutas y calidad de los servicios

Actualmente el número de aerolíneas comerciales, chárter y de carga que viajan al departamento, específicamente a la ciudad de Neiva son seis, a saber: Avianca, EasyFly, LAN Colombia, Satena, Searca y Líneas Aéreas Suramericanas. Para el 2012, la aerolínea de bajo costo Viva Colombia tendrá vuelos al departamento saliendo desde la ciudad de Medellín, luego de que la Aeronáutica Civil aprobara la ciudad de Neiva como uno de sus destinos.

Estas seis empresas ofrecen en la actualidad 18 vuelos diarios (para un aproximado de 1.000 sillas diarias, ya que la mayoría de los aviones son para 50 o máximo 60 pasajeros), esto gracias al incremento de las frecuencias de las aerolíneas Avianca y EasyFly durante el año 2011.

En lo relacionado al aeropuerto de Pitalito, gracias a gestiones gremiales y políticas en el año 2011 se realizó la reactivación de vuelos chárter por parte de la empresa Transporte Aéreo de Colombia(TAC), Todo esto debido a la importante dinámica comercial, académica y turística del departamento, aunque todavía no ha sido posible

lograr la vinculación de una aerolínea comercial que cubra esta importante ruta, la cual es clave para el desarrollo turístico de la zona ecoarqueológica del departamento.

La conexión regional se hace entre Neiva, Florencia y Puerto Asís, de manera directa. Esta conexión aérea depende de la operación nacional pues los vuelos no se inician en Neiva sino en Bogotá.

En cuanto a la calidad de los servicios y aunque se ha mejorado en la oferta total de itinerarios aéreos, se puede percibir el inconformismo de los usuarios en temas como puntualidad en las operaciones, costos elevados de los tiquetes aéreos, diversificación de nuevas rutas y conexiones que faciliten la salida y entrada de pasajeros al departamento entre otros.

Estado de los terminales aéreos del departamento

El aeropuerto Benito Salas⁵⁶ es un terminal aéreo nacional y regional, ubicado en el norte de la ciudad de Neiva. Se ha venido mejorando la terminal aérea durante el año 2010 y 2011 realizando obras de remodelación y ampliación, pues las antiguas instalaciones comprenden un área de 1.700 metros cuadrados, mientras que con las nuevas modificaciones el aeropuerto estará por encima de los 5.600 metros cuadrados, tendrá una nueva torre de control, cuartel de bomberos, subestación eléctrica, construcción de una vía que comunica el cuartel de bomberos con la plataforma, obras de urbanismo y locales comerciales, entre otros proyectos, para así obtener la categoría OACI, cumpliendo con todos los estándares de la Organización de Aviación Internacional.

Este aeropuerto⁵⁷ ofrece además telefonía pública, restaurantes, tiendas para compras, equipaje y otros servicios como mostrador de informes, comodidades para personas en condición de discapacidad (para atención especial y silla de ruedas, entre otros, se recomienda coordinación previa con la compañía aérea o de viajes). Finalmente, cuenta con un estacionamiento, de aproximadamente 50 espacios gratuitos al aire libre y sin cercar (actualmente está en proceso de remodelación y se encuentra fuera de servicio).

⁵⁶ <http://es.wikipedia.org/wiki/SKNV>.

⁵⁷ <http://www.aeropuertosdelmundo.com.ar/americanadelsur/colombia/aeropuertos/neiva.php>.



El aeropuerto Contador en operación desde 1974 está situado en Pitalito, zona sur del Huila. Tiene una pista de una longitud aproximada de 1.500 m, lo que le impide que allí aterricen aviones de gran tamaño. Se encuentra a 6 Km de distancia de la zona urbana de la ciudad y a tan solo 30 minutos de la zona Ecoarqueológica de San Agustín e Isnos, considerada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco. En el aeropuerto de Pitalito han realizado operaciones aéreas empresas como Sadelca, Aires, Satena y Latina de Aviación, pero situaciones como la baja demanda y la poca información ha impedido el mantenimiento de los vuelos, lo que hace que, a diferencia del aeropuerto de Neiva, este no cuente con una infraestructura básica de servicios de soporte.

Es importante indicar, que aunque se han realizado obras de mejoramiento de infraestructura en ambas terminales aéreas, todavía existen voces de inconformidad con respecto a la calidad y servicios (salas de espera sin aire acondicionado, parqueaderos que no están en funcionamiento) y demás ofrecidos en estas importantes infraestructuras.

■ Transporte aéreo de carga

El transporte aéreo de carga no es representativo. El número de toneladas/año promedio movilizadas vía aérea desde Neiva, en el mejor año (2005) alcanzaron 3.687 toneladas/año. Mientras en 2004 se transportaban 2.742 toneladas/año (10,4% del promedio nacional), en 2008 apenas se transportaron 1.808 toneladas/año (6,62% del promedio nacional) y para 2010 tan solo llegaron 1.025 toneladas transportadas. Aquí es importante mencionar el proyecto del aeropuerto de carga de Flandes Tolima, el cual es de vital importancia para el Huila y demás departamentos de la zona Sur de Colombia.

En suma, el transporte aéreo tiene mucho por mejorar para constituirse en un hecho integrador para el desarrollo turístico del Huila. No obstante, debe reconocerse que las actuales estrategias de las compañías aéreas dependen mucho de la demanda para definir la atención o apertura de rutas por la política de “cielos abiertos” que ha producido una baja de precios importante y facilitado la presencia en nuestro departamento de nuevas compañías aéreas, con deficiencias en la prestación del servicio y necesidades de mejoramiento de infraestructura, como se reseñó en los párrafos anteriores.

1.1.3.2. Terrestre

■ Infraestructura vial del Huila

La integración regional a través de la infraestructura vial ha sido durante años la constante del Huila, en su sueño integrador del Sur colombiano. Las vías priorizadas desde entonces, le permitirían al departamento, la comunicación con importantes centros de producción y consumo, haciendo que los productos de la región tengan mercados más amplios, con costos más bajos y márgenes de utilidad mayores, atrayendo inversionistas y turistas nacionales e internacionales. Pero como se ha observado, ha tomado mucho tiempo construir la infraestructura para la integración regional, con el consecuente atraso en el establecimiento de actividades productivas a nivel empresarial que promovieran otro desarrollo de la región Surcolombiana, desde el departamento del Huila como epicentro integrador⁵⁸.

La red vial del departamento está conformada por 8.245,33 km, incluyendo la troncal del Magdalena (paralela al río de este mismo nombre) que recorre el Huila de norte a sur, conectando los principales atractivos turísticos y que bordea la ciudad de Neiva en su costado occidental, vinculándolo con los departamentos de Putumayo, Caquetá y Cauca, permitiéndole constituirse en la columna vertebral del sistema de relaciones socioculturales y económicas del Huila, que busca pasar de un sistema de tipo terminal a un sistema articulado funcionalmente con los sistemas regionales e internacionales, como efecto de los dinámicos procesos de intercambio comercial y crecimiento económico.

Esta conectividad vial quedó claramente reflejada en las necesidades o requerimientos en conectividad, infraestructura o equipamiento de las apuestas productivas de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila⁵⁹ y en el objetivo estratégico No. 5 “Promover estrategias de conectividad, infraestructura y equipamiento, sostenibilidad ambiental y atracción de inversiones” del Plan Regional de Competitividad.

⁵⁸ Análisis de integración regional elaborado en el documento de validación de la visión de futuro del Huila, compromiso Huila Líder de la región Surcolombiana. Corporación Huila Futuro 2009.

⁵⁹ Agenda Interna del Huila Para La Productividad y Competitividad, Departamento del Huila, Cámara de Comercio de Neiva, Editora Surcolombiana, 2005.

En la región Surcolombiana, el Huila presenta un atraso significativo en su conexión vial con los mercados tanto nacionales como internacionales. Esta problemática está siendo atendida con la formulación y ejecución de los siguientes proyectos, según avances presentados a 2011 por el Plan Regional de Competitividad⁶⁰: Corredor del Paletará (Popayán-Paletará-Isnos), en donde el departamento en el año 2011 adicionó al contrato inicial 8 mil millones de pesos para llegar a la meta física de 15 km directamente ejecutados por el Huila. A la fecha lleva 8,5 km y se tiene previsto entregarla en diciembre de 2012; Transversal del Libertador (La Plata-Inzá-Popayán) que lleva pavimentado 12 km de Popayán hacia el Huila y 6,5 Km del Huila hacia Popayán. El Gobierno nacional asignó 300 mil millones de pesos, para concluir esta importante vía; Transversal de la Macarena (Baraya-Colombia-La Uribe-San Juan de Arama), están 12 o 15 km listos para empezar la pavimentación. Ya están gestionados los recursos para la apertura de los 66 km que faltan por abrir desde El Dorado hacia La Uribe Meta; doble calzada Espinal-Neiva-Pitalito, este proyecto quedó priorizado en el Plan Nacional de Desarrollo, pero no tiene estudios ambientales y técnicos de pre-inversión, cuenta con el compromiso del Gobierno nacional para su estructuración y el Gobierno departamental está impulsando el proyecto de doble calzada Neiva-Campoalegre.

Adicionalmente a estos proyectos, que cuentan con un importante nivel de ejecución, existen otras prioridades que han sido evidenciadas en documentos de diagnóstico e integración regional, como son los siguientes: terminación de la troncal del Magdalena, Pitalito-Mocoa-San Miguel para conectar al país con el Ecuador. El tramo Pitalito-Mocoa está totalmente pavimentado, pero el sector Mocoa-San Miguel está en afirmado (193 km); la transversal con la Amazonía, carretera Neiva-Balsillas-San Vicente, longitud total 195 km (74 pavimentados y 121 en afirmado).

En cuanto a la cobertura de vías secundarias y terciarias, estas avanzaron a buen ritmo con las ocho obras del Plan Vial Regional que conectó prácticamente la totalidad de las cabeceras municipales con acceso pavimentado. Varias de estas obras conectan importantes atractivos turísticos de municipios como Neiva, la Plata y Pitalito, entre otros. El anillo turístico del sur del Huila (San Agustín-Obando-Isnos-Bordones-Guacacayo) que ha sido priorizado en muchos planes, aún no ha sido atendido y

⁶⁰ Matriz con avances 2011 del Plan Regional de Competitividad.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

reviste la mayor importancia, ya que esta ruta comunica los principales atractivos del Clúster Ecoarqueológico y por allí transitan el mayor número de turistas nacionales y extranjeros que visitan el departamento. Actualmente este proyecto quedó priorizado en el Plan Nacional de Desarrollo y cuenta con la voluntad política del Gobierno departamental para llevarlo a buen término.

Adicionalmente al circuito turístico del sur, es importante resaltar otros circuitos turísticos viales del Huila que comunican y conectan a Neiva con diferentes ejes de desarrollo turístico de la región:

1. Neiva-Caguán-La Ulloa-Rivera-Juncal-Neiva.
2. Neiva-Villavieja-Desierto de la Tatacoa-Neiva.
3. Neiva-Yaguará-Hobo-Neiva.
4. Neiva-Gigante-Silvania-Zuloaga-Garzón-La Jagua-Neiva.
5. Neiva-Pitalito-San Agustín-Isnos-Neiva.
6. Neiva-Tesalia-Paicol-La Plata-San Andrés de Pisimbalá (Tierradentro en el Cauca).

Algunos de estos trayectos no se encuentran en buenas condiciones.

Aunque se evidencian avances importantes, el gran reto es atender el mejoramiento de vías urbanas y rurales de los municipios del departamento identificados con potencialidad turística, que presentan serias dificultades y un atraso evidente. La malla vial actualmente se encuentra deteriorada en gran parte por los efectos de la ola invernal y tienen incomunicadas algunas subregiones y la falta de recursos económicos para cumplir con el mantenimiento preventivo y correctivo que amerita las principales vías y rutas de conectividad terrestre, dando solución a la necesidad que tiene el departamento de mejorar su infraestructura vial; la implementación de una oportuna política de mantenimiento y la voluntad de brindar seguridad y confort a sus habitantes y turistas.

■ Señalización vial y turística

Como resultado de la gestión del Gobierno departamental y con recursos del Fondo de Promoción Turística, el Huila fue incluido en el Plan Nacional de Señalización Turística por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con la instalación de 76



señales en los tramos Patá-San Agustín y Laberinto-La Plata con un costo aproximado de \$150.480.000 COP. Esta señalización cubre aproximadamente 400 kilómetros de vías del departamento. La señalización turística en los destinos y rutas incluye información del sitio de interés que puede ser de carácter religioso, arqueológico, histórico, cultural o recreativo y permite orientar a los visitantes que lleguen al departamento⁶¹. Como se reseñó anteriormente, aún se requiere hacer señalización turística en vías secundarias y terciarias que conectan atractivos turísticos en los clústers, microclústers, rutas y circuitos identificados.

■ Servicio de transporte terrestre

El transporte terrestre está conformado por tres tipos de prestadores de servicios: las empresas que prestan el servicio convencional, es decir, las intermunicipales e interdepartamentales; las que se han inscrito en el Registro Nacional de Turismo como empresas prestadoras de servicios turísticos y las arrendadoras de vehículos. Estas últimas analizadas en detalle en el capítulo de Factores de Producción (Estructura empresarial).

En el primer tipo, 24 empresas de transporte intermunicipal e interdepartamental, operan con sede en la Terminal de Transportes de Neiva y cubren todo el departamento y las principales ciudades emisoras de turistas al Huila. La integración regional se da plenamente en el transporte de pasajeros y carga entre los departamentos de Huila, Caquetá, Putumayo, Tolima, Cauca y sus conexiones con otros departamentos y ciudades como Bogotá, Valle del Cauca, Eje Cafetero y Antioquia.

Las empresas transportadoras Coomotor, Cootranshuila y Flota Huila son las más importantes del Huila, con asiento principal en la ciudad de Neiva las cuales atienden la región Surcolombiana y los departamentos mencionados. Estas empresas ofrecen un servicio especializado de lujo, especialmente de Neiva a Bogotá que incluye servicio de auxiliar de viaje, refrigerio, baño, aire acondicionado y proyección visual, con tarifas muy asequibles. Sin embargo, existen otras empresas originarias del Caquetá (Coomotor) Florencia, (Cootransmayo) Putumayo, (Rápido Tolima, Taxis Verdes)

⁶¹ http://www.huila.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=17852:el-huila-incluido-en-el-plan-nacional-de-Senalizacion-turistica&catid=63:secretaria-cultura-y-turismo&Itemid=2019.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Tolima(Cootranscauca) Cauca y otras de cobertura nacional como Expreso Bolivariano atendiendo el mismo mercado con frecuencias y servicios integrales de carga y pasajeros. También existen empresas transportadoras entre veredas que movilizan pasajeros y carga en áreas rurales dentro de los municipios. Todas estas empresas cooperativas cuentan con los registros y reglamentos exigidos para cumplir con las rutas asignadas y algunas de ellas, gracias a los buenos resultados obtenidos, están reforzando el parque automotor; se resaltan los casos de Cootranshuila y Coomotor, quienes incorporaron en 2011 a la prestación del servicio de carga y de pasajeros cerca de 20 vehículos en total, los cuales cuentan con servicio de seguridad sofisticado y con una buena atención al usuario, como ya se describió anteriormente.

Según información suministrada por la Terminal de Transportes de Neiva⁶², durante el año 2010, aproximadamente 4.200.000 pasajeros eligieron dicha terminal para su movilización. Esta cifra contiene un número de 456.355 pasajeros movilizados en 35.260 vehículos durante la temporada de fin de año, es decir 18.000 viajeros diarios, una cifra superior a la presentada en años anteriores, pero que conserva una tendencia. Comparando la relación de pasajeros registrados durante los tres años, hubo un incremento por lo menos de 4.000 viajeros, con respecto a los dos años anteriores. En el 2008 se registraron de enero a diciembre 4.214.799 pasajeros, en el año 2009 viajaron 4.168.140 personas y en el año 2010 viajaron 4.218.761 personas a los diferentes municipios de Huila y departamentos del país.

Esta actividad es tan importante en el Huila, que ha promovido el incremento del equipamiento para la atención de pasajeros. En el año 2009 se puso en funcionamiento el Módulo Centenario de la Terminal de Transportes de Neiva, desde donde se prestan los servicios preferenciales de las empresas señaladas; en los últimos cinco años, en el departamento del Huila se han construido terminales de transporte en los municipios de La Plata y Garzón, adicionalmente al del municipio de Pitalito que ya existía, el Huila cuenta actualmente con cuatro terminales de transporte terrestre de pasajeros que cubren las cuatros principales subregiones. Todo esto le brinda al departamento la capacidad suficiente para atender la demanda actual del servicio con una proyección planificada de operación para los próximos 20 años.

⁶²Miguel Humberto Téllez, Gerente de la Terminal de Transportes de Neiva 2011.



■ Movilidad regional

En materia de movilidad regional durante el 2010 el departamento del Huila presentó un crecimiento del 5,97% en tráfico de pasajeros terrestres contabilizados en los peajes del Huila, al pasar de 4'126.017 en el 2009 a 4'372.449 en el 2010.⁶³

Igualmente, el departamento también registró una variación anual positiva en la movilidad vehicular, pues 356.500 carros transitaron por las vías de la región en el 2010 mientras que en el 2009 lo hicieron 351.783.

Esta dinámica de movilidad regional se ve positivamente impactada en la temporada de San Pedro, el sector transporte tuvo una movilidad total de 235.535 vehículos que ingresaron al departamento. En el año 2009, ingresaron 200.204 vehículos, reportando un crecimiento del 15%⁶⁴. Para el caso de la ciudad de Neiva (Peaje Neiva) se registró una movilidad total de 88.858 vehículos lo que contribuye con una variación positiva. Cabe destacar que las estadísticas del último puente festivo correspondiente al periodo del 1 al 5 de julio del año 2010, presentaron un incremento del 3,39%, ya que para ese año se registraron 82.719 vehículos con respecto a los 80.007 de la temporada anterior.

1.1.3.3. Marítima y fluvial

La navegación fluvial tiene lugar básicamente a través del río Magdalena pero en pequeñas embarcaciones y para la atención local, resultando inexistente a nivel regional y sin posibilidades de implementación en el mediano plazo. Se ha analizado la posibilidad de generar un transporte por los ríos Magdalena y Páez para fines turísticos.

Con este último objetivo se han construido algunos malecones en los municipios de Neiva, sobre el río Magdalena y Yaguará, a orillas de la Represa de Betania. Ambos escenarios de belleza paisajística inigualable se encuentran en franco proceso de

⁶³ Sistema de Información Turístico del Huila (SITHuila).

⁶⁴ Sistema de Información Turístico del Huila (SIT Huila).

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

deterioro, requiriendo la atención inmediata de las administraciones municipales y departamental.

En lo relacionado con la infraestructura de muelles, a mediados del año 2011, el municipio de Neiva, y Cormagdalena contrataron el diseño y la construcción de una embarcación turística con capacidad para 30 pasajeros y dos muelles flotantes para el arribo de la embarcación y sus pasajeros. Este proyecto que ya se encuentra en operación permite incentivar el turismo por el río Magdalena y articular posteriormente la iniciativa con el Macroproyecto del Parque Isla.

Según Cormagdalena, el departamento del Huila posee un gran potencial hídrico que sirve como medio de transporte fluvial, bajo el concepto de hidrovía, donde complejos sistemas naturales y artificiales se comunican y permiten una dinámica en la logística de transporte de personas y mercancías en forma segura y permanente, con el empleo de alta tecnología en su construcción. Bajo estos conceptos, el municipio de Villavieja viene adelantando la construcción de la primera fase del malecón con una rampa de embarcadero, zona de circulación peatonal, vehicular y el muelle⁶⁵.

Aunque no hace parte del acápite de conectividad marítima y fluvial, es importante mencionar que a nivel regional, la vía férrea dejó de operar en Neiva y no existe hoy ningún proyecto que pretenda llevarla al Sur⁶⁶. Hoy se habla de la rehabilitación y conexión de la línea férrea Neiva-Buenos Aires-Mariquita para conectar con el puerto multimodal de la Dorada, utilizando el río Magdalena hacia la costa atlántica. Lamentablemente, el Ministerio de Transporte suspendió el proceso de licitación de este trayecto que estuvo contemplado en el Plan Nacional de Desarrollo pasado y que tendría su justificación por el transporte del café y otros productos agropecuarios como arroz y frutas entre otros.

Otra posibilidad de utilización de la vía férrea es la rehabilitación del tramo Fortalecillas (Neiva)-Villavieja con fines turísticos apoyado en el proyecto Parque Temático de la Tatacoa que se viene promoviendo desde hace 8 años y que presenta muy pocos avances.

⁶⁵ Construcción de muelles flotantes y barcasas en municipios ribereños del río Magdalena, Cormagdalena 2009.

⁶⁶ Análisis tomado del documento de validación de la visión de futuro del Huila. Corporación Huila Futuro 2009.

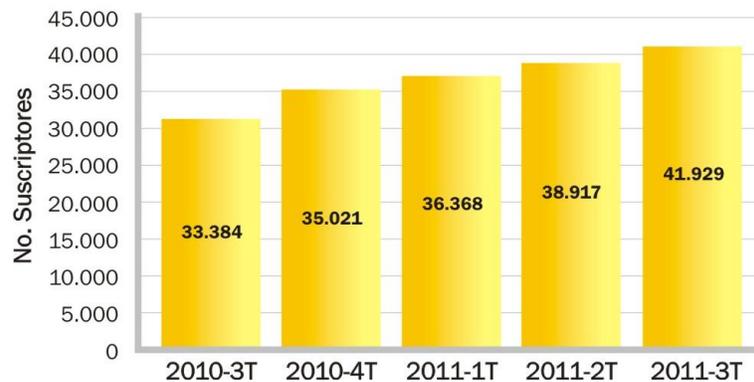


1.1.3.4. Virtual, tecnologías, acceso a información

■ Internet

Según datos del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones a través del Programa Colombia Vive Digital, el total de suscriptores de Internet (banda ancha, banda angosta, Internet fijo, móvil, dedicado y conmutado) en el Huila al tercer trimestre del año 2011 fue de 41.929, presentando una variación del 37% con respecto al segundo semestre del mismo año⁶⁷. Según estos últimos datos y aunque el comportamiento ha sido creciente, tal como se observa en la gráfica, el departamento ocupa la posición 13 con una penetración del 3,8%, muy por debajo del porcentaje de penetración nacional que está en 12,8%.

Suscriptores de internet Huila



Fuente: Ministerio de TIC

■ Telefonía fija y móvil⁶⁸

Contrario al crecimiento de suscriptores que se evidencia en el acceso a Internet, en telefonía fija el número de suscriptores ha venido decreciendo al pasar en el primer

⁶⁷ <http://www.mintic.gov.co/>.

⁶⁸ mintic-siust.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

trimestre de 2010 de 101.963 a 85.692 en el tercer trimestre de 2011. Las principales empresas proveedoras de este servicio en el departamento son Telefónica Telecom con una participación del 88,8%, Telmex Telecomunicaciones con el 11,2% y finalmente UNE EPM.

Líneas en servicio de telefonía fija Huila

Trimestre	Total	Variación
2010-1T	101.963	0,00%
2010-2T	98.094	-3,79%
2010-3T	95.904	-5,94%
2010-4T	91.653	-10,11%
2011-1T	89.447	-12,28%
2011-2T	88.609	-13,10%
2011-3T	85.692	-15,96%

Tabla Líneas en servicio de telefonía fija Huila

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

En cuanto a telefonía móvil, el número de suscriptor a nivel nacional ha venido en constante crecimiento al pasar de 43 millones en 2010 a casi 48 millones en 2011. No se encontraron cifras para el departamento del Huila.

Programa Huila Digital⁶⁹

Es el programa de la Gobernación del Huila y el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, en desarrollo de la estrategia “Territorios digitales de Colombia”, que hace parte de la política social de telecomunicaciones del Gobierno, cuyo objetivo es promover, facilitar, apoyar y orientar iniciativas de desarrollo social y económico basadas en el uso intensivo y masivo de

⁶⁹Tomado de: <http://www.huiladigital.org/>.

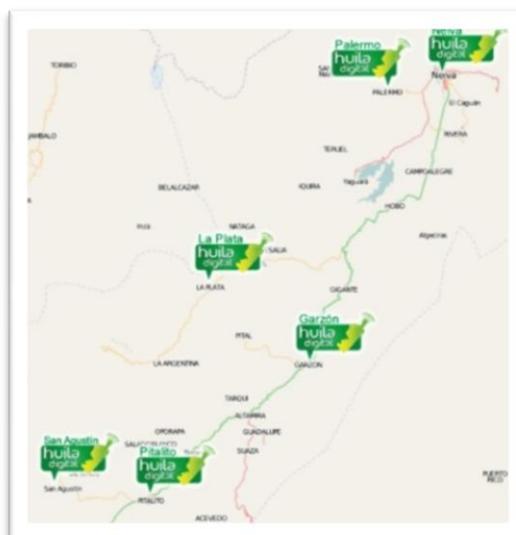


las TIC, y en la apropiación social de los beneficios que de ello se derivan. En esta estrategia convergen y se integran todos los programas de telecomunicaciones sociales actuales promovidos por el Gobierno y apropiados en las regiones mediante un proceso de expansión territorial de la estrategia: Compartel, Gobierno en Línea y Computadores para Educar.

El departamento del Huila es reconocido a nivel nacional como el programa piloto de la estrategia de Territorios Digitales de Colombia. La infraestructura pública de conectividad instalada ha sido modelo de implementación para otras ciudades del país como Villavicencio y Sincelejo, siendo equiparable a la tecnología implementada en ciudades como Bogotá y Medellín.

Huila Digital es catalogada como una de las más grandes experiencias, después de Medellín Digital y como ejemplo de trabajo articulado entre Ministerio, gobernación y alcaldías. Esta estrategia ha permitido fortalecer los servicios de corredores digitales en los municipios de Neiva, Garzón, Pitalito, La Plata, San Agustín y Palermo, permitiendo expandir la penetración y uso de internet, facilitando el acercamiento a la utilización productiva de las TIC para promover el conocimiento y uso por parte de niños, jóvenes y empresarios de Mipymes en el Huila.

Mapa de la cobertura de la red inalámbrica en el Huila



Fuente: Huila Digital

En la actualidad, Huila Digital tiene impactadas con zonas de WiFi, áreas geográficas de interés público como parques, colegios, alcaldías, calles peatonales y sitios turísticos, en los municipios que se observan en el siguiente mapa:

Esta cobertura atiende los principales sitios y atractivos turísticos de la ciudad de Neiva (Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, malecón del río Magdalena y Estación del Ferrocarril) y del municipio de San Agustín (Parque principal y Parque Arqueológico).

Otra estrategia evidenciada en el Plan Regional de Competitividad⁷⁰ es el mejoramiento de la infraestructura tecnológica y uso de TIC para la competitividad a través de ecosistemas digitales. Esta iniciativa tiene un valor total de \$2.436.744.759 COP, de los cuales la Nación destinó \$1.453.000.000 COP; el Huila \$945.908.422 COP y Maloka \$37.836.337 COP. Se busca beneficiar a cerca de un millón de huilenses y permitirá al Huila contar con dos cyberparques al estilo Maloka, uno en la ciudad de Neiva y otro en el municipio de Garzón. También está prevista la construcción de la Red de Conectividad de Banda Ancha para el departamento.

1.1.4. INFRAESTRUCTURA

En este apartado se presenta un análisis de la infraestructura básica del destino (entendida como agua potable, saneamiento Básico y energía), revisando la cobertura y calidad que ha logrado el departamento del Huila recientemente.

En términos generales, el departamento del Huila presenta coberturas en agua potable y saneamiento básico por debajo de las establecidas en los Objetivos de Desarrollo del Milenio, la situación más difícil es la que se presenta en el sector rural, el cual corresponde al 59,84% del total de la población del departamento y en donde los indicadores están muy por debajo de los del sector urbano. El problema no es solo la calidad del agua; también es importante que la población tenga acceso a una cantidad mínima de agua potable al día. En promedio una persona debe consumir entre 1,5 y 2 litros de líquido al día dependiendo del peso, de lo contrario se pueden presentar

⁷⁰ Plan Regional de Competitividad, Objetivo Estratégico No 5, estrategia de Mejorar la Infraestructura tecnológica y uso de TIC.

algunos problemas de salud. Por esto es importante que el servicio de acueducto no solo tenga una cobertura universal, sino que sea continuo.

En el tema energético, la operatividad del actual sistema de interconexión eléctrica del departamento del Huila, se encuentra en buenas condiciones⁷¹. La zona norte, cuenta con la subestación El Bote a través de una línea de doble circuito de 115 Kw Betania-Bote y el nuevo punto de conexión al Sistema de Transmisión Nacional de 230 Kw en la Subestación Altamira, zona sur fortaleciendo la conexión de la región.

1.1.4.1. Alcantarillado

■ Zona urbana

La cobertura de alcantarillado en la zona urbana del departamento alcanza el 94,9%, no obstante las redes de alcantarillado requieren ser optimizadas.

Para el año 2011, el 82,65% de la población del área urbana del departamento no tiene tratamiento de aguas residuales, ocasionando impactos negativos en el medio ambiente. Sin embargo, 17 municipios cuentan con Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) resaltando que las ciudades con mayor población y además identificadas con atractivos turísticos como: La Plata, Pitalito, Garzón y la más preocupante Neiva, arrojan el 56% de la producción total de contaminación. Los municipios de San Agustín y Teruel cuentan con tratamientos parciales y los que requieren de la PTAR son: Acevedo, Aipe, Algeciras, Altamira, Colombia, Guadalupe, Íquira, Isnos, Oporapa, Paicol, Palestina, El Pital, Rivera y Tello.

En la cobertura de aseo en la zona urbana, el 3,64 % de la población no tiene este servicio, ocasionando que las vías públicas se conviertan en botaderos de desechos sólidos áreas no adecuadas y ríos, generando problemas de salud en la población así como contaminación del medio ambiente. La capacidad de los rellenos sanitarios se encuentra copada en un 90% debido al alto volumen de residuos sólidos que genera la población, porcentaje que puede crecer por cuanto las celdas están a punto de colapsar.

⁷¹Informe ejecutivo de gestión presentado por la Electrificadora del Huila S.A E.S.P a la Superintendencia delegada para Energía y Gas. Bogotá, noviembre de 2011.

Los 37 municipios del departamento presentaron Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIR) aprobados en el año 2007. Sin embargo, la CAM ha requerido la reformulación de estos planes a los municipios de Aipe, Santa María, Villavieja, Tello, Suaza, Garzón, Altamira, Gigante, Nátaga, Paicol, Tesalia, La Argentina y Saladoblanco.

En cuanto a la selección en la fuente en la zona urbana, el 65,23% de la población del Huila no la realiza. Esta población corresponde a los municipios de la subregión norte en donde no se ha llegado con programas de capacitación e implementación del tema. El no contar con una cultura de selección en la fuente hace que la población genere una mayor cantidad de basuras ocasionando mayores costos en el manejo de las mismas, pero agrava la situación el hecho que esta región no cuenta con la infraestructura necesaria para recibir material seleccionado que permita el aprovechamiento de las mismas.

Finalmente, en la actualidad los prestadores de servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo de cinco municipios del departamento no se encuentran en el Registro Único de Prestadores de Servicios (RUPS) que puede generar una mala calidad en la prestación del servicio así como sanciones por parte de la Superintendencia de Servicios Públicos.

■ Zona rural

En cuanto a la zona rural, el 75,35% de esta población no tiene alcantarillado, además esta cobertura no está a la par de la cobertura en acueducto, el rezago entre la cobertura de acueducto y la de alcantarillado es del 35,19%. La deficiencia en el saneamiento de aguas servidas rurales genera no solo condiciones indeseables como problemas de mal olor, sino además potenciales enfermedades transmitidas por patógenos presentes en las heces humanas, destrucción de ecosistemas y la contaminación bacteriana de aguas de uso recreativo entre otros. El 95% de la población del área rural no tiene tratamiento de aguas residuales, por no contar con sistemas apropiados para el sector rural y la falta de capacitación, lo que genera graves problemas de salud por contaminación de ríos y quebradas.

En la cobertura de aseo en la zona rural, el 89,19% de la población no tiene servicio de recolección de residuos y disposición final, este se considera un problema grave para



la población quien acude a mecanismos como: quemas, enterramientos o disposición en fuentes superficiales generando enfermedades e infecciones especialmente en los niños y adolescentes, sobre todo en las áreas rurales más pequeñas y alejadas.

La zona rural del departamento carece de procesos de selección en la fuente, razón por la cual en muchos lugares los ríos son los perjudicados al terminar como botaderos de residuos y el 99% de las empresas de servicios de acueductos no se encuentran registradas en el RUPS, básicamente porque la población encuentra muy complicado cumplir con las exigencias que conlleva el estar registrado, además de los costos de mantenimiento del registro. No obstante, el no estar registrado genera una situación de informalidad que también acarrea sanciones por parte de la Superintendencia de Servicios Públicos.

Cuadro resumen coberturas saneamiento básico Huila

ÍTEM DE COBERTURA	URBANO	RURAL
Alcantarillado	94,9%	24,7%
Tratamiento de aguas residuales	17,3%	5%
Aseo	96,31%	11%
Selección en la fuente	34,7%	No se reportó información

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

1.1.4.2. Servicio de energía

En cuanto a cobertura, la información de conformación del mercado atendido por la empresa Electrificadora del Huila S.A. E.S.P correspondiente a la información reportada en el Sistema Único de Información de la Superintendencia de Servicios Públicos para el año 2010, evidencia un total de 223.598 usuarios en el sector residencial (92% de los suscriptores), lo que representa un 3,32% más que en el año 2009, igualmente presentó 18.929 (7,8% de los suscriptores) usuarios en el sector no residencial, representando un incremento del 1,51 % respecto al año 2009.

El mayor número de usuarios se encuentra concentrado en el estrato dos, ya que en el año 2010 estos fueron 118.944, representando un 2,03% más que en el 2009. Sin embargo, frente al consumo por cada sector, las cifras muestran una gran diferencia.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

El área residencial solamente consume el 58% del total de kw/h, en tanto que el sector comercial e industrial consume el 32,2%.

Un aspecto que se debe resaltar es que para el año 2010 los usuarios percibieron una disminución en el costo de prestación del servicio debido a que la empresa está acogida a la opción tarifaria de la resolución CREG 168. Respecto al tema de componentes tarifarios, es importante resaltar que la Electrificadora del Huila presentó una disminución en el cargo de distribución debido a que en el año 2010 fue incluida en el área de distribución Oriente.

En cuanto a la calidad del servicio, la empresa desmejoró en el cumplimiento de los indicadores de calidad para los trimestres 1 y 3 del año 2010. La superintendencia firmó un acuerdo de mejoramiento con la Electrificadora del Huila desde el mes de junio de 2006, el cual se ha venido ampliando año a año, haciendo bastante énfasis en el mejoramiento de la calidad del servicio en el departamento del Huila, es por eso que la electrificadora ha seguido enviando información relacionada con la evolución de los indicadores establecidos con el fin de continuar evaluando la gestión de la misma. Para el año 2012, la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios deberá profundizar el seguimiento de los indicadores de calidad.

Este desmejoramiento en la calidad del servicio se ha evidenciado en numerosos cortes del servicio, que se relacionan con factores climáticos, dado que cada vez que llueve o hay tormenta no se dispone del servicio y en ocasiones puede tardar de 1 a 2 horas el restablecimiento del mismo. El argumento de la Electrificadora del Huila, es que los suscriptores no permiten adelantar una adecuada poda a sus árboles y eso genera los cortos que se presentan, pero hay que recalcar sobre el impacto negativo que produce en los diferentes sectores económicos la situación que se presenta en la prestación del servicio, considerando que es básica para adelantar numerosas actividades, pero especialmente para ofrecer servicios de calidad a los turistas.



1.1.4.3. Acueducto

■ Zona urbana

En relación con el indicador de cobertura de acueducto del área urbana, este se encuentra en el 97,54%, lo que corresponde aproximadamente a 641.010 habitantes del área urbana con acceso al servicio, no obstante, aún existen aproximadamente 16.150 personas sin el servicio, situando al departamento por debajo de lo establecido en los ODM.

Adicional a esto, la infraestructura de acueducto no cumple con las especificaciones técnicas para la prestación de un adecuado servicio, por lo que la inversión es urgente. Además de lo anterior existen municipios sin un buen sistema de captación de agua para el suministro a su población, con riesgo de colapso ante situaciones de inviernos prolongados.

En cuanto a la calidad del agua en el área urbana, el departamento del Huila presenta una situación grave, puesto que al año 2011 el 54% de los municipios presentaron Índice de Riesgo de Calidad del Agua (IRCA) con riesgo, entre ellos el municipio de Oporapa supera los límites al tener un IRCA del 91,77 lo que significa que el agua que consume la población no es apta.

Finalmente, el 16,43% de la población urbana no cuenta con micro medición, esto debido a factores como falta de capacidad de pago de la población y falta de cultura del ahorro del agua, generando así problemas de pérdidas de agua, costos innecesarios para la población, así como la disminución en la continuidad del servicio, en la cobertura y calidad.

■ Zona Rural

La cobertura de acueducto en la zona rural corresponde a 440.426 habitantes aproximadamente y el indicador de cobertura en acueducto se encuentra en un 59,84% lo que indica un nivel muy bajo, es decir que 177.000 personas que viven en el sector rural no tienen servicio de acueducto. El no llegar al sector rural con agua potable, implica que la población de este sector se desplace hacia la ciudad o centros poblados, generando situaciones de agravamiento de pobreza, delincuencia y

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

desorden social, y por otro lado, quienes viven sin el servicio lo hagan en situaciones de pobreza y de insalubridad.

Del total de la población rural el 89,86% no consume agua potable, a pesar de las obras realizadas en los últimos 4 años que beneficiaron a 49.141 viviendas pasando de 52,84% a 59,84% en cobertura. La dispersión poblacional y la topografía montañosa del departamento hacen costoso el desarrollo de proyectos rurales.

Finalmente, el 84,12% de la población del área rural no cuenta con sistemas de micro medición, básicamente por falta de capacidad de pago y poca cultura de ahorro del agua. La falta de micro medición del agua en el sector rural genera problemas al medio ambiente y no garantiza un abastecimiento regular a los consumidores menos favorecidos, disminuyendo el indicador de continuidad.

Cuadro resumen cobertura acueducto Huila

ÍTEM DE COBERTURA	URBANO	RURAL
Acueducto	97,54%	59,84%

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Análisis de encuestas de infraestructura, aplicadas a diferentes actores del Destino Huila.

Una vez realizado el diagnóstico de los Factores de Soporte (Conectividad y Accesibilidad e Infraestructura), se presenta un análisis de las encuestas de infraestructura aplicadas, según la guía de observación del entorno realizada en la ciudad de Neiva pero con visión departamental (aeropuerto Benito Salas Vargas, puertos, muelles y malecón del río Magdalena; estación del tren, estaciones de bus y terminal de transporte de Neiva, infraestructura energética, infraestructura hospitalaria e infraestructura de comunicación) y el instrumento de valoración de Infraestructura aplicado a algunos líderes gremiales del departamento del Huila por parte del equipo departamental (Líder y Asistente), para medir la percepción que tienen de la infraestructura de soporte del Destino Turístico Huila.

- Con respecto a la guía de observación del entorno, se obtuvieron las siguientes calificaciones y comentarios.



Observación del entorno aeropuerto Benito Salas-Neiva

Aeropuerto Benito Salas Vargas-Neiva	0	1	2	3	4	5
Instalaciones (terminales, pistas, transporte interno)					X	
Operatividad (check-in, información, maletas, etc.)				X		
Servicios paralelos (restaurantes, teléfonos, internet, áreas de descanso, etc.)				X		
Seguridad (controles, cuerpos de seguridad, extintores, etc.)				X		
Comodidad de comunicación con el centro urbano				X		
Aseo					X	
Estado de conservación del aeropuerto					X	

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Este aeropuerto acaba de ser remodelado, pero aún no entran en funcionamiento la torre de control, algunas áreas internas claves para los pasajeros y el parqueadero, lo cual dificulta el arribo y desembarque de los viajeros. Hace falta que las aerolíneas mejoren sus puntos de atención y exista un mejor servicio al cliente. El aeropuerto se encuentra estratégicamente ubicado a solo diez minutos del centro de la ciudad y en términos generales presenta un buen estado.

Observación del entorno malecón del río Magdalena-Neiva

Puerto-muelles-malecones (río Magdalena)	0	1	2	3	4	5
Instalaciones (terminales, accesos, transporte interno)				X		
Operatividad (check-in, información, maletas, etc.)				X		
Servicios paralelos (restaurantes, teléfonos, internet, áreas de descanso, etc.)					X	
Seguridad (controles, cuerpos de seguridad, extintores, etc.)			X			
Comodidad de comunicación con el centro urbano						X
Aseo			X			
Estado de conservación del lugar			X			

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

El malecón del río Magdalena, aunque es el atractivo material más importante de la ciudad de Neiva, se encuentra en un marcado deterioro por las basuras y los

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

indigentes que se han apropiado de algunos escenarios del sitio. Hacen falta mayores controles por parte de la fuerza pública teniendo en cuenta que ahí mismo funciona un CAI de la policía. Está muy bien ubicado en uno de los márgenes del río, recorre Neiva de sur a norte y a tan solo unas cuadras del centro de la ciudad. Este atractivo cuenta con monumentos, miradores, restaurantes, escenarios deportivos y algunos locales de artesanías y viveros. En términos generales tiene un regular estado de conservación.

Observación del entorno Estación del Ferrocarril-Neiva

Estaciones de tren-red ferroviaria (Estación del Ferrocarril-Parque Andino)	0	1	2	3	4	5
Instalaciones (estación, andenes, accesos)					X	
Operatividad (check-in, informaciones, maletas, etc.)						
Servicios paralelos (restauración, teléfonos, internet, áreas de descanso, etc.)				x		
Seguridad en la estación (controles, cuerpos de seguridad, extintores, etc.)				x		
Comodidad de comunicación con el centro urbano				x		
Aseo			x			
Estado de conservación de la estación					X	
Conservación de la red ferroviaria	x					

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

La Estación del Ferrocarril de la ciudad de Neiva está declarada como Patrimonio Cultural de la ciudad. Aunque tiene una buena conservación y una ubicación estratégica a tan solo cinco minutos del centro de la ciudad, sus andenes, accesos y jardines están deteriorados. Según la información recogida, este importante atractivo va a entrar en un proceso de remodelación en los próximos meses por parte de la administración municipal de Neiva. Actualmente funciona en sus instalaciones la Secretaría Municipal de Cultura y Turismo de Neiva, en los vagones del tren funciona un restaurante y en la parte exterior se encuentra un parque mitológico en muy malas condiciones. La red ferroviaria no funciona, por lo que se encuentra en mal estado.



Observación del entorno Terminal de Transportes-Neiva

Estaciones de bus (Terminal de Transporte de Neiva)-red vial de la ciudad y del departamento del Huila	0	1	2	3	4	5
Instalaciones (estación, andenes, accesos)				X		
Operatividad (check-in, información, maletas, etc.)					X	
Servicios paralelos (restaurantes, teléfonos, internet, gasolineras, áreas de descanso, etc.)					X	
Seguridad en el terminal (controles, cuerpos de seguridad, extintores, etc.)				X		
Aseo				X		
Estado de conservación del terminal					X	
Trazado de la red a nivel de diseño					X	
Señalización (horizontal, vertical)					X	
Conservación de la red vial				X		

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

En términos generales el estado de conservación del Terminal de Transportes de Neiva es muy bueno. Este ha sido remodelado y ampliado para mayor comodidad de los usuarios. En algunos lugares presenta suciedad y desaseo. Los terminales de transporte de Pitalito, Garzón y La Plata se encuentran en buenas condiciones.

En cuanto al estado de conservación de la red vial tanto de Neiva como del resto del departamento se encuentra muy afectada por las intensas lluvias que se han presentado en los últimos meses. Para el caso de Neiva, la malla vial de la ciudad se encuentra en muy malas condiciones y no se tienen los recursos económicos requeridos para atender esta problemática. En cuanto al departamento, tanto la red primaria, como la secundaria y terciaria han sido bastante afectadas. En algunos trayectos se ha perdido la banca de la carretera y en otros han sido los puentes los que han colapsado, interrumpiendo la conectividad de importantes subregiones del departamento como el centro y sur, especialmente en Gigante, Timaná y San Agustín. Tampoco hay comunicación hacia el occidente del Huila. La troncal del Magdalena que comunica todo el departamento de norte a sur requiere mayor atención ya que es la vía más importante para llegar a los clústers, microclústers, rutas y circuitos de turismo identificados.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Se percibe seguridad en las vías. Existe una buena señalización tanto de normas de tránsito como turística, ya que el Huila ha sido beneficiario de proyectos de señalización turística que ha adelantado el ministerio. Esta señalización cubre el departamento de norte a sur por la troncal del Magdalena, y hacia el occidente hasta el municipio de La Plata por la vía que comunica a Neiva con Popayán.

Observación del entorno, infraestructura energética e hidráulica

Infraestructura energética e hidráulica	0	1	2	3	4	5
Diseño de instalaciones					x	
Diseño de líneas					x	
Percepción de seguridad					x	
Conservación					x	

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

La Electrificadora del Huila está invirtiendo en la construcción de microcentrales eléctricas. Adicionalmente se está construyendo la Represa del Quimbo para que el Huila llegue a producir aproximadamente el 15% de la energía del país por parte de Emgesa. Esta es una gran apuesta productiva del departamento.

Observación del entorno infraestructuras hospitalarias

Infraestructuras hospitalarias	0	1	2	3	4	5
Diseño de las instalaciones				x		
Nivel de equipamiento					x	
Percepción de seguridad				x		
Conservación				x		

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

La infraestructura hospitalaria del departamento del Huila ha venido mejorando en los últimos años con la construcción, remodelación y adecuación de varios hospitales, incluyendo los más importantes de las principales ciudades (Neiva, Pitalito, Garzón, La Plata y de otros municipios). El Hospital Universitario Hernando Moncaleano de Neiva actualmente está construyendo la torre materno-infantil y acaba de inaugurar una gran unidad de cuidados intensivos. En términos generales el equipamiento es bueno en hospitales públicos y clínicas privadas. No ocurre lo mismo con la valoración de la calidad y eficiencia del servicio que prestan estas empresas de servicios de salud.



Observación del entorno infraestructuras de comunicación

Infraestructura de comunicación	0	1	2	3	4	5
Diseño de las instalaciones					X	
Nivel de equipamiento					X	
Calidad del servicio (sonoridad, velocidad de conexión)					X	
Conservación					X	

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Esta infraestructura es buena, hay redes de fibra óptica, un buen número (y en crecimiento) de suscriptores a internet, telefonía móvil, televisión por cable; entre otros. Hay sitios en la ciudad de Neiva y en algunos municipios del departamento con internet gratuito gracias al programa Huila Digital. Una de las metas del gobierno departamental es que para 2015 todo el Huila esté conectado a través de fibra óptica.

- En cuanto al instrumento de valoración de infraestructura, se evaluaron los aspectos de accesibilidad del transporte aéreo, marítimo (que no aplica para el departamento del Huila), transporte por carretera, infraestructura energética e hidráulica (electricidad y gas), infraestructura hospitalaria e infraestructura de comunicaciones.

Accesibilidad del transporte aéreo. Los actores entrevistados coincidieron en afirmar que la capacidad de la infraestructura aeroportuaria es aceptable por la demanda actual de tránsito aéreo y la capacidad de los terminales de pasajeros, así como el diseño físico y operacional. Las instalaciones de servicios como agua potable, iluminación interior y exterior, otras infraestructuras de soporte para el turista; la seguridad y control fueron calificadas como buenas. La gestión de la entidad aeroportuaria (Aeronáutica Civil) fue calificada como regular, puntualmente en la calidad de la gestión aeroportuaria y en la calidad de la gestión de otros servicios (restaurantes, información) que se requieren en la terminal aérea para mayor disfrute del usuario.

Transporte por carretera. El aspecto de la capacidad de la infraestructura vial (terminales y estaciones de bus y red vial), se calificó como buena la capacidad de la estación y el parque de autobuses a la demanda actual de tránsito por carretera. La capacidad en cuanto a terminales de pasajeros, zonas de estacionamiento, accesos y trazado de la red vial, teniendo en consideración índices demográficos y turísticos, fue

calificada como regular. En el diseño físico y operacional (estaciones de buses) se calificó como bueno el diseño y operatividad de las terminales de pasajeros (zonas comunes, boletería, controles, áreas de embarque) y la calidad de diseño y operatividad de las zonas de acceso a los vehículos (pasillos, túneles, andenes). En el diseño físico y operacional (red vial), todos los aspectos fueron calificados como aceptables y regulares, especialmente la calidad de diseño y operatividad del trazado de la red en cuanto a cobertura y conectividad, iluminación (tipos de instalación, luminaria, niveles de iluminación), pavimentación (asfalto, calzada, anchura de carriles y andenes), señalización (horizontal, vertical). El único aspecto calificado como bueno fue la adaptación del diseño a las necesidades de la tipología de vehículos (vehículos livianos, buses, camiones de dos ejes, camiones de más de dos ejes).

En cuanto a las instalaciones de servicios en gasolineras, talleres de reparación, áreas de descanso, servicio y estaciones de buses, fue calificada como aceptable la calidad de las infraestructuras de iluminación interior, exterior, las instalaciones de acceso y otras instalaciones orientadas al turista (sitios de atención turística, hotelera, inspección aduanera, puntos de toma de taxi y de bus urbano). La calidad de las infraestructuras de comunicación y de otras instalaciones complementarias (basuras, servicios alimenticios, servicios de higiene) fue calificada como buena. En seguridad y control se percibe cumplimiento en las exigencias de seguridad conforme a la normativa vigente y en procedimientos de actuación en caso de accidente.

Finalmente, en la parte de gestión, todos los aspectos fueron calificados como aceptables (calidad de la gestión de la institución a cargo de la red vial, calidad de la gestión de las instalaciones de servicios, calidad de la gestión del servicio de seguridad y control, calidad de la gestión del servicio de mantenimiento y limpieza y la gestión de otros servicios (restaurantes, información, etc.).

Electricidad. En la capacidad de la infraestructura se precisa una adecuada red de distribución eléctrica en cuanto a abastecimiento geográfico en todo el departamento del Huila (con mayor cobertura urbana que rural), una buena calidad de diseño y operatividad de los centros de generación eléctrica que existe en los municipios más importantes y en las subestaciones. Pero la calidad del suministro eléctrico según (tiempo de interrupción, número de interrupciones) fue calificada como regular, ya que se presentan interrupciones muy periódicas que afectan la productividad de las empresas y a la comunidad en general. En el nivel de seguridad y control en la



generación y distribución eléctrica, así como la gestión de la corporación eléctrica (Electrificadora del Huila) fue calificado como bueno.

Gas. La capacidad de la infraestructura en cuanto a la red de distribución de gas y cubrimiento geográfico fue calificada como aceptable ya que aún se encuentran muchos municipios sin acceso a este servicio. Los que cuentan con suministro de gas valoran la calidad del mismo. En cuanto a la gestión de la corporación responsable de la distribución de gas fue calificada como aceptable.

Infraestructura hidráulica. La capacidad de la infraestructura fue calificada como aceptable, ya que la red de distribución de agua tiene un buen abastecimiento geográfico en la zona urbana, pero así mismo deficiente en la zona rural. El diseño y operatividad de la infraestructura de transporte y distribución de agua, así como la calidad del suministro de agua hasta el consumidor final fue calificada de aceptable ya que algunos municipios tienen un índice de calidad de agua muy preocupante. En la seguridad y control del tratamiento de aguas residuales, el departamento sale muy mal librado ya que no hay plantas de tratamiento y por lo tanto estas están contaminando las fuentes hídricas a lo largo y ancho del territorio departamental. La gestión de las empresas de servicios públicos fue calificada como muy regular.

Infraestructura hospitalaria. Esta infraestructura fue calificada como aceptable. Aunque tiene cobertura en todo el departamento, es necesario fortalecer el número de médicos, camas y el equipamiento médico. La calidad del diseño y operatividad de las instalaciones hospitalarias fue calificada como regular. También se precisa que las medidas de seguridad y procedimientos de actuación en caso de accidente, evacuación y salvamento no son las adecuadas.

Infraestructura de comunicaciones. La capacidad y la cobertura de la red de comunicaciones (telefonía fija analógica y digital, móvil, internet, televisión satelital y por cable) fue calificada como buena. Así mismo, la calidad de los servicios ofrecidos (calidad acústica, velocidad en las conexiones a internet, densidad de cabinas telefónicas y ubicación, densidad de puntos de conexión a internet y ubicación), y la calidad de gestión de la corporación responsable de las comunicaciones también fue calificada como buena.

1.1.5. SEGURIDAD

1.1.5.1. Índices generales

Los fenómenos asociados con las alteraciones de orden público y el conflicto armado son considerados directamente como un factor clave en el diagnóstico del Plan Sectorial de Turismo del departamento del Huila, ya que se han convertido en situaciones de riesgo inminente que vive latente entre la comunidad huilense.

Las amenazas que surgen de este tipo de problemática social están relacionadas con homicidio común, secuestros extorsivos, actos de terrorismo (ataques de la guerrilla, delincuencia común), hurto común, piratería terrestre y víctimas por homicidios colectivos, principalmente. Estos factores impactan negativamente los indicadores sociales de un territorio y en la percepción de una imagen de inseguridad que afecta el desarrollo económico, productivo y de atracción de inversión hacia renglones potenciales del departamento, entre ellos el Turismo.

Aun cuando la responsabilidad sobre la prevención y atención de este tipo de fenómenos no puede cargarse a las de por sí ya debilitadas instituciones del Sistema Regional de Seguridad, su expresión como situaciones de emergencia y como fuerzas que aceleran o empujan el deterioro de la condición de vulnerabilidad del departamento, amerita la implementación de medidas básicas que permitan mejorar el clima de seguridad, creando las estrategias y mecanismos necesarios para contrarrestar los focos de los diferentes tipos de delincuencia ya mencionados anteriormente, y disminuyendo los casos de inseguridad y criminalidad que se han venido presentando durante los últimos años en el Huila.

Para atender esta problemática, en los últimos años se ha incrementado el pie de fuerza de la Policía y del Ejército nacional en la región; se han destinado recursos económicos para la adquisición de vehículos para el servicio de la Policía. Y aunque en los últimos años se ha visto la reducción de asesinatos, de tomas de municipios, de secuestros, derrumbamiento de torres de energía y piratería terrestre, se han incrementado delitos como el robo de automotores y el hurto de motos, lo que ha conllevado a crear en los huilenses una gran cultura de denuncia, a través de las Fuerzas Militares.



Actualmente, todas las fuerzas vivas trabajan en el fortalecimiento de la imagen de la región, de forma que se logre quitarle al Huila el estigma de inseguridad que tiene, contribuyendo así a un mayor desarrollo económico del departamento.

A continuación se presentan los principales indicadores en temas de seguridad para el departamento del Huila, en un comparativo de los años 2010 y 2011 según el documento de delitos de mayor impacto social en el departamento elaborado por el Ministerio de Defensa Nacional⁷².

En el factor de homicidio común se pasó de tener 347 homicidios en el año 2010 a 331 en el año 2011, lo que significó una disminución del 5%. La tasa por 100.000 habitantes en 2011 fue de 30,2%, igual al promedio nacional. En el tema de secuestro extorsivo se pasó de tener cuatro casos en 2010 a 7 en 2011, lo que significó un aumento de 75%. La tasa por 100.000 habitantes en 2011 fue del 0,6%, un poco por encima del promedio nacional que se ubicó en 0,4%.

En el factor de actos terroristas, se presentó una disminución del 31%, al pasar de 51 actos en 2010 a 35 en 2011. En este factor el departamento del Huila presenta una tasa por 100.000 habitantes bastante alta que fue de 4,7% en 2010 y 3,2% en 2011, muy por encima del promedio nacional que fue de 1% y 1,2%, respectivamente. Sin lugar a dudas este factor es el que más está afectando la imagen negativa del departamento, aunque las cifras muestran mejoramiento. El Huila solo es superado por departamentos críticos en orden público como Arauca, Caquetá, Guaviare, Meta y Putumayo.

En hurto común (residencia, comercio y personas) se presenta un aumento del 24% al pasar de 2.838 delitos en el 2010 a 3.513 en 2011. La tasa por 100.000 habitantes en 2011 fue alta, siendo superado solo por los departamentos de Meta, Risaralda, Santander, Valle y Bogotá; Imponiendo así otro reto en temas de seguridad.

Finalmente en temas de piratería terrestre se presentó una disminución del 44% al pasar de nueve casos reportados en 2010 a cinco casos en 2011, y en víctimas de homicidios colectivos no se presentaron casos reportados en ninguno de los dos años analizados.

⁷² Viceministerio de Planeación y estrategia, Ministerio de Defensa.

1.1.5.2. Condiciones generales de seguridad en el destino

Policía de Turismo

La Policía de Turismo que como bien se sabe, jerárquicamente depende de la Policía Nacional y administrativamente del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hace presencia en el Huila en los municipios de Neiva, Villavieja, San Agustín, Paicol, Rivera y Garzón. Neiva cuenta con seis unidades y en los restantes municipios se ha asignado un pie de fuerza de dos unidades por municipio.

Si bien es cierto, que se registra la presencia de Policía de Turismo en algunos municipios con vocación turística, es evidente la necesidad de ampliar cobertura con presencia en un mayor número de municipios y por supuesto con un mayor número de efectivos. De igual manera, es evidente la necesidad de homogenizar el grupo policial en materia de formación en turismo y estabilidad en sus funciones.

Consejo Departamental de Seguridad

A instancias de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo se conformó el Consejo Departamental de Seguridad Turística, presidido por el Secretario Departamental de Cultura y Turismo e integrado por representantes de la Policía de Turismo, representantes de los gremios del sector, representantes de los municipios con vocación turística y de la academia.

Presencia de Fuerza Pública

Ejército Nacional⁷³

El departamento del Huila está adscrito a la Quinta División del Ejército que controla las brigadas: Primera, Sexta, Novena, Décima y la Fuerza de tarea del Sur del Tolima.

La Novena Brigada con sede en la ciudad de Neiva coordina, administra, y ejerce control y mando sobre las siguientes unidades tácticas:

1. Batallón de Artillería No. 9 “Tenerife”-Neiva.

⁷³ Fuente: www.ejercito.mil.co - 24 de diciembre de 2011.



2. Batallón de Infantería No. 27 “Magdalena”-Pitalito.
3. Batallón de Infantería No. 26 “Cacique Pigoanza”-Garzón.
4. Batallón de A.S.P.C. No. 9 “Cacica Gaitana”-La Plata.
5. Batallón de Instrucción, Entrenamiento y Reentrenamiento No. 9 “Vicente de la Rocha y Flórez”.
6. Batallón especial energético y vial No. 12 “Cr. José María Tello”.
7. Batallón de combate terrestre No. 9 “Los Panches”.
8. Grupo Gaula Huila.
9. Fuerza de tarea Algeciras.

Policía nacional⁷⁴

El departamento de Policía del Huila está adscrito a la Región de Policía No.2 con sede en Neiva, que administra y controla los departamentos de Policía de Huila, Tolima, Caquetá y Putumayo.

Para cumplir con las funciones de vigilancia y control público, la Policía nacional en el departamento del Huila está organizada en siete Distritos, 38 Estaciones, seis Subestaciones, 1 Puesto PEV y 10 CAI.

Distribución de las Unidades de Vigilancia y Control

DEPARTAMENTO DE POLICÍA HUILA					
Distribución de las Unidades de Vigilancia y Control					
Distrito	Sede	Estaciones	Subestaciones	Puestos	CAI
Uno	Neiva	3	1		10
Dos	Campoalegre	5			
Tres	Garzón	7	2	1	
Cuatro	Pitalito	9	2		
Cinco	La Plata	5			

⁷⁴ Fuente: www.policia.gov.co – 16 de enero de 2012.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Seis	Palermo	5			
Tello	Tello	4	1		

Organismos de Socorro⁷⁵

Las emergencias y desastres son atendidas en el departamento del Huila por el Comité Regional de Emergencias, organismo que coordina las acciones de la Cruz Roja, Defensa Civil y Bomberos. A su vez en cada uno de los 37 municipios existe un Comité Local de Emergencias organismo que coordina el Alcalde municipal.

La Cruz Roja está organizada como una Seccional con sede en la ciudad de Neiva y Grupos de Apoyo en los municipios de Neiva, Pitalito, Garzón, La Plata, Tello, Aipe y Baraya.

Factores de riesgo para la comunidad receptora

Las comunidades receptoras están expuestas a la visita de turistas que llegan motivados por el consumo de alucinógenos o sexo con jóvenes y niños, especialmente en destinos turísticos como San Agustín que atienden mercados internacionales.

Los destinos cuya oferta se fundamenta en atractivos arqueológicos, paleontológicos y bióticos están expuestos permanentemente a la llegada de gUAQUEROS o comercializadores de piezas patrimoniales, así como comercializadores de fauna. En materia de arqueología y paleontología, los destinos más afectados son la zona arqueológica de San Agustín y Villavieja lugar de donde se conoce con alguna frecuencia de la extracción de piezas paleontológicas, especialmente de fósiles de fauna prehistórica.

En cuanto a la fauna, se evidencian amenazas en la zona norte, corredor del río Magdalena entre Neiva y Villavieja, lugar de donde se extraen pichones de loros que anidan en los acantilados sobre el río, igualmente de la zona árida del desierto de donde se extraen mirlas. En la zona sur, influencia del Macizo Colombiano, es común la comercialización de guacamayas, loros orejamarillos y la cacería de osos y dantas.

⁷⁵ Fuente: Cruz Roja Seccional Huila- 17 de enero de 2012.



Factores de riesgo para los turistas

Los riesgos para los turistas se asocian a los delitos contra personas, entre ellos el fleteo y el atraco en cajeros automáticos, situación que se presenta con mayor frecuencia en la ciudad de Neiva y en menor proporción en el municipio de Pitalito.

Otro factor de riesgo asociado a la seguridad turística está relacionado con la señalización vial y urbana, reconociendo que en la troncal del Magdalena se han implantado algunos elementos de señalización que orientan al turista, por supuesto se identifica como necesidad, la ampliación de cobertura a las vías secundarias y terciarias, así como, iniciar un programa de señalización turística en los centros urbanos de los municipios identificados como de vocación turística, como ya se ha expresado en diferentes partes del documento.

1.1.5.3. Seguridad sanitaria⁷⁶

Para atender la seguridad sanitaria de los huilenses la Gobernación del Huila a través de la Resolución número 75 de 2006 conformó la red de oferta en la prestación del servicio de salud, subdividiendo el departamento en cuatro zonas.

Red Zona Norte, integrada por los municipios de Neiva, Aipe, Algeciras, Baraya, Campoalegre, Colombia, Hobo, Íquira, Rivera, Palermo, Santa María, Tello, Teruel, Villavieja, Yaguará, municipios que actúan con referencia a la ESE Hospital Hernando Moncaleano Perdomo de Neiva; la red está conformada por 16 IPS, de las cuales 14 son de baja complejidad, una de media complejidad y una de alta complejidad.

La capacidad instalada de la Red en la Zona Norte es de 220 camas pediátricas, 433 camas para adultos, 166 camas para obstetricia, 43 salas de parto, 4 en unidades básicas, 29 de cuidado intermedio neonatal, 29 de cuidado intensivo neonatal, 3 de cuidado intermedio pediátrico, 10 de cuidado intensivo pediátrico, 11 de cuidado intermedio adulto, 35 de cuidado intensivo adulto, 28 para salud mental psiquiátrica, 15 quirófanos y 86 ambulancias.

⁷⁶ Fuente: Secretaría de Salud Departamental del Huila- Folleto No.4 "Redes de Servicio de Salud"-Agosto 2011.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Red Zona Centro, integrada por los municipios de Garzón, Agrado, Altamira, Gigante, Guadalupe, El Pital, Suaza, Tarquí, tiene como referencia la ESE Hospital Departamental San Vicente de Paul de Garzón; la zona está conformada por 9 IPS, de las cuales ocho son de bajo nivel de complejidad y una de medio nivel de complejidad.

La capacidad instalada de la Red en la Zona Centro es de: 40 camas pediátricas, 85 camas para adultos, 34 camas para obstetricia, 9 salas de parto, 4 unidades básicas, 7 de cuidado intermedio neonatal, 3 de cuidado intensivo neonatal, 1 de cuidado intermedio adulto, 7 de cuidado intensivo adulto, 3 quirófanos y 20 ambulancias.

Red ZonaSur, integrada por los municipios de Pitalito, Acevedo, Elías, Isnos, Oporapa, Palestina, Saladoblanco, Timaná, San Agustín se referencia con la ESE Hospital Departamental San Antonio de Pitalito; la Red en la Zona sur está conformada por 10 IPS, de las cuales 8 son de nivel bajo de complejidad y 1 de nivel medio de complejidad.

La capacidad instalada de la Red en la Zona sur es de: 49 camas pediátricas, 82 para adultos, 48 de obstetricia, 9 salas de parto, 2 de cuidado intermedio neonatal, 10 de cuidado intermedio adulto, 2 quirófanos y 19 ambulancias.

Red Zona Occidente, integrada por los municipios de La Plata, La Argentina, Nátaga, Tesalia, Paicol con referencia a la ESE Hospital Departamental San Antonio de Padua. La Red en la Zona de Occidente está conformada por 6 IPS, de las cuales 5 son de nivel de baja complejidad y 1 de media complejidad.

La capacidad instalada de la Red en la Zona de Occidente es de: 26 camas pediátricas, 39 camas para adultos, 19 para obstetricia, 6 salas de parto, 2 quirófanos y 12 ambulancias.

En suma, se infiere que la cobertura en salud pública en el departamento del Huila es del 100% en las cabeceras municipales, desde donde se atienden los diversos programas de prevención, vacunación, maternidad y tercera edad. Se advierte como debilidad la existencia en el departamento de una IPS de alto nivel de complejidad, situación que obliga a prospectar un hospital de referencia para atender la Zona Sur. En cuanto al sector privado, la oferta de servicios de salud, el documento de la referencia identifica 11 clínicas, que en suma ofertan: 69 camas pediátricas, 315



camas para adultos, 36 camas para obstetricia, 5 salas de parto, 21 camas para atención intermedia neonatal, 36 para cuidado intensivo neonatal, 3 para cuidado intermedio pediátrico, 9 para cuidado intensivo pediátrico, 26 quirófanos y 9 ambulancias.

La Secretaría Departamental de Salud ha reglamentado, vigila y controla estrictamente el manejo de los residuos hospitalarios y la disposición final en sitios que no afectan la salubridad de la comunidad.

1.1.6. COMUNIDAD RECEPTORA

La comunidad receptora⁷⁷ como elemento esencial en la gestión turística, ha sido incorporada mínimamente en los procesos de planificación y gestión turística, su importancia radica en el apoyo u obstaculización al desarrollo turístico de un destino.

En este sentido, el capítulo de comunidad receptora busca enfatizar la importancia de incorporar a la comunidad local en dichos procesos. Específicamente, analizando la falta de atención académica en la comunidad receptora como objeto de estudio y entendiendo que los huilenses en general son un elemento esencial del sistema turístico, para de esta manera rescatar su importancia en la planificación y gestión que se haga del Huila como destino turístico.

Con esta comunidad receptora se inició un trabajo colectivo a partir del mes de febrero de 2012, realizando un primer taller de socialización en la zona Norte y Sur del departamento del Huila, con el objetivo de presentar a los actores públicos, privados y comunidad en general el proyecto, su metodología y motivarlos a la participación activa en el desarrollo del mismo.

El día 13 de febrero de 2012 se realizó dicho taller en la ciudad de Neiva (Biblioteca Departamental, Centro de Convenciones José Eustasio Rivera) contando con la participación de 51 asistentes, representando instituciones como la Gobernación del Huila, Alcaldía de Neiva, Cotelco, Anato, Cámara de Comercio de Neiva y demás gremios económicos, Sena,

⁷⁷Tomado del ensayo Comunidad Receptora: elemento esencial de la gestión turística, Juan Carlos Monterrubio Cordero, Universidad Autónoma del Estado de México.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

colegios Amigos del Turismo, universidades y prestadores de servicios turísticos de los municipios de Neiva, Rivera, Santa María, Garzón, Villavieja, La Plata, Yaguará; entre otros.

Así mismo, el día 14 de febrero de 2012 se realizó este mismo taller en el municipio de San Agustín (Auditorio Jorge Villamil, Hotel Yuma) contando con la participación de 71 asistentes, representando instituciones como alcaldías, Cámara de Comercio de Neiva seccional Pitalito, Unad y prestadores de servicios turísticos de los municipios de San Agustín, Isnos, Palestina, Elías, Pitalito, Salado blanco, entre otros.

En total se realizaron dos talleres, con una asistencia de 122 personas que contestaron el instrumento “Formato 006 primer taller de socialización” y permitieron definir parámetros y recoger las consideraciones, sugerencias e inquietudes de los participantes frente al desarrollo del Plan Sectorial de Turismo del departamento del Huila.

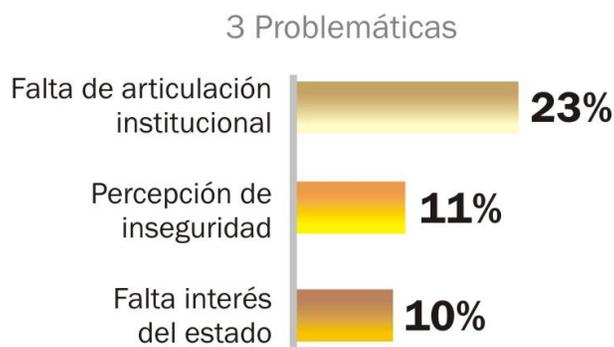
A continuación se presentan los principales resultados, según cada una de las preguntas del instrumento aplicado:

1. ¿Cuáles considera que son las tres principales problemáticas que afectan el desarrollo turístico en el departamento y sus principales destinos?

La principal problemática expresada es la falta de articulación institucional entorno al sector turístico con el 23%, le sigue la percepción de inseguridad que aún genera el destino con un 11% y finalmente la falta de interés del estado (entendido como de las administraciones municipal, departamental y también nacional hacia el sector) con un 10%.



Tres principales problemáticas que afectan el turismo en el Huila



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Principales problemáticas que afectan el turismo

Principales problemáticas	
Falta de articulación institucional adecuada en todo lo relacionado al sector.	53
Percepción de Inseguridad al turista.	25
Falta interés del Estado en el desarrollo del sector turístico.	22
Falta de promoción del destino tanto a nivel nacional como internacional.	21
Falta de capacitación del personal al servicio del sector turístico.	20
Falta señalización e información turística adecuada.	19
Falta de apropiación del tema de cultura turística.	16
Falta de infraestructura turística.	15
Falta de financiación del sector turístico a través del sector público y privado.	10
Falta de proyectos que potencien el sector turístico.	10
Promoción desigual con atractivos del interior del país.	9
Ineficiencia en la prestación de servicios públicos.	3

Fuente: Análisis equipo departamental Huila, Taller de Socialización. 2012

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

2. Por favor indíquenos las tres principales fortalezas y las tres principales debilidades relacionadas con el desarrollo del turismo en su departamento y en sus principales destinos.

La principal fortaleza expresada es la riqueza de recursos naturales únicos (Macizo Colombiano, parques nacionales y regionales naturales, diversidad de climas y paisajes) con un 41%. Luego aparece la importancia de la declaración de la Unesco de los parques arqueológicos de San Agustín e Isnos como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad con un 19% y finalmente está el Patrimonio inmaterial expresado en la cultura y las festividades (Festival Folclórico, Reinado Nacional del Bambuco y Muestra Internacional del Folclor) con un 12%.

Tres principales fortalezas del turismo en el Huila



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



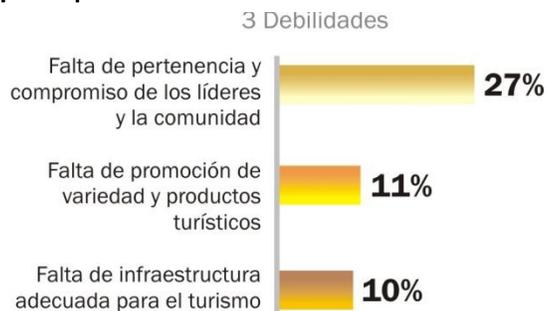
Fortalezas del turismo en el Huila

Fortalezas	
Riqueza de recursos naturales únicos (Macizo Colombiano, parques nacionales y regionales naturales, diversidad de climas y paisajes).	83
Patrimonio Histórico y Cultural (arqueológico)-San Agustín.	40
Cultura y festividades (Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco y Muestra Internacional del Folclor).	25
Capital Humano.	20
Ubicación geográfica estratégica en el centro-sur colombiano.	15
Cultura ciudadana.	8
Gastronomía.	7
Oferta hotelera.	4

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

En cuanto a las debilidades, el 27% coincide en afirmar que la principal es la falta de pertenencia y compromiso de los líderes y la comunidad en el desarrollo de la cultura turística y ambiental, la falta de promoción de variedad y productos turísticos es otra gran debilidad con el 11% y finalmente aparece la falta de infraestructura adecuada para el turismo con el 10%.

Tres principales debilidades del turismo en el Huila



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

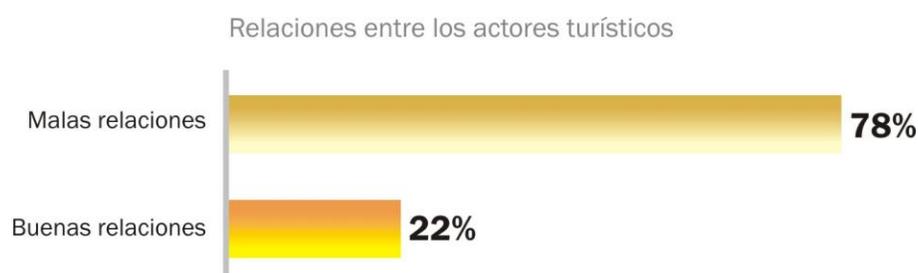
Debilidades del turismo en el Huila

Debilidades	
Falta de pertenencia y compromiso de los líderes y la comunidad en el desarrollo de la cultura turística y ambiental.	61
Falta de promoción de variedad y productos turísticos.	26
Falta de infraestructura adecuada para el turismo.	23
Mal estado de las vías y más señalización.	20
Mentalidad conformista y pesimista del huilense.	20
Inseguridad.	19
Falta de capacitación en el sector encaminado al turista.	15
Desarticulación entre instituciones.	14
Falta de liderazgo y compromiso político.	13
Falta explotación e investigación de los destinos turísticos.	7
Falta de bilingüismo.	6
Soporte logístico inadecuado.	4

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

3. ¿Cómo considera que son las relaciones entre los actores turísticos: empresarios, turistas, gremios, sector público con la comunidad residente en los principales destinos del Departamento?

Para el 78% de los participantes las relaciones son malas y para el 22% restante son buenas, aunque hace falta mayor relación entre actores públicos y privados.



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Relación entre actores del turismo	
Malas relaciones, desarticulación intersectorial.	64
Buenas relaciones, pero no hay relación entre lo público y privado.	18

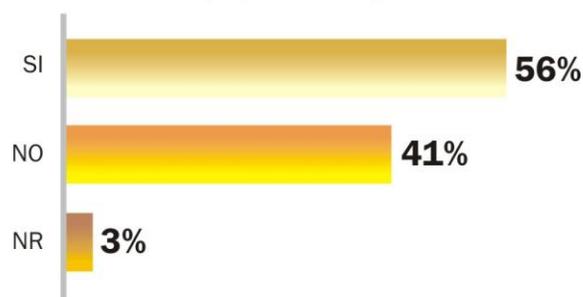
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

4. ¿Conoce algún proyecto que se encuentre en proceso de ejecución y que aporte al desarrollo turístico?

El 56% de los participantes expresan conocer algún proyecto de turismo que se encuentre en ejecución, aunque se pudo identificar que la mayoría de estos solo están planeados pero aún no se están ejecutando. El 41% dice no conocer ningún proyecto y el 3% restante no respondió a la pregunta.

Proyectos turísticos en ejecución en el Huila

Conoce proyectos en ejecución



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Conocimiento de proyectos en ejecución

Conocimiento de proyectos en ejecución	
Si, (algunos financiados por el Fondo de Promoción Turística, hotel en el Desierto de la Tatacoa -Comfamiliar o Aviatur-, Parque del Agua, del Petróleo, Territorio Páez con apoyo del Sena en La Plata, Parque Isla de Neiva, Centro Cultural Jorge Villamil, Represa el Quimbo).	46
No	34
No responde	2

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

5. Por favor indíquenos tres proyectos que usted considere prioritarios para el desarrollo turístico del departamento.

Principalmente fueron mencionados proyectos de infraestructura turística y de soporte al destino, cultura turística y ambiental, innovación, ciencia y tecnología, diseño y validación de productos turísticos y promoción del destino Huila.

3 Proyectos prioritarios para el Huila



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Proyectos prioritarios para el turismo

Proyectos prioritarios para el turismo	
Fomento y mejoramiento de la infraestructura turística, principalmente la hotelera.	38
Concientización a todos, cultura turística, ambiental.	26
Desarrollo del turismo ecológico y de aventura.	20
Identificación y verificación del potencial turístico.	20
Promoción hacia mercados internacionales.	15
Proyectos de seguridad.	10
Doble calzada (Neiva-San Agustín).	9
Museo interactivo arqueológico y ecológico-San Agustín.	9
Desarrollo aeroportuario (Pitalito-Neiva).	8
Turismo de eventos-convenciones.	5
Proyectos de investigación (arqueología-ecoturismo-gastronomía).	5
Recuperación del río Magdalena.	3



Gran centro cultural de eventos (bambuco) en Neiva.	2
Turismo de Salud.	2
Declaración Parque Nacional "Desierto de la Tatacoa".	2
Neiva "ciudad región".	2
Desarrollar el corredor ambiental-"Riviera-Yaguará".	1
Potencializar corredor (Desierto de la Tatacoa-Neiva).	1
Terminal de Transportes de San Agustín.	1

Fuente: Taller de socialización. 2012. Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

6. Por último, por favor enumere los tres principales retos que usted considera son estratégicos para el desarrollo turístico del departamento en los próximos cuatro años.

En cuanto a los retos, se priorizó el de atender la parte académica y formativa tanto de la población en general, como en el desarrollo de competencias y habilidades en los actores del sector. Para el 16% de los participantes este es el principal reto. El 15% definió la articulación de esfuerzos institucionales alrededor de los procesos de planificación, promoción y gestión del Destino Huila, y finalmente aparece el reto de lograr posicionar el departamento del Huila en la mente de los colombianos como un destino atractivo y seguro.



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Principales retos que debe atender el departamento del Huila

Principales retos para el desarrollo turístico	
Desarrollar las competencias y habilidades en todos los niveles de formación en temas turísticos y servicios.	33
Compromiso e integración entre actores del sector turístico.	31
Realizar marketing de posicionamiento del Huila como destino turístico con variedad de atractivos turísticos.	23
Optimizar vías y aeropuertos.	23
Crear un plan de desarrollo turístico departamental.	17
Mejorar la calidad de la infraestructura hotelera.	13
Posicionamiento de la región a nivel nacional.	13
Mejoramiento del sistema de seguridad del Departamento.	11
Concebir el turismo como actividad económica.	9
Comprometer a las autoridades a colaborar con los turistas.	9
Promocionar las potencialidades y proyectos internacionalmente.	9
Implementación de competencias en bilingüismo para servicios turísticos.	8
Generar actividades atractivas para el turista.	5
Generación de eventos gastronómicos y culturales nocturnos.	3

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

7. ¿Dónde considera que debe estar el departamento en términos de desarrollo turístico en diez años?

El departamento se proyecta como uno de los mejores destinos turísticos del país, con una oferta innovadora de productos en temas culturales (principalmente en arqueología, astronomía y ecoturismo (naturaleza y aventura).



Visión turística en 10 años del departamento del Huila



Dónde estará el departamento en desarrollo turístico en 10 años

Dónde estará el departamento en desarrollo turístico en 10 años	
Como uno de los mejores destinos turísticos del país.	39
Con una oferta turística innovadora en temas culturales (arqueológicos, astronómicos) y ecológicos (Naturaleza) para el mercado nacional e internacional.	37
En un clúster nacional de turismo.	6

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Finalmente, por su importancia en el desarrollo turístico, la comunidad local del departamento del Huila es un elemento esencial en la planificación y gestión del turismo. Debido a la importancia que esta representa, es necesario que su participación sea activa en la toma de decisiones, sin embargo, es justo reconocer que la incorporación de la comunidad local en el desarrollo turístico no es una tarea fácil.

Existen varios factores que se convierten en obstáculos de dicha incorporación. Por un lado, como ya se mencionó, puede existir indiferencia hacia la participación en la toma de decisiones con respecto al turismo, esto principalmente se puede dar entre aquellos residentes cuyo beneficio o perjuicio por parte del turismo sea nulo. Aunque los obstáculos presentados no siempre dependen de la disposición de la comunidad,

sino también de las autoridades y formas tradicionales de gobierno que limita la incorporación de la voz comunitaria.

Por lo anterior, se requiere que exista una revaloración de la importancia del turismo, pero no solo como actividad económica, sino como una actividad compleja cuyas dimensiones tienen repercusiones en la vida de los residentes locales. Reconocer los elementos, las varias dimensiones y con ello la importancia del turismo permitirá otorgar atención equitativa a cada uno de estos elementos, incluyendo la comunidad receptora de turismo.

1.1.6.1. Análisis de la cultura turística en el Huila

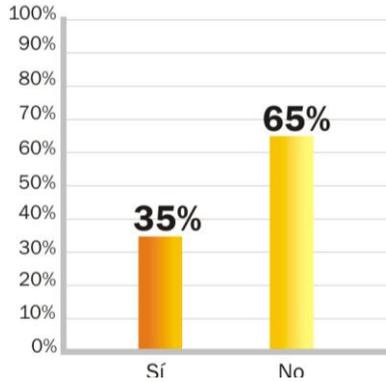
Partiendo de la realidad local, experiencias cotidianas y ejercicios prácticos de la población huilense, el taller de cultura turística local realizado el martes 28 de febrero de 2012 en la ciudad de Neiva y el martes 6 de marzo de 2012 en el municipio de San Agustín, buscó conocer de manera directa, con los actores del turismo, el comportamiento de la comunidad hacia los turistas y la actividad en general.

A continuación se relaciona la opinión de los 84 asistentes al taller en el departamento del Huila (zona norte en Neiva y zona sur en San Agustín) respecto a la actitud de la población al fenómeno del turismo. Esta opinión fue recogida a través de la conformación de 17 grupos de trabajo, quienes de manera activa participaron en el desarrollo del taller y permitieron realizar el siguiente análisis de cultura turística en el departamento:

Con respecto a la pregunta ¿La comunidad es consciente de la importancia de la actividad turística para la economía local, regional y nacional?, los participantes señalaron que el 65% de la comunidad en general no sabe de la actividad turística y su importancia en la generación de ingresos. Solo el 35 % restante sería consciente de la importancia de esta apuesta productiva en la economía local. Algunos comentarios expresados hacen referencia a que el huilense no es consciente de la riqueza turística del departamento y del impacto que tendría el sector en la economía y en el mejoramiento de la calidad de vida de la población.



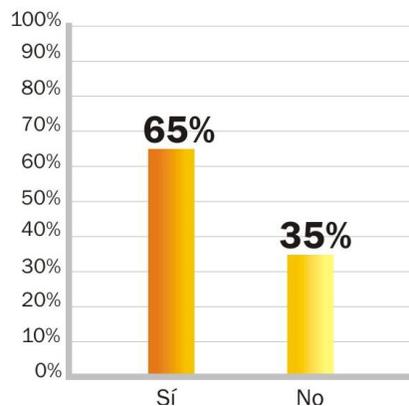
Importancia de la actividad turística en el departamento del Huila



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Con respecto a la pregunta ¿Recibe al turista con calidez y amabilidad?, los participantes responden que en términos generales el huilense es amable y hospitalario por naturaleza (65% de la población), pero así mismo no existe cultura ciudadana frente al turista, ocasionando que la calidad del servicio no sea la indicada en algunas oportunidades. Este planteamiento se ve reflejado en ese 35% de la población que dice no recibir al turista con calidez y amabilidad.

Calidez y amabilidad del huilense frente al turista



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

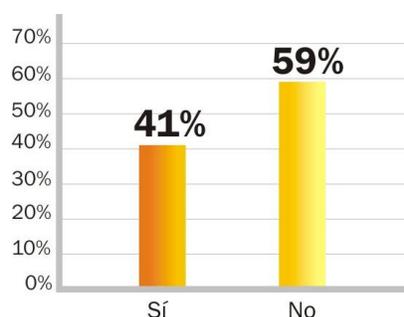
Frente a la pregunta ¿Trata al turista como le gustaría que lo trataran?, los participantes anotan que debido a que no existe cultura turística local, tal como se evidenció en la primera pregunta, el 59% de la población no trata bien al turista.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Las principales razones son la falta de cultura ciudadana frente al turista, desconocimiento de otras culturas y abuso en los cobros, principalmente al turista internacional (servicios de transporte y guía). El restante 41% precisa que sí se trata bien al turista gracias a la hospitalidad del huilense, tal como se reseñó en la pregunta anterior.

¿El huilense trata al turista como le gustaría que lo trataran?

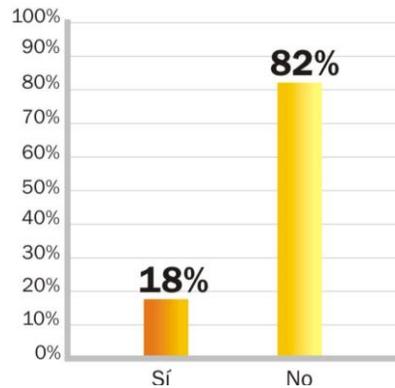


Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Frente a la pregunta ¿Conoce su ciudad y su oferta de atractivos para ofrecer al turista una información oportuna y confiable?, los participantes precisan que el 82% de los huilenses desconocen por completo su ciudad, su municipio y el departamento en general, y más aun, desconocen la oferta de atractivos turísticos que integran la vocación del Huila. Aunque mencionan los atractivos más importantes (San Agustín y Villavieja), la mayoría no los conoce y esto hace que no los valoren y por lo tanto dejan de ser los principales multiplicadores. El 18% restante de la población precisa conocer el departamento y sus atractivos, ya que de alguna manera están ligados al sector, bien sea como prestadores de servicios turísticos o como integrantes de la institucionalidad pública y privada.



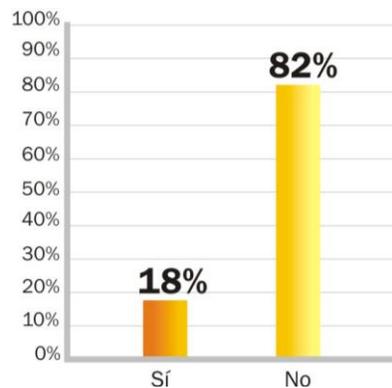
Conocimiento del huilense de su territorio y de la oferta de atractivos turísticos



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

La siguiente pregunta tiene estrecha relación con la anterior, ¿Conoce la oferta de alojamiento y restaurantes que su ciudad ofrece al turista?, como ocurrió en la pregunta anterior, el 82% anota no tener conocimiento, debido a falta de una estrategia de divulgación que debe ser implementada por las empresas de este subsector (los taxistas deberían ser los principales concededores de esta oferta, pues son quienes finalmente pueden orientar al turista). Solo el 18% sí tiene conocimiento de esta oferta de empresas turísticas.

Conocimiento del huilense de la oferta de alojamientos y restaurantes



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

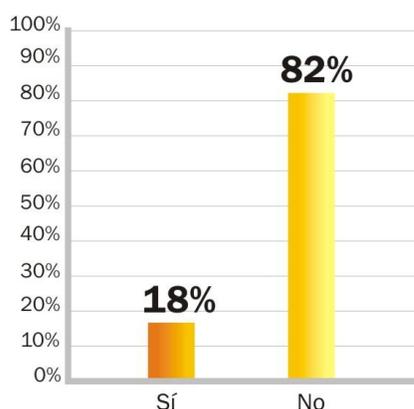
Ante la pregunta ¿el recurso humano es eficiente? El 82% de la comunidad precisa que no, en razón a que falta apoyo y estímulo del gobierno departamental y municipal para adelantar procesos de formación y desarrollo de competencias en turismo. Así

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

mismo, se requiere que las empresas del sector inviertan en la formación de sus colaboradores. Solo el 18% de la población anota que el recurso humano disponible en el Huila para el turismo es eficiente.

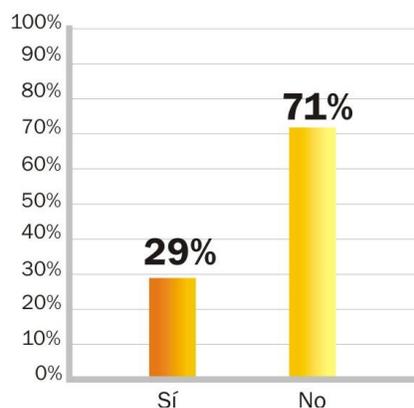
Eficiencia del recurso humano en el sector turismo del Huila



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Dentro del mismo componente de recurso humano, ante la pregunta ¿Tiene orientación hacia el turista?, los participantes evidenciaron que la gran mayoría del personal vinculado al sector no tiene orientación al turista (71%), dadas las razones que ya han sido expuestas en las preguntas anteriores. Solo el 29% expresa una verdadera orientación al turista por parte del recurso humano disponible en los destinos del departamento del Huila, como se puede apreciar en la gráfica.

Orientación del recurso humano hacia el turista



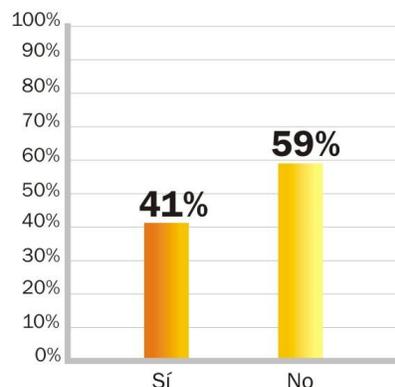
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Esta mínima orientación al turista se ve reflejada también en el poco interés del recurso humano de formarse y estudiar de manera permanente sobre temas relacionados con la planificación, desarrollo, gestión, promoción, comercialización, formación y fortalecimiento del turismo. El 59% de la comunidad dice no estar interesada en estudiar turismo, ya que la percibe como una profesión poco rentable y en donde no existen muchas oportunidades laborales. Otros expresan que hace falta tener programas de mayor calidad y que los empresarios apoyen a los estudiantes del sector con la adquisición de conocimiento en el sector real.

En este mismo sentido, el 41% restante dice estar interesado en ese tipo de formación, ya que ven en el turismo del Huila un enorme potencial, que una vez desarrollado, generará una gran dinámica en la oferta académica y laboral para quienes tengan formación técnica, tecnológica, profesional y pos gradual en temas turísticos.

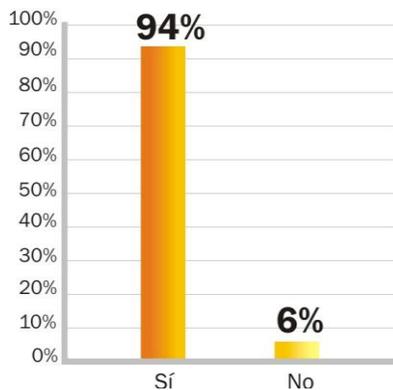
Recurso humano interesado en formarse en turismo



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

En cuanto al comportamiento de los turistas frente a la comunidad local, los participantes precisaron que el 94% de la población percibe a los turistas como personas amables y respetuosas en respuesta a la amabilidad y hospitalidad recibida del lugareño. En la mayoría de las oportunidades ellos hacen sugerencias y recomendaciones para mejorar, también valoran enormemente el atractivo y la experiencia cultural y ecoturística que ofrece el departamento.

Comportamiento del turista frente a la comunidad local

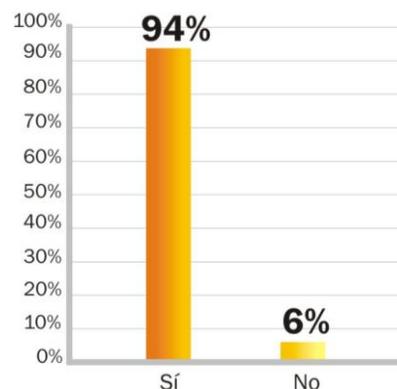


Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Otro de los aspectos analizados en el taller, hace referencia a los conflictos y problemas que se generan en la comunidad por la afluencia de turistas. Los participantes precisan que para el 94% de la comunidad huilense la actividad turística desencadena en problemas como drogadicción, prostitución, basuras, contaminación, aculturación, entre otros.

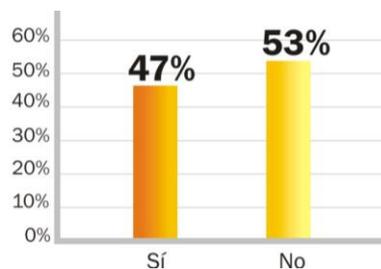
Expresan que lo anterior ocurre por la inexistencia e incumplimiento de las políticas públicas en cada tema mencionado. También por el desconocimiento en los prestadores de servicios turísticos y la comunidad en general del concepto de “turismo amigable y sostenible”. Finalmente proponen como estrategia implementar medidas efectivas que mitiguen los impactos negativos y controlen la operación de los prestadores de servicios turísticos.

Percepción de la comunidad frente a los conflictos y problemas que genera la operación turística en el Huila



En cuanto a las variables que hacen parte de la identidad del huilense y que atraen al turista, el 53% dice desconocerlas, en razón a que en el departamento hay una mezcla muy variada de culturas y hace falta implementar la cátedra de la huilensidad y cultura agustiniana. El 47% restante dice conocer dichas variables y sentirse orgulloso del patrimonio material e inmaterial del huilense, tal como se observa en el gráfico siguiente.

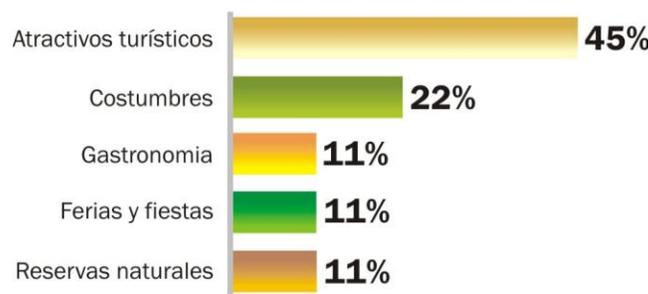
Percepción sobre el conocimiento de las variables que hacen parte de la identidad del huilense y que atraen al turista



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

En el gráfico siguiente se presentan las principales variables que fueron mencionadas por los participantes y que hacen parte de la identidad que atrae al turista nacional e internacional. Se destacan los atractivos turísticos con el 45%, le sigue las costumbres con el 22%; y finalmente gastronomía, reservas naturales, y ferias y fiestas, cada una con el 11% de participación.

Principales variables mencionadas



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

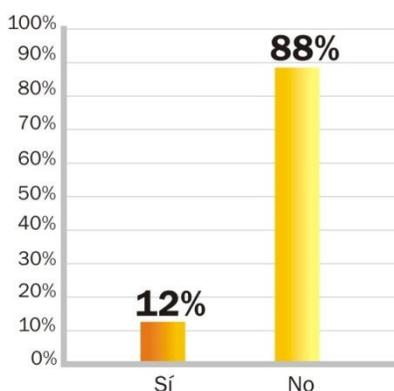
Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Finalmente, la percepción que se logra obtener en términos generales, es que la cultura turística de la población huilense no es suficiente. No se evidencia en ella cultura turística, ni apropiación.

Se requiere del compromiso decidido de los gobernantes, el emprendimiento y mejoramiento de los prestadores de servicios turísticos y la articulación de las instituciones públicas y privadas para que la comunidad entienda que del turismo se “puede vivir”, se logre el apalancamiento productivo de los municipios con vocación turística y se lleguen a ofertar servicios con valor agregado cuya contraprestación sea la captación monetaria para ayudar al sistema económico local y departamental.

Suficiencia de cultura turística en el huilense



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

1.1.7. ORDENAMIENTO TERRITORIAL: ZONAS, USOS, ACTIVIDADES VERSUS VOCACIÓN TURÍSTICA

1.1.7.1. Análisis de los POT

Instrumentos relacionados con los lugares de los atractivos seleccionados

De acuerdo con lo consignado en el Plan Nacional de Desarrollo 2011-2014 y los planes básicos de ordenamiento territorial de algunos municipios del departamento de Huila, se presentan a continuación los sectores de desarrollo en los que el departamento se prepara:

En Huila Dentro de los planes y proyectos a nivel departamental, regional y en cumplimiento de las políticas nacionales, se están trabajado temas de vital importancia como “las cuencas hidrográficas: áreas naturales protegidas del orden nacional en el Sistema de Parques Nacionales Naturales y Áreas Naturales Protegidas de nivel regional y municipal; corredores biológicos en proceso de restauración con experiencia exitosa en el corredor Puracé-Cueva de Los Guácharos en el Macizo Colombiano, Plan de Manejo para el ecosistema Desierto de la Tatacoa y en el turismo como estrategia para el desarrollo territorial con proyectos como “Neiva, Ciudad Región” y la Red de Museos y parques del Alto Magdalena, para la zona ecoarqueológica, en los que se han adelantado acciones en materia de pavimentación vial, desarrollo de infraestructuras y valoración del patrimonio histórico y cultural”.

Huila por su nivel de prestación de bienes y servicios, disposición vial y agrupación de ciudades y poblaciones, se convierte en un lugar interesante en oportunidades para los departamentos vecinos como Caquetá, Putumayo, sur del Tolima y oriente caucano, dando al departamento la oportunidad de crear un sistema articulado.

El Plan Nacional de Desarrollo 2011-2014 dentro de las inversiones públicas como pilares, programas y estrategias trazan “fortalecer el turismo como motor de desarrollo regional, ampliar la estrategia a otras ciudades del país, analizar las condiciones particulares y los esfuerzos fiscales locales que permitan impulsar los sistemas estratégicos de transporte público (SETP) de Buenaventura, Ibagué, Neiva, Manizales y Villavicencio, recuperar la navegabilidad del río Grande de La Magdalena”⁷⁸.

El departamento del Huila formuló y adoptó la Agenda Interna de Productividad y Competitividad, la cual en su apuesta de turismo y a partir de sus cuatro clústers: arqueológico, Desierto de la Tatacoa y su área de influencia, Neiva Ciudad Región y Yaguará-Betania, posibilita el Huila para el año 2019 como el primer destino ecológico y cultural del país, con capacidad para recibir 2.200.000 turistas al año. Potencialmente es un escenario con variada oferta turística desde las fortalezas de naturaleza y cultura, las cuales se vienen trabajando desde la perspectiva de lo nacional a lo regional y local.

⁷⁸ Plan Nacional De Desarrollo Y Plan De Inversiones 2011-2014.

El plan sectorial “Turismo para un Nuevo País”, consagra que para el año 2020 Colombia habrá definido siete productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística nacional. Esos productos son: sol y playa, historia y cultura, agroturismo, ecoturismo, deportes y aventura, ferias y fiestas, y ciudades capitales. (Plan Nacional Sectorial de Turismo).

El departamento presenta un escenario interesante en el desarrollo de la conectividad con la construcción de tres importantes corredores arteriales como: La Plata-Inza-Totoró-Popayán, Isnos-Paletará-Popayán, Colombia-La Uribe. Las dos primeras comunicarán al Pacífico y la última conectará con los Llanos Orientales y con Venezuela.⁷⁹ Temas tratados en profundidad en capítulos anteriores.

1.1.7.1.1. Clúster Neiva Ciudad Región

El clúster y la visión de futuro desde el ordenamiento territorial

Dentro de los objetivos y políticas enfocados al turismo para el desarrollo del municipio se encuentra:

Consolidar a Neiva como Ciudad Región prestadora de servicios cualificados y especializados en las áreas de turismo, educación, salud y asistencia dentro del contexto regional.

Propósito y vocación de desarrollo

Reconocer, adoptar y organizar territorialmente las actividades propias (vocación del suelo) y autóctonas de las regiones naturales del valle del río Magdalena y de las vertientes orientales de la cordillera Central y Oriental como las principales vocaciones del municipio (agropecuaria, de minería e hidrocarburos, ambientales y prestadora de servicios), para garantizar la consecución y el logro de la conectividad de sus sistemas, intercambio, unidad geográfica, cultural y el diseño del modelo de ocupación y organización que le concedan el carácter al municipio de Neiva como Ciudad Región y que incidan directamente en su desarrollo económico y social.

⁷⁹ Plan de Ordenamiento Territorial Municipio de Neiva. Acuerdo N° 026 de 2009.

Nivel regional, departamental o metropolitano

Neiva, muy importante en la articulación regional, presenta un nivel de servicios diversificados, pero con poca especialización en servicios superiores, industria, comercio al por mayor o transporte especializado, razón por la cual tiene limitaciones para insertarse debidamente en las nuevas dinámicas del entorno.

Sin embargo, en los últimos años, la ciudad y su entorno inmediato, presentan una afortunada tendencia hacia la especialización en algunos servicios como el turismo de eventos y negocios con el Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, el turismo recreativo con el acuaparque de Playa Juncal y el parque de los Niños; turismo rural en el circuito Neiva-Rivera, hacia la agroindustria con desarrollos como el de CEAGRODEX, y ha destinado recursos de pre-inversión para nuevos desarrollos como el Recinto Ferial de Neiva, el Spa Rivera Termales, el Parque Islas de Aventura y la zona franca Industrial Surcolombiana en el municipio de Palermo.

Por otra parte, Neiva debe solucionar problemas estructurales que afectan de manera negativa su competitividad, dichos problemas están relacionados con la prestación de servicios públicos y servicio de transporte público. En cuanto a la prestación de servicio de acueducto al que está asociado la cuenca del río Las Ceibas, se cuenta con el Plan de Manejo de la Cuenca de Las Ceibas y proyectos para el mejoramiento del servicio. En materia de transporte, Neiva debe incursionar en el tema de sistemas de transporte masivo, para el que la Nación, en su plan de desarrollo en el tema de Ciudades Amables establece para las ciudades medianas, “estudios de movilidad e implementación de sistemas estratégicos de transporte público (SETP). Para estos sistemas el Gobierno impulsará el uso de combustibles limpios como el gas”⁸⁰.

Nivel municipal

Dentro de las políticas urbanas, objetivos y estrategias enfocadas al desarrollo turístico del municipio se encuentran:

⁸⁰ Plan de Ordenamiento Territorial Municipio de Neiva. Acuerdo N° 026 de 2009.

Zonas de desarrollo turístico prioritario

Son las extensiones de territorio que por contener un potencial de recursos turísticos deben someterse a medidas especiales de protección y a un planeamiento integrado que ordene su territorio.

Se establecen las siguientes zonas de desarrollo turístico prioritario, ubicadas en el casco urbano del municipio de Neiva:

1. Centro empresarial y comercial de Negocios y Servicios José Eustasio Rivera.
2. Parque Islas de Aventura.
3. Malecón.
4. Concha acústica Jorge Villamil.
5. Parque Remate Río del Oro.
6. Corredor Férreo.
7. Estación del Ferrocarril.
8. Paseo del Bambuco.
9. Parque Lineal Las Ceibas.
10. Predio del Teatro Pigoanza.
11. Parque Peñón Redondo.
12. Parque El Curíbano.
13. Parque Mampuesto.
14. Jardín Botánico.



Predios de desarrollo turístico prioritario

Se determinan y declaran los siguientes predios de desarrollo turístico prioritario del municipio de Neiva, correspondiente al Centro Poblado de Fortalecillas:

1. **Declaratoria de áreas turísticas prioritarias de predios:** estos predios serán identificados y definidos en la Unidad de Planificación Rural adoptada por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal.
2. **Declaratoria de áreas turísticas prioritarias de vías de Fortalecillas:** estas vías serán identificadas y definidas en la Unidad de Planificación Rural adoptada por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal.
3. **Declaratoria de áreas turísticas prioritarias del corredor férreo:** el corredor férreo se declara como área turística prioritaria desde la ciudad de Neiva hasta el río Fortalecillas pasando por el centro poblado del mismo nombre.
4. **Declaratoria de áreas turísticas prioritarias del puerto Remolino:** sobre el río Magdalena al final de la calle 4ª siguiendo la ronda del río desde la calle 4ª en sentido sur 150 metros.

Se determinan y declaran las siguientes zonas de desarrollo turístico prioritario del municipio de Neiva, correspondiente al centro poblado del Caguán y San Francisco.

1. El atrio de la iglesia y la plaza central del corregimiento del Caguán.
2. Templo Santuario Señor de los Milagros vereda San Francisco.

Política para la Conservación y Valoración del Patrimonio Histórico, Cultural y Arquitectónico

Hace referencia a la valoración y conservación de los inmuebles y en general de los elementos constitutivos del patrimonio histórico, cultural y arquitectónico, por medio de estudios técnicos que permitan su identificación y definan su tratamiento.

Como estrategia en el sector turístico se articulará la ciudad por medio de corredores turísticos integrando los monumentos patrimoniales e históricos.

Zona de preservación y manejo ambiental ZPMA

Es la zona contigua a la ronda, prevista para su mantenimiento, protección y preservación ambiental con el fin de amortiguar el impacto del desarrollo urbano estableciendo una transición entre la zona de protección y la zona de construcción. Las ZPMA delimitadas a partir de la ronda en una franja paralela a las mismas de 15 metros a lado y lado, serán parte del sistema de cesiones de la ciudad, se aplicará en el río del Oro, río las Ceibas, quebrada Matamundo, quebrada la Toma, río Magdalena y en las lagunas Los Colores, Curíbano, y Matamundo; de igual manera en aquellas fuentes hídricas que los estudios ambientales contemplen.

1. Las zonas de preservación y manejo ambiental de los ríos y quebradas de la ciudad de Neiva se destinarán en el manejo y construcción de parques lineales. Los lagos y lagunas se integrarán a las áreas de parques según los diseños que se desarrollen en el Plan Maestro de Espacio Público y/o Decreto Reglamentario.
2. La autoridad ambiental establecerá la política de manejo y los programas de supervisión y control, para los pozos existentes y para la verificación de las concesiones otorgadas por la CAM y vigentes a la expedición del acuerdo.
3. En las áreas de aislamiento ambiental y rondas hídricas que se encuentren ocupadas como resultado de procesos de urbanización o construcción ilegal, no se podrá adelantar ningún tipo de actuación o tratamiento urbanístico, la administración municipal procederá a iniciar los procesos administrativos pertinentes tendientes a la recuperación de dichas áreas y a la aplicación de las sanciones establecidas en las normas vigentes, en especial las contempladas en el Artículo 104 de la Ley 388 de 1997 o en las normas de las adiciones que la modifiquen o cambien, si a ello hubiere lugar.

Principios de manejo

Las acciones de manejo del sistema hídrico del municipio, conformado por la cuenca del río Magdalena, las subcuencas y microcuencas de las quebradas y ríos pertenecientes al municipio de Neiva, deberán obedecer a los planes de ordenamiento y manejo de las cuencas hidrográficas.



1. Las acciones estarán encaminadas a la conservación, protección y ordenamiento de las áreas y elementos naturales que lo conforman, mediante la regulación de usos del suelo compatibles, y tratamientos especiales tendientes a la preservación y recuperación de cuencas, fuentes y corrientes naturales de agua⁸¹.

Accesibilidad, movilidad y conectividad

Dentro de los atractivos turísticos ubicados en Neiva, como capital departamental se encuentran: el malecón del río Magdalena, ubicado en el sector occidental del municipio siendo uno de los sitios más visitados por los turistas debido a su ubicación; se puede llegar fácilmente desde cualquier punto de la ciudad utilizando los medios de transporte local como: bus, taxi, mototaxi o simplemente caminando, el malecón se encuentra sobre la avenida circunvalar, en una vía de doble calzada asfaltada y de un amplio perfil vial, es considerada uno de los principales ejes ambientales de la ciudad, inicia en la calle 2 con la plaza-mirador hacia el río Magdalena donde se encuentra ubicado el monumento a La Gaitana y va hasta el muelle del Caracolí; la avenida circunvalar es de gran importancia en la movilidad de la ciudad, además es el espacio de soporte a los diferentes eventos culturales como ruta de los desfiles del Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco que inician en el puente el Tizón, tomando toda la avenida, pasando por el monumento La Gaitana, hasta llegar a la glorieta que conduce a Surabastos, continúa por esta vía hasta llegar a la calle del festival, evitando la congestión en el centro de la ciudad.



Río Magdalena y Malecón.



Malecón del río Magdalena.

⁸¹ Plan de Ordenamiento Territorial Municipio de Neiva. Acuerdo N° 026 de 2009.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Monumento a La Gaitana.



Monumento a La Gaitana.



Muelle del Caracolí.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Muelle del Caracolí.

Ciudad Villamil

Está conformada por un conjunto escultórico compuesto por diez obras alusivas al maestro compositor Jorge Villamil, ubicadas en cruces de vías, parques, glorietas y andenes de varios sectores de la ciudad:

- Los Guadales: carrera primera con avenida Pastrana.
- El Caracolí: calle 16 con carrera 21, margen del río Magdalena.
- Luna roja (versión uno): carrera segunda con callecuarta, Plaza de San Pedro.
- Luna roja (versión dos): avenida La Toma con carrera novena.
- Al sur: carrera séptima con calle segunda sur, glorieta al terminal.



-El caballo colombiano: costado sur del estadio de fútbol.

-Llamarada: avenida 26 entrada al barrio municipal.

-Me llevarás en ti: avenida 26 con carrera séptima.

-Tambores del Pacandé: concha acústica Jorge Villamil.

-El Barcino: Plaza cívica Los Libertadores.



Monumento Luna Roja 1.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Monumento Al Sur.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Monumento El Barcino.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Monumento El Caracolí.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Monumento Los Caballos.



Monumento Me llevarás en ti.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Monumento Lllamarada.



Monumento Los Guadales.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Monumento Los Tambores



Monumento Luna Roja 2.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



La **Catedral de la Inmaculada Concepción** está ubicada en el costado sur del parque Santander, y el **Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera** sobre la avenida Tenerife. Poseen buena accesibilidad desde cualquier punto de la ciudad debido a que se encuentran en pleno corazón de Neiva y se encuentran interconectados al sistema de ciclorutas que incorpora la bicicleta como modo alternativo de transporte no contaminante, mediante el mejoramiento y acondicionamiento de la infraestructura vial para la generación de carriles exclusivos en adecuadas condiciones de seguridad y confort con accesibilidad y conexión entre las principales zonas de la ciudad.



Catedral de la Inmaculada Concepción Interior Catedral de la Inmaculada Concepción.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Las ciclorutas están conformadas por una red ambiental y recreativa en distintos puntos de la ciudad, para su funcionalidad, se definen anillos integrados que hacen parte del sistema de ciclorutas en la UPZ La Magdalena convirtiéndose en ejes primarios que articulan la ciudad con todos los parques:

1. Anillo interno conformado por la red del parque lineal del río Las Ceibas, malecón del Magdalena, parque lineal del río del Oro, carrera 16.
2. Anillo central conformado por la carrera 12, La Toma, carrera 5 calle 7.
3. Anillo externo conformado por las vías circunvalar y perimetral de Oriente.
4. Ejes integrados de los ejes paisajísticos de La Toma, río Magdalena, quebrada el Venado, río Las Ceibas, quebrada La Toma, quebrada Seca, quebrada la Cabuya, río

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

del Oro, quebrada Matamundo, quebrada Mampuesto, quebrada Carpeta, quebrada la Barrialosa y Avichente.

La Estación del Ferrocarril, es considerada como una de las áreas turísticas prioritarias, la edificación está resaltada por la plazoleta del parque Andino donde rematan las calles séptima y octava, primeras avenidas de doble carril de la ciudad, diseñadas al mismo tiempo que la calle nacional paseo José Eustasio Rivera, que comunica el centro de Neiva con el sector norte del aeropuerto Benito Salas.



Fotografía Estación del Ferrocarril.



Fotografía Parque Andino, Estación del Ferrocarril.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Situación actual

En estos momentos las vías que comunican los atractivos turísticos mencionados anteriormente se encuentran en buen estado; dichos atractivos están principalmente ubicados sobre ejes ambientales y funcionales, siendo representativos en la estructura urbana del municipio, permitiendo fácil accesibilidad, movilidad y conectividad peatonal.

El transporte público como el privado es caótico en el área centro tradicional, ya que la mayor parte de las rutas pasan por el sector, principalmente sobre los ejes primarios en direcciones norte-sur y oriente-occidente sin utilizar vías alternas que mejoren la movilidad en el área central, sumándose a esto la gran afluencia de motocicletas y el parqueo de automotores en zonas de alta circulación peatonal y vehicular.



Programas y proyectos

Dentro de los programas y proyectos se encuentra el **Plan Maestro de Movilidad** como instrumento de planificación que permite complementar y desarrollar el plan de ordenamiento territorial en cuanto a la ejecución y cumplimiento específico de los objetivos, principios y estrategias de la política de movilidad sostenible; así como la consolidación del sistema de movilidad logística a través de la definición acertada y programática de planes, programas y proyectos que orienten la inversión pública y privada⁸², cuyos alcances, objetivos y estrategias se encuentran consignados en el Acuerdo 026 de 2009.

Políticas de movilidad

Mejoramiento de la accesibilidad y movilidad dentro del área urbana del municipio, articulando con el sistema vial rural y regional. Busca establecer las vías de acceso adecuadas para las diferentes zonas del municipio en función de los usos del suelo y de los flujos de tránsito, permitiendo definir los parámetros de diseño de las vías urbanas y rurales así como su uso.

Estrategias

1. Definición de corredores para el transporte público y privado.
2. Definición de corredores peatonales en la ciudad (zona centro, articulada con los sectores norte, oriente y sur de la ciudad.).
3. Definición de corredores para el ciclista, articulados con los existentes en la zona centro de la ciudad.
4. Mejoramiento y mantenimiento de la malla vial urbana.
5. Recuperación del espacio público. Permite mejorar la movilidad vehicular y peatonal (en la zona centro), disminuir la congestión vehicular en las zonas comerciales y recuperar zonas de uso común.
6. Ampliación, adecuación y reconstrucción de andenes.

⁸² Plan de Ordenamiento Territorial Municipio de Neiva. Acuerdo N° 026 de 2009.

7. Consolidación de la malla vial. Permite asegurar a la ciudad su movilidad con la continuidad de los anillos y vías radiales asegurando la conectividad entre los diversos sectores.

8. Identificación y optimización de intersecciones viales, priorizando en la malla vial la renovación de la totalidad de los servicios de infraestructura, antes de la pavimentación de las vías e intersecciones.

Sistema de transporte público individual

Es el servicio de transporte público prestado por taxis, su operatividad debe estar reglamentada de manera estratégica y coordinada según las disposiciones del sistema de movilidad.

Objetivo general del sistema de transporte público individual

Consolidar el transporte público individual como un modo de transporte organizado operativamente y articulado con la totalidad de los componentes del sistema de transporte.

Estrategias

1. Definir la red de zonas amarillas fuera de vía.
2. Articular el transporte público individual (taxi).
3. Incorporar la prestación del servicio de taxi al interior de las instalaciones de los equipamientos que generen la accesibilidad al servicio.
4. Prohibir la consolidación informal de bahías prestadoras del servicio que hagan uso indebido del sistema vial y el espacio público.
5. Definir medidas reglamentarias de control permanente, que garanticen la no prestación ilegal del servicio.
6. Definir medidas que velen por la racionalización en la oferta de vehículos prestadores del servicio.



Sistema municipal de cables: definidos como una alternativa de transporte turístico en el Parque Isla de Aventura y su integración con los parques de ciudad para poder generar el eje articulador turístico.

Tren (Ferrocarril): se define como un modo alternativo de transporte que pretende la reactivación de la vía férrea Fortalecillas, como un atractivo turístico que fortalezca la cobertura del servicio de transporte público colectivo y que atienda los nuevos desarrollos urbanísticos.

Circuito de ecoturismo rural: el casco urbano de Neiva y los núcleos rurales de El Caguán, y La Ulloa y el circuito Neiva-Fortalecillas, ofrecen servicios para el soporte del desarrollo rural del municipio. La propuesta contempla incorporarlos, además, como soporte al desarrollo ecoturístico del territorio y conformar con ellos un circuito de espacios que ofrezcan servicios complementarios a la actividad turística y propicien la realización de eventos y actividades recreativas y culturales para sus habitantes y los turistas que los visiten.

Se propone conformar un circuito que fuera de lo vial contenga un sendero para caminantes, ciclistas y equinos que permitan ofrecer al visitante y al habitante unos recorridos turísticos que conecten la población con el área rural y sus atractivos turísticos, de igual manera se contemplan las vías que permiten el manejo y la articulación de los corredores suburbanos.

City tour: que lleve a los huilenses y a los turistas a conocer cada rincón de la “Ciudad Villamil” y otros sitios turísticos de Neiva. La idea es vincular al ciudadano en la cultura, relacionarlo con el monumento y promover los actos culturales. Esto debe estar articulado con la implementación del Sistema Estratégico de Transporte Público, (SETP), columna vertebral de los megaproyectos que se adelantan en Neiva, basados en la operación organizada y moderna del transporte permitiendo reducir el número de viajes no necesarios, actuar y conservar los centros históricos, promover la formalidad empresarial, asegurar el control efectivo de la operación y facilitar la movilidad en la ciudad.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Espacio público

Situación actual

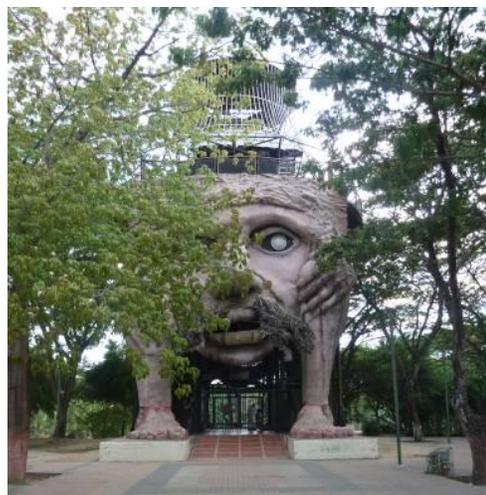
El malecón del río Magdalena, uno de los sitios turísticos más visitados de la ciudad por sus calidades ambientales y paisajísticas, cuenta con amplios andenes, franjas de mobiliario urbano y buena señalización, el contacto con el río y la abundante vegetación permiten hacer fácilmente avistamientos de aves, caminatas ecológicas, recorridos en lancha, también hay variedad de locales de artesanías de todo tipo, y restaurantes donde se pueden apreciar los platos típicos del Huila.

En el intermedio del recorrido sobre el malecón esta uno de los sitios más visitados, el mirador, ubicado en una estructura muy particular que hace alusión al mitológico personaje del río Magdalena, El Mohán. Desde este mirador se puede divisar la belleza del río y una vista panorámica de la ciudad.

El área del centro tradicional presenta soluciones radicales en el manejo del espacio público con la peatonalización de la carrera quinta y calle octava, dando como resultado el aumento de la movilidad peatonal, el aumento de vegetación sobre estos ejes y la disminución de la contaminación auditiva y visual presente en el área.



Restaurantes sobre el Malecón.



Mirador Parque.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



El centro de Neiva a pesar de tener buenos tratamientos de espacio público generalmente sobre las vías principales, se ve desdibujado por la invasión del espacio a causa del comercio informal generando deterioro urbanístico en el sector, no hay una señalización que guíe al turista hacia los diferentes atractivos turísticos, hay buena cobertura vegetal y de gran porte, principalmente sobre las vías de alto flujo vehicular y peatonal.



Fotografía Peatonal Carrera 5.



Fotografía Alamedas.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Plan Especial de Manejo y Protección (PEMP)

Los programas y proyectos de la administración municipal para la preservación del Patrimonio cultural son los siguientes:

1. Destinar los recursos necesarios para el cumplimiento de las estrategias y hacer el seguimiento del desarrollo de las mismas, garantizando su ejecución.
2. Hacer efectivos los instrumentos de planificación, aplicados al patrimonio, como los planes especiales de protección, previa declaratoria y aprobación de la Filial del Consejo de Monumentos Nacionales seccional Huila.
3. Consolidación y funcionamiento del plan de rutas turísticas propuestas.
4. Mejorar y complementar los proyectos para la realización de equipamientos culturales, principalmente bibliotecas y centros de capacitación.

5. Realizar la propuesta para el reconocimiento del municipio como paisaje cultural, con el fin de valorar el territorio rural y potenciarlo, tanto en la región como a nivel nacional.
6. Aplicación de instrumentos de gestión como incentivos al sector privado, para la recuperación de inmuebles de interés cultural.
7. Aplicar los lineamientos existentes definidos por el Instituto Colombiano de Antropología e Historia, para el manejo del patrimonio arqueológico, con el fin de contribuir a la reconstrucción de un pasado que tiene trascendencia no solo regional sino nacional e internacional⁸³.

Equipamientos⁸⁴

Localización de equipamientos. Plantear una red de equipamientos minimizando los desplazamientos y promoviendo el desarrollo local, atendiendo la mayor cantidad de necesidades de la ciudadanía y respondiendo a los criterios de cobertura y provisión. Esta estrategia está dirigida a dotar al municipio de los servicios necesarios para articular las áreas residenciales con las demás actividades, así como a proveer el soporte social para lograr una adecuada calidad de vida integral en el conjunto de la ciudad. Los equipamientos pueden ser de carácter público, privado o mixto.

Relocalización de equipamientos. Con el objeto de ajustar la estructura urbana a la Política Social de Equipamientos, se define como acción necesaria la relocalización de equipamientos que actualmente generen inseguridad, congestión y contaminación y la utilización de sus instalaciones para el desarrollo de otros usos.

Equipamientos de los sectores de servicios urbanos. Con el objeto de ajustar la estructura urbana a la Política Social de Equipamientos, se define como acción necesaria, la localización de equipamientos en los sectores de servicios urbanos que se encuentran localizados dentro de los centros logísticos locales (equipamiento de apoyo local, cuyo objetivo es suplir el déficit que se encuentra dentro de los barrios).

⁸³ Plan de Ordenamiento Territorial Municipio de Neiva. Acuerdo N° 026 de 2009

⁸⁴ Documento Técnico Caracterización Diagnóstica – Revisión y Ajuste del Plan de Ordenamiento Territorial.

Equipamientos de las centralidades. Con el objeto de ajustar la estructura urbana a la Política Social de Equipamientos, se define como acción necesaria la localización de equipamientos en las centralidades urbanas que se encuentran localizadas dentro de las unidades de planificación zonal (equipamiento de apoyo zonal, cuyo objetivo es suplir el déficit que se encuentra dentro de las unidades de gestión local).

Aspectos Normativos

Usos

Dentro de los conflictos que se han detectado en diferentes sectores de la ciudad por el establecimiento de usos del suelo de alto impacto en zonas residenciales, instituciones educativas, de salud o templos religiosos, La Alcaldía por medio del Departamento de Planeación Municipal puso en marcha las determinantes que rigen el uso del suelo, especialmente en la restricción de uso sobre áreas protegidas por amenaza, la descentralización espacial de las actividades jerarquizando centralidades, la protección y consolidación del espacio público, el impacto o radio de acción de cada actividad, y la articulación con el sistema de movilidad de ciudad.

Por tal motivo, en el sector turístico, la norma identifica cuatro áreas prioritarias turísticas y recreativas, en las que se permiten actividades de alto impacto como bares y discotecas.

La principal es la denominada Malecón del río Magdalena, que consta del intercambiador vial El Tizón hasta la carrera 15 por la carrera 6W y la Avenida Circunvalar, solo por la franja izquierda, porque la franja derecha es zona de protección del río donde solamente se permite plaza de comidas, plazoleta de artistas, cuenteros y actividades pasivas. Las otras 3 áreas turísticas y recreativas son: la carrera 16 entre la calle octava y la última bodega del ferrocarril; la carrera quinta desde la calle 12 hasta la calle 14; y el llamado camellón de la calle 14 entre las carreras quinta y segunda.

Sobre el Malecón del río Magdalena también hay variedad de usos como: concesiones comerciales donde se pueden adquirir artesanías de todo tipo, restaurantes de comida típica y gourmet, el Museo Prehistórico bajo la plaza donde se encuentra el Monumento a La Gaitana.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

El embalse de Betania, es el mayor cuerpo de agua del departamento con 7.400 hectáreas de espejo de agua, para las que se ha formulado el Plan de Manejo Pesquero, pero se requiere una herramienta de planificación integral que regule las otras actividades que allí se realizan como turismo, transporte y actividades costeras establecidas en los POT municipales.

Tratamientos

Los atractivos turísticos: Catedral de la Inmaculada Concepción, Malecón, Monumento a La Gaitana, Estación del Ferrocarril, Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera se encuentran en el tratamiento urbanístico de renovación urbana, con el objetivo de orientar a la realización de actuaciones urbanísticas públicas, privadas y mixtas, enfocadas a reactivar el centro y propiciar su reordenamiento.

Las orillas del río Magdalena se encuentran bajo el tratamiento de conservación en la modalidad de Tratamiento de Preservación Ambiental y Urbana, orientado en sectores desarrollados que requieren de normas tendientes a mantener el espacio público, los usos y estructuras actuales por estar adecuadas a la forma y estructura urbana propuesta, cualquier modificación o cambio urbanístico para estos sectores se debe hacer mediante una actuación urbanística.

El tratamiento de preservación ambiental y urbana está orientado a mantener y crear el espacio público y estructuras, los usos actuales por estar adecuadas a la forma y estructura propuesta (parques zonales locales existentes y los propuestos en el ámbito regional).⁸⁵

Rivera

Los programas y proyectos que plantea la administración municipal en su Esquema de Ordenamiento Territorial para el fortalecimiento de la oferta de bienes y servicios turísticos son:

- Remodelación centro turístico las Termas de Rivera.
- Dotación de equipamiento turístico en los corredores viales.

⁸⁵ Plan de Ordenamiento Territorial Municipio de Neiva. Acuerdo N° 026 de 2009.



- Elaborar el Plan de Desarrollo Ecoturístico, basado en el Plan de Ordenamiento Territorial.
- Implementar actividades para el aprovechamiento del tiempo libre, camping, caminatas, excursiones actividades de ecoturismo.
- Adecuación y recuperación de la zona de los petroglifos para el establecimiento de programas turísticos y de investigación científica.
- Implementación y creación de banda de vientos en el centro poblado de la Ulloa.
- Creación para los grados noveno y décimo, de la cátedra de Turismo Ecológico.⁸⁶

Componentes

- Reglamentación del uso del área urbana y de expansión urbana del resto del territorio.
- Mejoramiento de la calidad espacial y el disfrute colectivo del espacio público urbano.
- Ampliación, proyección y conservación del sistema vial urbano e interurbano del municipio.
- Mejoramiento de la calidad de los espacios nuevos construidos, que permitan incorporar elementos de la naturaleza en equilibrio con los diseños tecnológicos contemporáneos, procurando conservar lineamientos de diseño programado.
- Fomento de una cultura sobre la conservación y el disfrute del patrimonio urbano, arquitectónico, ambiental y ecoturístico.
- Mejoramiento de la oferta de agua potable para consumo humano, así como de las demás condiciones ambientales relacionadas con la salud. En esta dirección,

⁸⁶ Turismo en Rivera-<http://rivera-huila.gov.co/nuestromunicipio.shtml?s=m&m=T>.

apoyar a las entidades que garanticen la provisión del servicio de agua, la calidad de la misma y evitar los riesgos ocasionados por el establecimiento de asentamientos humanos sobre las cuencas.

- Proveer a los centros urbanos de mejores espacios de uso público, áreas verdes y parques, para mejorar la calidad de vida.
- Generación y adopción de mecanismos de promoción, valoración, preservación y defensa encaminados a fortalecer la categoría que ostenta su riqueza cultural y artística.
- Generación y adopción mecanismos de conservación y recuperación del patrimonio urbano y arquitectónico (Ministerio de la Cultura).⁸⁷

1.1.7.1.2. ClústerArqueológico

El clúster y la visión de futuro desde el ordenamiento territorial

Nivel regional, departamental o metropolitano

Visión

San Agustín en el 2011, tendrá mejores condiciones de vida, en armonía con el entorno; con principios de equidad, responsabilidad, desarrollo sostenible, perspectiva de género y dignidad humana; fundamentada en la necesidad de fortalecer y orientar el desarrollo integral del municipio, por conducto de una administración municipal, bien planificada. Evento que necesariamente debe estar acompañado por la comunidad de nuestro municipio, el Gobierno departamental y nacional. Esta debe complementarse con la visión que se determinó en el Plan Básico de Ordenamiento Territorial del municipio, para que de esta manera se logren todas las metas sectoriales que nos permitan lograr la consolidación de un municipio motor del desarrollo departamental.

⁸⁷ Acuerdo Esquema de Ordenamiento Territorial Rivera Despensa Verde, Ecoturística y Agroturística del Huila Acuerdo No. 026 Diciembre de 1999.

Misión

El municipio de San Agustín, garantiza el mejoramiento permanente de la calidad de vida de la comunidad, conformando y conduciendo a la entidad territorial en la tarea de formular, planificar, orientar y dirigir el desarrollo social, económico, cultural y político del municipio.

Estrategias

Es necesario diseñar planes y programas que permitan una promoción y divulgación eficiente del producto turístico a nivel nacional e internacional, con el apoyo de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, el Viceministerio de Turismo, embajadas, entre otras. Es determinante la participación en las ferias especializadas de turismo para fortalecer el posicionamiento y acrecentar la promoción del municipio.

Objetivo

Promocionar y fortalecer el posicionamiento de San Agustín a nivel nacional e internacional como destino turístico.

Objetivos específicos

- Coordinar la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico.
- Encaminar procesos de capacitación a las diferentes organizaciones de prestadores de servicios turísticos liderados desde la Secretaría de Cultura y Turismo en alianza con el Sena y otras entidades con servicios.
- Trabajar de la mano con la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, el Viceministerio de Turismo y el Fondo de Promoción Turística para adelantar un plan de promoción turístico para San Agustín, a nivel nacional e internacional.
- Realizar la señalización turística del municipio con apoyo del Fondo de Promoción y el Viceministerio de Turismo.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

- Realizar control y vigilancia a nivel turístico con el apoyo decidido de la Policía de Turismo, la inspección de policía y la Secretaría de Cultura y Turismo.
- Presentar proyectos de acuerdo ante el Concejo Municipal que permita ejercer un control eficiente y eficaz para el sector turismo.

Turismo alternativo para San Agustín

Objetivo

Ofertar nuevas alternativas de turismo aventura, senderismo, paisajismo, avistamiento de aves, ecoturismo, de manera que se aproveche no solo el potencial arqueológico sino el recurso natural, paisajístico y artesanal existente en el municipio.

Objetivos específicos

- Promocionar nuevos lugares de atractivo y belleza natural a nivel nacional e internacional.
- Formulación del proyecto del teleférico para el sector del estrecho del río Magdalena.
- Diseños de proyectos para la creación de vías que generen turismo alternativo como el ecoturismo y senderismo.
- Formular, diseñar y gestionar recursos para proyectos que permitan mejorar la infraestructura turística, parques recreacionales, posadas turísticas y demás alternativas que estén encaminadas al beneficio del turista y de la comunidad⁸⁸.

Nivel municipal

Dado que los recursos públicos deben orientarse a satisfacer las demandas y expectativas de la población en general, la administración municipal debe iniciar un

⁸⁸ San Agustín Patrimonio Histórico de la Humanidad Eco municipio Cultural y Turístico - Proyecto de Acuerdo Plan Básico de Ordenamiento Territorial del 2001.



proceso de planeación serio y pertinente como ejercicio regulador y responsable del desarrollo armónico de todos los agustinenses.

Objetivos específicos

- La protección del patrimonio cultural y ecológico además de los recursos naturales del municipio constituye una urgente e imperativa necesidad.
- Los servicios públicos, el mejoramiento de vías, así como la construcción y mejoramiento de infraestructura y vivienda es un tema prioritario en la edificación del municipio, pues estos se constituyen en indicadores básicos de la calidad de vida y bienestar de las personas que allí habitan.
- La formulación del Plan Básico de Ordenamiento Territorial para el municipio de San Agustín se denomina “Eco-Municipio Cultural y Turístico”, debido a que con este plan se pretende proyectar y potenciar las condiciones esenciales que caracterizan la macro-región territorial.
- La dimensión ecológica genera el compromiso de preservar sus recursos naturales y ambientales, que en forma excepcional posee el territorio. Su dimensión cultural, genera el compromiso de la comunidad de valorar y proteger el legado de la prehistoria, consistente en su riqueza arqueológica, reconocida como patrimonio mundial por la Unesco y su dimensión turística genera el compromiso de fortalecer el sector y convertirlo en un instrumento de desarrollo y bienestar de la comunidad.

Plan Básico de Ordenamiento Territorial

Objetivo general del ordenamiento territorial

- Desarrollar el conjunto de potencialidades del municipio, fortaleciendo el aprovechamiento de sus ventajas comparativas, dinamizando sus posibilidades territoriales, económicas, culturales, sociales, ecoturísticas y patrimoniales que conduzcan a fortalecer su capacidad de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Dentro de los objetivos específicos a corto plazo del Plan Básico de Ordenamiento Territorial, se tendrán los siguientes:

- Generar y adoptar mecanismos de promoción, valoración, preservación y defensa encaminados a fortalecer la categoría que ostenta su riqueza cultural precolombina de Patrimonio de la Humanidad, así como su potencial e identidad cultural, artística y ecoturística. (Carta de Quito, Icomos –Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-) Ley 300/97 de turismo.
- Generar y adoptar mecanismos de defensa y preservación del patrimonio ecológico y del medio ambiente urbano y rural. (Reunión de Río de Janeiro).
- Generar y adoptar mecanismos de conservación y recuperación del patrimonio urbano y arquitectónico (Ministerio de la Cultura).
- Ampliar, proyectar y conservar el sistema vial urbano e interurbano del municipio.
- Conservar la calidad del espacio histórico construido, que permita mantener la imagen urbana y arquitectónica de conjunto.
- Mejorar la calidad de los espacios nuevos construidos, que permitan incorporar el equilibrio de la naturaleza y los diseños tecnológicos contemporáneos, procurando conservar estándares de diseño y confort.
- Generar nuevas formas más eficientes que permitan mayores densidades urbanas en función de la seguridad, la calidad y el bienestar social de las clases menos favorecidas.
- Dentro de los objetivos específicos a largo plazo del Plan Básico de Ordenamiento Territorial, tendremos los siguientes:
 - Desarrollar y proyectar la infraestructura comunal pública y privada en función de la condición cultural y turística del municipio.
 - Capacitar y formar una cultura sobre el patrimonio urbano, arquitectónico, ambiental y ecoturístico.



- Identificar y reconocer el orden y la jerarquía de su condición ambiental y cultural, concebidas dentro de las relaciones humanas e intelectuales de sus habitantes.

Estrategias

Definir el desarrollo y crecimiento urbano del municipio de San Agustín para que sean utilizados los espacios libres existentes en el perímetro urbano condicionándolo a la oferta de infraestructura física de servicios públicos y al sistema vial, que presenta una ciudad cultural y turística.

El municipio dará a las áreas de reserva y protección urbana un tratamiento especial, de tal forma que permita la coexistencia de los usos rurales y urbanos y, que a su vez, controle su crecimiento hasta tanto tengan el carácter de urbano. Estas áreas deben tener tratamiento restrictivo de uso para ser incorporadas al perímetro urbano.

El municipio reglamentará la conservación de áreas urbanas y asentamientos rurales que, según las disposiciones constitucionales y legales, correspondan a tratamientos especiales en los usos del suelo, por razones históricas, culturales, ambientales y de preservación de los recursos naturales y patrimoniales. En especial en el área declarada de Conservación Patrimonial se establecen las normas básicas sobre la protección integral de inmuebles y los lineamientos programáticos de recuperación de la imagen colectiva del sector, a través de la Junta de Patrimonio y la Secretaría de Planeación.

Las zonas de interés arqueológico deben ser reglamentadas (Ley 397 Ley General de Cultura), mediante un plan concertado con el municipio.

Es necesario precisar el fortalecimiento de los servicios turísticos a través de campañas de promoción y mercadeo del producto turístico a nivel nacional e internacional, la capacitación en relaciones humanas e idiomas de quienes ofrecen servicios al turista y ante todo en el concepto de calidad, que incluye la presentación personal.⁸⁹

⁸⁹ Plan de Desarrollo Municipal 2009 – 2011 – San Agustín.

Accesibilidad, movilidad y conectividad

Situación actual

El departamento del Huila se encuentra sobre la cordillera Oriental de los Andes colombianos, a 1.730 metros sobre el nivel del mar, en las estribaciones del ponderado Colombiano, constituye uno de los más grandes nudos montañosos del planeta con un área calculada en 4.300.000 ha, cuyo territorio se encuentra en grandes extensiones todavía inexploradas, cumbres de más de 4.000 msnm y numerosos volcanes desde donde fluye la más significativa riqueza hídrica de Colombia y los principales atractivos turísticos del departamento.

El Macizo Colombiano lo conforman las subregiones: Piedemonte Amazónico, Alto Patía, Alto Cauca y Alto Magdalena, la cual tiene jurisdicción sobre la parte sur occidental del departamento del Huila y se encuentran inmersos atractivos turísticos como: El Parque Nacional Natural de Puracé, nevado del Huila, serranía de las Minas, Cueva de los Guacharos y otros como: El Parque Arqueológico de San Agustín, el Lavapatás, la Chaquira, el Purutal, estrecho del Magdalena, la Pelota, Cascada los Tres Chorros, Parque Museo de Obando y Sitio Arqueológico el Tablón, Parque Arqueológico Alto de los Ídolos, Alto de las Piedras, Salto de Bordones y Salto de Mortiño, entre otros.

Volcán Nevado del Huila

Desde Neiva se puede hacer el recorrido por la vía departamental que comunica con el municipio de Palermo a 21 km de distancia aproximadamente, sobre una vía asfaltada en buenas condiciones, posteriormente se continúa el recorrido sobre vía asfaltada donde se encuentra un tramo de aproximadamente 4 km sin pavimentar y que presenta un gran deterioro hacia el municipio de Santa María a una distancia de 23 Km, hasta este sector hay una distancia de 44 km, y un tiempo de recorrido de una hora y cuarenta minutos aproximadamente. El servicio de transporte intermunicipal lo prestan las empresas Cooperativa de Transportadores del Huila (Cootranshuila) y la Cooperativa de Transportadores de Santa María (Cootransamaria⁹⁰), se continúa el recorrido por un camino en construcción y luego por trocha hacia la vereda Jerusalén

⁹⁰ Plan de Desarrollo Municipio de Santa María – Huila 2008 – 2011- “pacto, cambio y unidad”.

ubicada a los alrededores del nevado (zona de amortiguamiento) en un tiempo aproximado de 2 horas y desde allí se puede acceder por un sendero ecológico en medio de la montaña hasta llegar al mirador desde donde se puede observar la imponente del volcán Nevado del Huila.

San Agustín

Se encuentra a una distancia de 222 km desde la ciudad de Neiva en un recorrido aproximado de cuatro horas directo o con escala en Pitalito, con servicio de transporte intermunicipal prestado por las empresas Cootranshuila, Coomotor, Cootranslaboyana, Taxis Verdes, entre otras.

Durante el recorrido desde Neiva se pueden visitar atractivos turísticos importantes como: el mirador de la represa en el municipio de Hobo, Gigante, Garzón, Altamira, Timaná y Pitalito, también se podrán divisar los distintos paisajes que conforman la cordillera Oriental y Central hasta la falda del Macizo Colombiano, contemplando los distintos relieves, ríos y climas de la región.



Vía a la represa de Betania.



Represa de Betania.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

El recorrido desde Neiva se da principalmente sobre la Troncal del Magdalena, o Ruta Nacional 45, un importante corredor de la Red nacional de vías de Colombia hasta el municipio de Pitalito. Es una vía asfaltada y se encuentra en perfectas condiciones, este sector se interconecta con la Troncal de Occidente, o Ruta nacional 20 la cual

conduce hasta los municipios de San Agustín y de Isnos por una vía de menor perfil vial y asfaltada hasta las cabeceras municipales.

El Parque Arqueológico de San Agustín

Se encuentra ubicado a 3 kilómetros del poblado, se puede llegar a este sitio en buseta de transporte público urbano, o en servicio de taxi, la vía es asfaltada hasta el acceso al parque y se encuentra en buenas condiciones, al interior del parque el recorrido de 4 kilómetros es a pie y dura aproximadamente entre 3 y 5 horas por senderos empedrados, caminos y césped en muy buen estado. En el recorrido se visita: El Museo Arqueológico, Bosques de las Estatuas, Terraplen Arqueológico, las diferentes Mesitas, La Fuente Ceremonial del Lavapatas y el Alto del Lavapatas.

Desde las vías de acceso al Parque Arqueológico de San Agustín se puede iniciar un recorrido para observar estatuas y figuras arqueológicas por un recorrido a pie o a caballo inicialmente hacia la vereda Purutal y La Pelota, por vía destapada y en regulares condiciones, posteriormente se continúa el recorrido por vía destapada hasta salir a la vía que comunica con el corregimiento de Obando, vía asfaltada con una longitud aproximada de 1 kilómetro donde se toma el desvío hacia la vereda La Chaquira sobre un sendero (franja de circulación entre potreros) en regulares condiciones (a este sector no se puede acceder en vehículo, pues las condiciones del terreno no lo permiten). En la Chaquira se puede ir hasta el mirador acondicionado sobre el cañón del río Magdalena y observar las diferentes figuras arqueológicas y el paisaje natural, luego se continúa el recorrido por el sendero hasta el Museo Etnográfico El Tablón y finalmente se retoma la vía asfaltada que comunica con el casco urbano de San Agustín.



Vía Neiva-Pitalito-SanAgustín.



Parqueadero acceso Parque Arqueológico de San Agustín

.Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

San Agustín cuenta con una ubicación estratégica en el territorio por ser cruce de vías terrestres y fluviales, siendo una zona de contacto entre regiones, sitio base para iniciar los recorridos hacia las distintas rutas arqueológicas.

Isnos

“El recorrido hacia el municipio de Isnos cuenta con inmensas riquezas culturales como el Parque Alto de los Ídolos y Alto de las Piedras, lugares con incomparables muestras arqueológicas y vestigios de nuestros antepasados”.⁹¹

De San Agustín a Isnos se puede iniciar el recorrido por la vía que conduce al corregimiento de Obando, la mayor parte de la travesía es sobre vía destapada la cual presenta tramos muy deteriorados y al borde de los abismos que dan sobre el cañón del río Magdalena sin ningún tipo de protección. El primer atractivo turístico que se encuentra es el Estrecho del río Magdalena a 9 kilómetros de la cabecera municipal de San Agustín, hasta este punto la vía es asfaltada en regulares condiciones, el ingreso al estrecho se hace a pie sobre un camino empedrado en buenas condiciones que desciende hasta las orillas del río en una distancia aproximada de 250 metros. El recorrido continúa hacia Obando, en donde se encuentra el Museo Arqueológico ubicado en la zona central del corregimiento, contiguo al parque principal. El recorrido sigue por vía destapada unos 16 kilómetros en regulares condiciones donde se

⁹¹ Visita al pasado. Disponible en:<http://www.isnos-huila.gov.co>.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

pueden observar pequeños ingenios azucareros y varios trapiches hasta llegar al desvío hacia el Parque Arqueológico Alto de Los Ídolos. El recorrido al interior del parque es de 2 kilómetros aproximadamente, se hace a pie por un sendero empedrado en buenas condiciones que inicia por un costado del museo y la casa administrativa hasta llegar a un terraplén artificial en césped, y desde donde se puede desplazar hacia las dos mesetas para apreciar las tumbas.



Acceso Estrecho del río Magdalena.



Sendero Estrecho del río Magdalena.



Vía San Agustín-Obando



Acceso Museo Arqueológico de Obando.



Vía al Parque Arqueológico Alto de Los Ídolos.



Acceso Parque Arqueológico Alto de Los Ídolos.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



El regreso se hace sobre la misma vía hasta llegar al desvío sobre la vía principal que comunica con el municipio de Isnos por vía destapada, en el centro poblado las vías son pavimentadas y se encuentran en buen estado principalmente sobre las vías de acceso, hasta este punto el recorrido es de 14 kilómetros y se continua hasta el Parque Arqueológico Alto de las Piedras con una distancia de 6,5 kilómetros, iniciando sobre vía asfaltada y posteriormente sobre vía destapada en regular estado, el acceso a este parque es por un sendero sobre césped que aún no está bien definido sobre el que se asciende hacia la meseta.

Sobre la vía de acceso al parque se puede continuar un recorrido de 11 kilómetros aproximadamente sobre carretera destapada hasta la vereda Bordonos y continuar el recorrido a pie por un sendero natural de aproximadamente 300 metros hasta el Salto de Bordonos. De regreso se puede tomar la vía que de Isnos comunica a San Agustín, vía asfaltada de dimensiones mínimas pero en buenas condiciones, en el intermedio de este trayecto se puede ingresar al Salto de Mortiño, que se encuentra en una propiedad privada; el recorrido se da en un trayecto de 500 metros aproximadamente sobre vía destapada en regulares condiciones, finalmente el recorrido termina en el municipio de San Agustín.



Vía al Parque Arqueológico Alto de Las Piedras.



Acceso Parque Arqueológico Alto de Las Piedras.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Acceso Salto de Mortiño.



Vía de Acceso Salto de Mortiño

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Programas y proyectos

Vías para el progreso

Existe en las comunidades la plena convicción que la base del desarrollo actual depende de las vías de acceso, por esta razón se hace necesario impulsar un programa de mejoramiento vial que garantice el mantenimiento de las redes viales de estos municipios en alianza con la Gobernación del Huila, Invías, Comité de Cafeteros y las comunidades.

Objetivos específicos

- Mantener en aceptables condiciones las vías terciarias mediante la celebración de convenios interinstitucionales con entes como Gobernación del Huila, Invías, Comité de Cafeteros.
- Diseñar y formular proyectos para cofinanciar, con entidades del orden departamental, nacional, y con las comunidades, el mejoramiento de las vías.
- Mantener y mejorar la red secundaria del municipio con la ayuda de la comunidad.
- Apoyar y gestionar recursos para la construcción y mantenimiento de puentes vías y caminos de herradura con el trabajo de las comunidades e instituciones.



- Formular y gestionar recursos para la cofinanciación del proyecto del teleférico.
- Formulación del proyecto Avenida de las Naciones, otras vías o senderos.

Espacio público

Situación Actual

El Macizo Colombiano se encuentra en parte del departamento del Huila al costado suroccidental conformado por la subregión del Alto Magdalena en el que se encuentran inmersos atractivos turísticos como: El Parque Nacional Natural de Puracé, nevado del Huila, serranía de las Minas, considerados espacios públicos de nivel nacional destinados a la protección y conservación de los recursos naturales y paisajísticos.

Son áreas de reserva con la presencia de ecosistemas altoandinos en buen estado de conservación alrededor de los parques, que dan una mejor representatividad al área. La zona núcleo del PNN Puracé no tiene gran vulnerabilidad en su vertiente occidental a pesar de su forma alargada ya que sigue el curso de los picos cordilleranos, que conforman una barrera natural a las posibles presiones. En la vertiente oriental, a pesar de la extensa cobertura natural de bosque, hay mayor vulnerabilidad, especialmente en las zonas por donde pasan las carreteras y caminos. Esto quiere decir que existen varias zonas donde la fragmentación puede afectar seriamente la integridad, incluso actualmente la zona núcleo se encuentra fragmentada, en una de las partes más angostas, por la carretera Isnos–Paletará.

A pesar de ello, los ecosistemas representados en el área protegida no han sufrido fuertes procesos de alteración y existe una relativa continuidad entre ellos. “Es importante resaltar que los bosques andinos de la vertiente oriental, dentro y fuera del PNN Puracé, permiten conectar los ecosistemas del piedemonte amazónico con los ecosistemas de alta montaña: páramo y súperpáramo. En las zonas aledañas al PNN Puracé, actualmente existen cultivos comerciales y son zonas más expuestas a los factores de riesgo debido a que las zonas aptas para la producción son cada vez más

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

insuficientes para soportar el desarrollo de las comunidades. Además de la existencia de dos vías transitables (Popayán-Isnos y Popayán-La Plata)⁹².

Igualmente sucede en la serranía de las Minas donde “los problemas más graves que se presentan en esta reserva son los procesos acelerados de colonización, la tala de bosques, el establecimiento de cultivos ilícitos, explotación de maderas con fines comerciales para construcción y como leña, establecimiento de praderas, caza indiscriminada de especies animales, fragmentación de ecosistemas, construcción de obras civiles y quemas continuas”⁹³.

En general, son atractivos turísticos en un entorno totalmente natural que a pesar de las intervenciones antrópicas, por su magnitud y especialmente en puntos específicos que son comúnmente visitados por los turistas, no se perciben tales cambios; los recorridos a estas reservas naturales se dan principalmente sobre senderos sin ningún tipo de infraestructura ni amueblamiento, en las partes bajas los recorridos se pueden tornar un poco complicados en temporada invernal por la acumulación de agua y formación de lodo, a medida que se asciende la vegetación escasea y los caminos se tornan más pendientes y firmes debido al suelo rocoso.

Los parques arqueológicos de San Agustín e Isnos, el Estrecho del Magdalena, y el Museo de Obando son sitios en los que la conservación y el mantenimiento son notables, siendo grandes entornos naturales que inspiran el respeto y la conservación, los senderos para desplazarse a los terraplenes y mesetas son empedrados en perfectas condiciones y cuentan con cañuelas en concreto a ambos lados durante todo el recorrido, los botes de basura son escasos pero no por falta de recursos para brindar mayor cobertura sino por el espíritu del lugar. Son santuarios naturales que desde el acceso inspiran respeto, aunque los parques no ofrecen servicios en la noche, la iluminación artificial al interior del parque es escasa, existen unas luminarias de baja potencia que acompañan los recorridos de manera intermitente y muy distante, en las mesetas hay luminarias de mayor potencia pero igualmente escasas para el área que deben cubrir, dificultando un poco el control visual en las noches de las diferentes construcciones funerarias.

⁹² Plan de Manejo Parque Nacional Natural Puracé-2004.

⁹³ Esquema de Ordenamiento Territorial Municipio de Paicol-Huila – Diagnóstico Territorial-1999.





Estrecho del río Magdalena.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Río Magdalena



Sendero Parque Arqueológico San Agustín.



Estructura Funeraria Parque Arqueológico San Agustín.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Exteriores Museo de Obando.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Sarcófagos Museo de Obando

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Sendero Parque Alto de Los Ídolos.



Terraplén y meseta Parque Alto de Los Ídolos.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Los parques arqueológicos cuentan con cerramiento en todo su perímetro al igual que en las estructuras funerarias de manera más artesanal, igualmente todas las tumbas y estatuas poseen cubiertas para su protección y conservación. La señalización interior del parque se hace notar durante todo el recorrido y en los atractivos, guiando y orientando perfectamente a los turistas.

La Chaquira, El Purutal, La Pelota, Sitio Arqueológico el Tablón y Alto de las Piedras, son sectores en San Agustín e Isnos donde también se pueden observar estructuras funerarias y estatuas en entornos naturales con menores restricciones, los accesos son menos controlados, los senderos son sobre césped y tierra no muy definidos, los cerramientos en el perímetro son más informales (cercos) y la señalización al interior del parque es buena pero es necesario el acompañamiento de un guía a estos atractivos que supla la falta de información y señalización informativa e interpretativa sobre las vías.



Vereda La Chaquira.



Mirador La Chaquira-Cañón del Magdalena.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA





**Acceso Parque Arqueológico
 Alto de las Piedras.**



Meseta Parque Arqueológico Alto de las Piedras.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Los tres chorros, Salto de Bordones y Salto de Mortiño son entornos naturales en los que no hay presencia de ningún tipo de infraestructura y mobiliario que preste servicio al turista, son espacios abiertos al público en general, sin ningún tipo de control que brinde seguridad al turista, se accede por caminos en trocha, la señalización es escasa y de igual manera es aconsejable el acompañamiento de un guía especializado.



Salto de Bordones



Salto de Mortiño

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Programas y proyectos

Dentro de los objetivos específicos a mediano plazo del Plan Básico de Ordenamiento Territorial, se tienen los siguientes:

- Definir y reglamentar la conservación del espacio público como función y responsabilidad social.
- Ampliar y mejorar la calidad espacial y el disfrute colectivo del espacio público urbano.

Equipamientos

Situación actual

Entre los equipamientos en relación al turismo que se dan en estos atractivos turísticos se encuentran principalmente: los museos arqueológicos del Parque Arqueológico de San Agustín, Alto de los Ídolos y Obando, donde se pueden observar diferentes tipos de colecciones: alfarería, artefactos líticos, estatuaria, fragmentos de esculturas, dedicadas a las pautas funerarias de las culturas de San Agustín; ubicados en el acceso de los parques. Igualmente en la misma edificación se encuentran los puntos de control de ingreso al parque donde también se presta el servicio de información al turista y venta de revistas, libros y *souvenirs*.



Museo de Obando.



Museo Arqueológico Alto de los Ídolos.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



En San Agustín se encuentra el Puesto de Información al Turista, coordinado por la Policía de Turismo, ofreciendo información al viajero sobre temas de seguridad, lugares recomendados para visitar, líneas de transporte, hoteles, restaurantes, clínicas y hospitales.



Museo Arqueológico Parque San Agustín.
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Programas y proyectos

Se destacan entre otros el Terminal de Transporte de San Agustín; el predio para su ubicación y gestiones para su financiación, la formulación y gestión para el proyecto de construcción y dotación de la biblioteca municipal, y gestión de recursos para cofinanciación y ejecución de proyectos de infraestructura turística⁹⁴.

Equipamientos priorizados en el POT

El municipio deberá apoyar las escuelas deportivas adscritas al Instituto Municipal de Recreación y Deportes (IMDER) y a aquellas que dependan de la Junta Municipal de Deportes, como una política municipal de fortalecimiento deportivo en la búsqueda de resultados a largo plazo. Dotándolas, de una apropiada infraestructura física en los años sucesivos, en función de la diversidad en las disciplinas.

- Mejoramiento del estadio de fútbol “Gerardo Ortiz Robles”.

⁹⁴ Plan de Desarrollo Municipal 2009 – 2011 – San Agustín.

- Mejoramiento y construcción de escenarios deportivos.
- Dotación de implementos deportivos para los establecimientos educativos.
- Fomento a la creación de espacios de atención, distracción, recreación y uso del tiempo libre para niños, jóvenes, adultos y especialmente para los adultos mayores.⁹⁵

Aspectos normativos

Usos. Según la clasificación de las áreas de actividad en San Agustín, el suelo urbano y su entorno natural se componen de:

Áreas de protección ambiental y del paisaje, áreas de no ocupación, áreas de tratamiento y desarrollo ecoturístico, área de mejoramiento integral, área de actividad residencial consolidada, áreas de equipamiento y dotación urbana, áreas de actividad recreacional, áreas de reserva arqueológica, áreas de desarrollo programado, área de actividad múltiple y área de conservación patrimonial urbano y arquitectónico.

Zonas de conservación de ecosistemas estratégicos para el área rural.

Existen condiciones especiales de flora y fauna, destinadas a la formación, investigación y estudio de sus riquezas naturales, en especial el área delimitada por el Parque Nacional Natural Puracé, legalmente creado por el Ministerio de Agricultura y que hoy se encuentra bajo la competencia del Ministerio del Medio Ambiente en el sistema de Parques Nacionales Naturales.

El área forestal protectora se debe conservar permanentemente con bosques naturales o plantas para proteger y mantener los puntos de nacimiento de los recursos hídricos, compuestas por zonas como la reserva de Los Yalcones, el Cerro La Pelota, Alto de los Ídolos, Estrecho del Magdalena, la Chaquira, etc.

⁹⁵ San Agustín Patrimonio Histórico de la Humanidad Eco municipio Cultural y Turístico - Proyecto de Acuerdo Plan Básico de Ordenamiento Territorial del 2001.

La microcuenca de la Quebrada del Lavapatás se declaró como área de manejo especial. Es necesario reforzar los mecanismos de protección del área cubierta por vegetación secundaria debido al uso intensivo de los suelos por la actividad agrícola.

El Macizo Colombiano configura esta ecoregión estratégica, la cual en sus zonas altas, fue declarada por la Unesco como Reserva de la Biósfera, Constelación del Cinturón Andino en 1979, que protege la oferta hídrica y muestras representativas de los diferentes ecosistemas.

Otras figuras de ordenamiento de nivel nacional, en la categoría de Patrimonio de la Humanidad son: el Parque Arqueológico de San Agustín, el Parque Alto de los Ídolos en San José de Isnos y los Hipogeos de Tierradentro en el municipio de Inzá-Cauca. El Estado declaró la vertiente oriental de la cordillera Central, que en su parte sur corresponde al Macizo Colombiano, como reserva forestal, a través de la ley 2a. de 1959.⁹⁶

Tratamientos

Áreas de manejo especial o de tratamiento y protección determinada

Estas áreas se contienen dentro de los suelos de protección y se delimitan para la administración, manejo, protección del ambiente y protección de los recursos naturales. De conformidad con lo determinado en el código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección del Medio Ambiente (Art. 308) para este caso tendrán un objetivo determinado, se dividen en:

Áreas de Tratamiento y Desarrollo Ecoturístico (ATDE)

Son áreas que se definen y reconocen por sus contenidos de bellezas naturales y ecológicas susceptibles de desarrollar programas y proyectos de infraestructura científica y turística, dentro del marco del equilibrio ambiental.

⁹⁶ San Agustín Patrimonio Histórico de la Humanidad Eco municipio Cultural y Turístico - Proyecto de Acuerdo Plan Básico de Ordenamiento Territorial del 2001.

Parágrafo: integran estas áreas específicamente el sistema de cañones, el Estrecho del Magdalena, el Parque Arqueológico de Obando, el Parque-Bosque de los Petroglifos, el Monumento Diosa de la Chaquira, las estatuarias del Cerro de la Pelota y sus respectivos entornos inmediatos señalados como Áreas de Reserva Arqueológica (ARA).

Áreas de Reserva Arqueológica (ARA)

Artículo 64. Son aquellas que constituyen terrenos donde existan o se descubran yacimientos arqueológicos que deben ser protegidos en los términos de la Ley General de Cultura y para los cuales se recomienda que el Concejo Municipal los declare a corto plazo Patrimonio Municipal previo proceso de delimitación del área.

Parágrafo: constituyen estas áreas los contextos ubicados dentro de los límites de tratamiento y desarrollo ecoturístico de los que habla el Art. 53 del presente Acuerdo Municipal.⁹⁷

Área de conservación patrimonial urbana y arquitectónica (Acpua)

Artículo 67. Reconocida también como subsector de conservación en donde se presentan usos residenciales y mixtos los cuales se condicionan por la dinámica institucional de orden básico. Su definición se encuentra relacionada en el acuerdo 020/96 y el Decreto 151/98 sobre compensaciones para propietarios de inmuebles de conservación.

Parágrafo Primero: la Secretaría de Planeación establecerá a corto plazo los derechos de compensación para los propietarios de inmuebles declarados patrimoniales en orden de equilibrar las posibles cargas y beneficios a que da lugar la declaratoria.

Parágrafo Segundo: las compensaciones a que den lugar a los propietarios de inmuebles patrimoniales individuales tendrán mayor prioridad, sobre los demás que integran el Área de Conservación Patrimonial (Acpua), estas compensaciones se traducirán en derechos de desarrollo.

⁹⁷ Acuerdo municipal, Áreas de manejo especial o de tratamiento y protección determinada.

1.1.7.1.3. Microclúster Desierto de la Tatacoa

El microclúster y la visión de futuro desde el ordenamiento territorial

Nivel regional, departamental o metropolitano

En el año 2006 se realizó la formulación del Plan de Manejo y Declaratoria como área natural protegida del Desierto de la Tatacoa realizada por la Facultad de Ingeniería de la Universidad Surcolombiana de Neiva como punto de partida tanto para proyectos futuros de investigación, ecoturísticos, de planeación estratégica, etc., para generar, entre los habitantes de la zona, la toma de conciencia sobre la necesidad de su preservación, aprovechamiento y desarrollo adecuado.⁹⁸

Nivel municipal

Según el proyecto de acuerdo del esquema de ordenamiento territorial, se busca concienciar a la comunidad de Villavieja, que solo a través de la participación comunitaria se podrá garantizar el desarrollo sostenible, creando las condiciones de habitabilidad, productividad y sostenibilidad del territorio, estableciendo un modelo de ocupación territorial para el desarrollo de actividades agrícolas, pecuarias, forestales, mineras y turísticas, orientada hacia la interacción equilibrada con el medio ambiente para reducir paulatinamente el conflicto del uso inadecuado del suelo, aprovechando al máximo sus ventajas e ir logrando cada vez mejores condiciones de vida.

Así mismo, el esquema pretende organizar el sistema turístico del municipio de Villavieja, utilizando los diferentes mecanismos de participación comunitaria para adelantar la gestión de conformación del Área de Manejo integrado del Desierto de la Tatacoa, involucrando en este proceso a las entidades locales, departamentales, nacionales y ONG, y desde esta perspectiva lograr un aprovechamiento óptimo del desierto.

⁹⁸ Formulación del Plan de Manejo y Declaratoria como área natural protegida del Desierto de la Tatacoa- Universidad Surcolombiana Facultad de ingeniería 2006.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

El municipio de Villavieja busca apoyar su desarrollo, en el potencial que le ofrece el río Magdalena para la explotación económica y ambiental, generando proyectos de carácter regional con el objeto de que el municipio se convierta en el subcentro económico y turístico de la región norte del Huila.⁹⁹

Proyectos y programas

- Planificación integral, gestión e implementación de proyectos, para el desarrollo sostenible del Desierto de la Tatacoa y su área de influencia.
- Macroproyecto para el desarrollo turístico de Villavieja (Parque Temático Desierto de la Tatacoa) con criterios de sostenibilidad.
- Manejo sostenible del Desierto de la Tatacoa y declaratoria como Área Natural Protegida, involucrando las actividades turísticas, atrayendo inversión pública, privada y de cooperación internacional para el Parque Temático Desierto de la Tatacoa, desarrollo de infraestructuras, sistemas de energía alternativa para los habitantes del desierto e incorporación de la población de Villavieja en el negocio del turismo.

Algunas metas previstas

- Puerto turístico para el Parque Desierto de la Tatacoa, gestionado para obtención de recursos.
- Paso del río Magdalena en Ferry.
- Enlace vial entre las zonas de El Cusco y La Venta, diseñado.
- Declaratoria del Desierto de la Tatacoa como Área Natural Protegida (ANP) y mecanismos de gestión del suelo implementados.

⁹⁹ Proyecto de Acuerdo Esquema de Ordenamiento Territorial Municipio de Villavieja Huila.



- POT de Villavieja actualizado y coherente con el Plan de Manejo del ANP de la Tatacoa y las actividades turísticas a implementar (incluye la zona urbana).
- Sistema de energías alternativas gestionado para implementación en el Desierto de la Tatacoa.
- Equipamientos del producto turístico de astronomía, con diseños completos para gestión de recursos.
- Senderos caracterizados y con guiones interpretativos.
- Cicloruta del desierto, delimitada y caracterizada.

Estrategias

- Alianza estratégica con la autoridad ambiental CAM, el municipio de Villavieja y el departamento, para el manejo ambiental del Desierto de la Tatacoa, posibilitando el desarrollo de actividades económicas sostenibles.
- Destinar los recursos necesarios de preinversión, para elaborar los diseños completos que permitan gestionar recursos de inversión pública, privada y de cooperación internacional.
- Concertar con el municipio de Villavieja (y de Aipe si es del caso), la adquisición por parte de este, de los predios necesarios para la implementación del proyecto del Parque Temático Desierto de la Tatacoa e infraestructuras de accesibilidad.¹⁰⁰

Accesibilidad, movilidad y conectividad

Situación actual

El recorrido desde Neiva al municipio de Aipe se da principalmente sobre la Troncal del Magdalena, o Ruta Nacional 45 un importante corredor de la Red nacional de Vías de Colombia, es una vía asfaltada y se encuentra en perfectas condiciones, el recorrido

¹⁰⁰Plan de Desarrollo Departamental 2008 – 2011.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

desde Neiva hasta el área urbana del municipio de Aipe es de 38 kilómetros y se recorren aproximadamente en 40 minutos en un bus de transporte intermunicipal.

Para observar el arte rupestre, petroglifos, fósiles, en piedra pintada, piedras del Callejón y Patáhay que tomar la carretera que conduce a la inspección de Praga-Huila, entre la falda y base de una gran colina, pertenecientes a la vereda El Callejón, situada a las afueras del municipio de Aipe, a 7 kilómetros desde la cabecera municipal hasta donde llega el automóvil por carretera destapada, luego es necesario continuar el recorrido a pie por un sendero de 100 metros aproximadamente hasta llegar al asentamiento arqueológico que actualmente se encuentra en total abandono.¹⁰¹

Villavieja y Aipe están separados por el río Magdalena y no existe una vía directa que conecte estos dos municipios, por tal motivo y por su cercanía es posible cruzar el río en una barca pequeña a motor para así continuar el recorrido por el Parque Natural Desierto de la Tatacoa o bien hacer la ruta en vehículo, regresando hasta el municipio de Neiva y de ahí tomando la vía por el corregimiento de Fortalecillas.

De Neiva a Villavieja se pueden tomar, desde la Terminal de Transporte Interdepartamental, taxis y colectivos que constantemente hacen el recorrido de aproximadamente 37 kilómetros hasta la cabecera municipal. La vía es asfaltada y se encuentra en buenas condiciones, en el marco del parque central se puede encontrar el Museo Paleontológico, una construcción de estilo colonial ubicada en la Casa de la Cultura. En las inmediaciones del parque principal se puede conseguir transporte hacia el Parque Natural Ecorregión la Tatacoa, no hay una empresa de transporte constituida que preste el servicio constantemente hacia este destino, por tal motivo es necesario convenir el precio con particulares que ofrecen el servicio de transporte y guía en un vehículo particular.

De la zona urbana del municipio de Villavieja hasta el Observatorio Astronómico que se encuentra en la zona del Cusco “puerta de acceso al desierto” hay una distancia aproximada de 7 kilómetros con vía asfaltada y en buen estado, a partir de los 7 kilómetros la vía es destapada con tramos difíciles que comunican el sector de Los Hoyos, los Laberintos y las piscinas naturales.

¹⁰¹ Arqueo astronomía en el municipio de Aipe-<http://cartografiadeaipe.blogspot.com/2010/09/callejon.html>.



Para ir al municipio de Colombia desde Villavieja se puede tomar la vía que conduce al municipio de Baraya, antigua vía al observatorio. Es una travesía por el desierto de 24 kilómetros aproximadamente, con vía asfaltada y aunque es angosta se encuentra en buenas condiciones.



Vía Villavieja Desierto de LaTatacoa.



Vía Desierto de la Tatacoa

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Otra alternativa es salir desde el municipio de Neiva por la vía que conduce a los municipios de Tello, Baraya y finalmente el municipio de Colombia al norte del Huila; el recorrido se hace principalmente sobre vía asfaltada en buenas condiciones en una distancia de 87 kilómetros aproximadamente, de estos, 55 Kilómetros corresponden a la carretera Neiva-Baraya los cuales se encuentran pavimentados, y 32 Kilómetros, del tramo entre Baraya-Colombia que están en afirmado y en mal estado de conservación¹⁰².

En el área rural del municipio de Colombia se pueden apreciar diferentes sitios turísticos como: el río Cabrera, el río Ambicá, la laguna de la Tembladora, la torre de Oro de Zaragoza, el Salto de San Ezequiel. De igual manera es posible deleitarse con la variedad de cactus que existen en la región. El poblado Santa Ana está ubicado a unos 20 km de la zona arqueológica del primer entierro en la orilla izquierda del río Cabrera, entre la quebrada de la Danta y la quebrada de la Gritería, donde se han encontrado cantidad de vestigios así como materia lítica, cerámica, orfebrería, estatuaria y restos

¹⁰² Nuestro Municipio-<http://www.colombia-huila.gov.co/nuestromunicipio.shtml?s=m&m=T>.

óseos, que aún con la importancia que revisten a nivel antropológico no han sido tenidos en cuenta para los estudios arqueológicos que estos ameritan.

Programas y proyectos

Entre los más importantes están el del mejoramiento y mantenimiento del anillo vial del Desierto de la Tatacoa, ya que para el desarrollo turístico del municipio es importante que la administración gestione los recursos para el mejoramiento de esta importante vía y asigne los recursos anuales para el mantenimiento de la misma y con ello garantizar una buena afluencia de turistas. En igual forma el corredor vial Villavieja-La Victoria-Paso de la Barca conecta con la troncal nacional del Magdalena en el cruce del Patá y tiene su importancia en el hecho de ser una de las rutas turísticas más utilizadas en busca del enigmático Desierto de la Tatacoa.

Para consolidar la integración vial del municipio es necesaria la ejecución de varios proyectos en el mediano y largo plazo, entre los más importantes tenemos: la recuperación de la vía férrea, por lo menos, Neiva-Villavieja y el puente las Golondrinas. La comunicación o paso directo entre Villavieja y Aipe mediante un sistema por cable o teleférico, el mejoramiento de la pavimentación y las obras de arte de los corredores viales antes descritos, ya que solo Neiva-Cucará y algunos tramos a Villavieja se encuentran en óptimo estado¹⁰³.

Espacio público

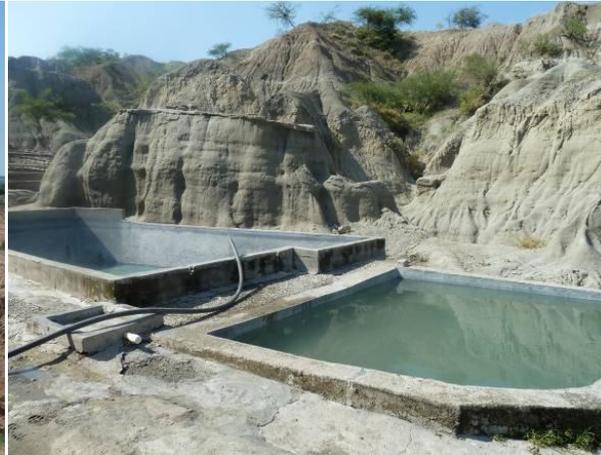
Situación actual

Entre los municipios de Aipe, Villavieja y Colombia los atractivos turísticos en general están ubicados en zonas rurales donde la intervención del hombre con infraestructuras y mobiliario es nula, la señalización es escasa y los senderos son irregulares y de piso pedregoso, lo cual requiere poner cierta atención al andar, es necesario estar atento para no perder el camino en diversos tramos (cruces de praderas, zonas pedregosas, zonas de matorral) es conveniente el acompañamiento de un guía.

¹⁰³ Proyecto de Acuerdo Esquema de Ordenamiento Territorial Municipio de Villavieja Huila.



Desierto de la Tatacoa.



Piscinas Desierto de la Tatacoa.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Programas y proyectos

- Desarrollar actividades de ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura y turismo cultural, con criterios proteccionistas y conservacionistas.
- Recorridos por senderos de interpretación geológica, geomorfológica, ecológica, histórica y cultural que podrían realizarse en cualquiera de las vías existentes y en senderos diseñados para tal fin, principalmente sobre divisorias topográficas de buena estabilidad geológica.
- Instalación de estructuras y servicios para deportes extremos o de aventura, de tal forma que se cumplan las respectivas normas de seguridad y se tengan en cuenta las correspondientes restricciones de tipo ambiental y legal.

Equipamientos

Situación actual

En el microclúster Desierto de la Tatacoa los únicos equipamientos relevantes que pueden brindarle atención y servicios al turista se encuentran en el municipio de Villavieja y son: el Museo Paleontológico, que está ubicado en la Casa de la Cultura, su

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

colección abarca 950 piezas representadas en fósiles de mamíferos y reptiles gigantes hallados en el Desierto de la Tatacoa; en la cabecera municipal también está ubicado uno de los siete puntos de información turística del Huila, los cuales (como ya se reseñó anteriormente) están a cargo de la Policía nacional. En el Desierto de la Tatacoa se encuentra el Observatorio Astronómico como puerta de entrada al parque y lugar ideal para la observación de cuerpos celestes por las condiciones climáticas y la ausencia de luminosidad artificial.



Observatorio Astronómico Desierto de la Tatacoa.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Restaurante zona social Desierto de la Tatacoa.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Programas y proyectos

- Construcción de refugios con obras civiles de bajo impacto, en proximidades a viviendas, observatorios astronómicos y miradores naturales.
- Construcción y oferta de servicios de hoteles, restaurantes, oficinas para la promoción del turismo, museos, tiendas ecológicas, elaboración y venta de artesanías y *souvenirs*, tanto en la cabecera municipal de Villavieja como en los caseríos de Polonia, La Victoria, Potosí, San Alfonso y Doche.

Aspectos normativos

Usos. Los usos generales del suelo rural en el Desierto de la Tatacoa, se dividen en:



Área de Manejo Prioritario (AMP): es el área determinada por sus características de vulnerabilidad, degradación de suelos, erosión severa y sus valores escénicos culturales y paleontológicos. El área está comprendida entre las quebradas Tatacoa y La Venta.

Uso principal: agricultura, conservación de los hábitats de flora y fauna silvestre del área.

Uso complementario: educación ambiental, actividades de reforestación.

Uso condicionado: construcción de carreteras y obras para el desarrollo de actividades recreativas, educativas y de interpretación, tales como caminos y senderos, y explotación de hidrocarburos.

Usos prohibidos: agricultura mecanizada, usos urbanos, industria y transformación manufacturera, actividades mineras, tala de bosques y demás actividades contrarias al uso principal.

Áreas de Desarrollo Turístico (ADT): área natural o seminatural, de riqueza paisajística, paleontológica y científica, demarcada por el anillo vial del Desierto de la Tatacoa, con fácil acceso vial, para la recreación pasiva y que permite su utilización por grupos considerables de visitantes. El objetivo de estas áreas es el de propiciar un espacio para la recreación al aire libre sin menoscabo de la conservación de los recursos naturales o de los valores histórico-culturales asociados y de la calidad paisajística.

Uso principal: recreación pasiva y conservación de los hábitats de flora y fauna silvestre del área.

Uso complementario: educación ambiental, actividades de reforestación.

Uso condicionado: construcción de carreteras y obras para el desarrollo de actividades recreativas, educativas y de interpretación, tales como caminos y senderos, y explotación de hidrocarburos.

Usos prohibidos: agricultura mecanizada, usos urbanos, industria y transformación manufacturera, actividades mineras, tala de bosques y demás actividades contrarias al uso principal.

1.1.7.1.4. Ruta Tesalia y Paicol

La ruta y la visión de futuro desde el ordenamiento territorial

Nivel regional, departamental o metropolitano

Tesalia

El Esquema de Ordenamiento Territorial del municipio de Tesalia busca mejorar la calidad de vida, ordenando el territorio de acuerdo a sus potencialidades, las cuales le permiten aumentar los niveles de productividad, sostenibilidad, logrando así mitigar el impacto ambiental, socioeconómico, y el rescate de la cultura y tradición tesalense, alcanzando con ello un posicionamiento en la vinculación regional del municipio.

Son políticas del Esquema de Ordenamiento Territorial municipal:

- Mejoramiento de la calidad de vida de todos los habitantes del municipio de Tesalia bajo los principios de equidad, sostenibilidad, competitividad y gobernabilidad.
- Recuperación y preservación de la base natural de los recursos.
- Rescate del patrimonio cultural e histórico.
- Vinculación regional de todos y cada uno de los sectores que conforman el municipio y que determinaron su propia dinámica.
- Definición de zonas de acuerdo de la aptitud del recurso natural en armonía con su ocupación tendencial y la dinámica socioeconómica.
- Identificación de los usos de suelo rural y urbano para un crecimiento integral y sostenible.



- Trabajar con un modelo de desarrollo propio del municipio de Tesalia.
- Aumento de la eficiencia administrativa en materia de planificación y desarrollo integral del municipio.
- Participación democrática y empoderamiento de todos los habitantes del municipio como artífices de su propio desarrollo.
- Guía y normativa para el ordenamiento y direccionamiento del uso del territorio.
- La investigación aplicada y compartida por las diferentes instituciones que tienen que ver en el desarrollo territorial.¹⁰⁴

Paicol

Visión. El municipio de Paicol, será en 2020 un territorio de oportunidades con criterio de desarrollo integral sostenible, con identidad propia que le permita ser destino ecoturístico y comercial del occidente del Huila¹⁰⁵.

Paicol destino ecoturístico

El municipio de Paicol con el apoyo del Gobierno departamental y nacional, se perfila como destino ecoturístico del departamento, donde las actividades de aventura se complementan con la historia, la cultura y la religión.

Uno de los objetivos, es consolidar a Paicol, como la villa de las maravillas naturales, logrando reconocimiento nacional como destino de turismo de descanso, aventura, recreación y cultura, con posibilidades de desarrollo económico y social.

¹⁰⁴ Esquema de Ordenamiento Territorial del Municipio de Tesalia – Acuerdo 054 de 2000.

¹⁰⁵ Plan de Desarrollo del Municipio de Paicol 2008- 2011. Acuerdo 023.

Accesibilidad, movilidad y conectividad

Situación actual

Para ir desde Neiva a los municipios de Tesalia y Paicol hay dos rutas, la primera es un recorrido de 88 kilómetros por la vía al sur, una carretera pavimentada en regulares condiciones que conduce inicialmente a los municipios de Palermo y Yaguará, se continúa por la vía a Íquira, Pacarní y finalmente a Tesalia.

La segunda y mejor opción es la ruta que da principalmente sobre la Troncal del Magdalena, o Ruta Nacional 45, un importante corredor de la Red nacional de Vías de Colombia, es una vía asfaltada y se encuentra en perfectas condiciones, son 95 kilómetros de recorrido desde la ciudad de Neiva pasando por los municipios de Campoalegre, Hobo y antes de llegar al municipio de Gigante se toma la vía del lado derecho que conduce a los municipios de Tesalia y Paicol, además de La Plata, Nátaga y la Argentina en el Huila y a Popayán en el Cauca.

Tesalia ha logrado consolidar una importante oferta de establecimientos de alojamiento y hospedaje que sirven de soporte para visitar los principales atractivos turísticos de la zona. La mayor parte de estos se encuentran en Paicol, como el río Páez en el límite de los dos municipios, en el que se practica el kayak y el rafting, tiene recorridos de clase 1, 2 y 3, dependiendo de la adrenalina que se quiera vivir. Se llega por la vía que conduce de Tesalia a Paicol. Otros atractivos son el Templo Santa Rosa de Lima ubicado en el marco del parque central de Paicol, la Caja de Agua, atractivo natural ubicado 3 kilómetros al sur de la cabecera municipal por una vía destapada en mal estado. A la caverna se llega por un camino empedrado un poco resbaloso, por esta misma vía se puede llegar a la hacienda el Juncal ubicada al oriente de la cabecera urbana, a 14 kilómetros aproximadamente donde se aprecia la importancia histórica y la conservación de su arquitectura inicial.

En ambos municipios hay operadores turísticos que ofrecen los servicios de transporte, alimentación, hospedaje, visita a los atractivos turísticos e implementos necesarios para desarrollar las actividades.





**Templo Santa Rosa de
Lima Paicol.**



Calle empedrada Paicol .
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Acceso Caja de Agua Paicol.
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Sendero Acceso Caja de Agua Paicol.
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Programas y proyectos

- Consolidación de productos y rutas turísticas en el municipio.
- Perfilar el producto y consolidar los paquetes ecoturísticos con la participación comunitaria.
- Incluir a Paicol en un proyecto de turismo regional (Nátaga, La Pata, Paicol, La Argentina, Tesalia).
- Incrementar el número de visitantes a Paicol en las rutas turísticas.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

- Gestionar la pavimentación de 3,5 kilómetros de vía hacia el sitio turístico denominado la Caja de Agua.
- Construir 500 metros de senderos en sitios turísticos.
- Gestionar un programa de señalización para cada uno de los sitios de interés turístico en el municipio.
- Promoción de Paicol como destino turístico a nivel departamental y nacional.

Ordenamiento territorial y medio ambiente

- Determinación de las áreas turísticas prioritarias.
- Elaboración del plan de manejo de la Caja de Agua.
- Impulsar la inclusión de infraestructuras antiguas como patrimonio histórico departamental.¹⁰⁶

Espacio público

Situación actual

En general la oferta de espacio público en los centros poblados de Tesalia y Paicol es mínima y se ve reflejado principalmente en el parque central de cada municipio, especialmente en Paicol donde se puede apreciar un estilo colonial en gran parte de sus construcciones y calles empedradas; los principales atractivos turísticos se dan en el área rural y todos giran en torno al agua, son entornos totalmente naturales donde no existe ningún tipo de infraestructura ni mobiliarios que den soporte a las actividades que se puedan realizar en estos lugares.

En los recorridos generalmente los caminos son típicos de montaña, piso irregular, pedregoso, sin señalización, que requiere de atención al andar, para un turista que no

¹⁰⁶ Plan de Desarrollo del Municipio de Paicol 2008- 2011. Acuerdo 023.



conoce los lugares es necesario el servicio de guía o en el mejor de los casos la ayuda de planos o GPS.



Vía a la Caja de AguaPaicol.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA



La Caja de AguaPaicol.

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Plan Especial de Manejo y Protección PEMP

Es necesario dar aplicación a este plan para el municipio de Paicol que se constituye como Patrimonio Arquitectónico del departamento, y conservar los bustos del doctor Rafael Puyo Perdomo primer gobernador del departamento del Huila y el de Régulo Suárez, gran poeta, ubicados en el parque central del casco urbano del municipio de Tesalia.

Programas y proyectos para Paicol

- Adecuación de los sitios turísticos.
- Diseñar y gestionar un proyecto de señalización desde la Troncal del Magdalena hasta el casco urbano del municipio.
- Diseñar el proyecto para la construcción del embarcadero para canotaje y rafting en el puente de los Ángeles, Nolasco y la vereda las Orquídeas.
- Diseñar programas de embellecimiento del casco urbano del municipio.
- Desarrollar una cultura que promueva el respeto hacia el medio ambiente, el espacio público, los peatones y los ciudadanos.

- Incrementar el índice de zona verde por ciudadano.
- Generar procesos serios y continuos de cultura ambiental.
- Disminuir el impacto ambiental negativo generado por las actividades humanas, industriales, comerciales y de construcción¹⁰⁷.

Equipamientos

Situación actual

Los municipios de Tesalia y Paicol no cuentan con equipamientos asociados al turismo, solo infraestructuras básicas como hoteles, restaurantes con una mayor oferta en Tesalia, no hay puntos de información turística, por lo que el turista interesado en visitar algún atractivo tiene que informarse en los hospedajes, alcaldía o con la policía para ponerse en contacto con los operadores turísticos locales.

Entre los sitios que tienen importancia histórica se encuentran la hacienda Santa Bárbara donde funcionó en 1860 el Colegio de Señoritas, las casonas de las haciendas el Diamante, El Centro, Santa Bárbara, Mal paso. La vivienda de la hacienda San Francisco, donde según algunos historiadores nació el Poeta Régulo Suárez.

Programas y proyectos

La oferta de equipamientos colectivos en los municipios de Tesalia y Paicol son prioritarios como los educativos, de salud y deportivos, en los planes de ordenamiento territorial y planes de desarrollo municipal los programas y proyectos solo contemplan el mejoramiento de estos equipamientos mas no la construcción de otros, teniendo en cuenta la falta de estos que brinden soporte a los turistas y a las actividades ecoturísticas que se presentan en los diferentes atractivos.

¹⁰⁷ Plan de Desarrollo del Municipio de Paicol 2008- 2011. Acuerdo 023.

Aspectos normativos

Usos

En los atractivos turísticos analizados en el municipio de Tesalia como las haciendas con reconocimiento de Patrimonio Arquitectónico del Huila (Paisito, la Lindosa), Camino Real de Guanacas y en el municipio de Paicol con la Caja de Agua, hacienda el Juncal, se encuentran entornos naturales en el área rural donde los conflictos con el uso del suelo son mínimos, “hasta el momento no hay políticas o estrategias para la ocupación y aprovechamiento del suelo, no se refleja en el crecimiento del área del casco urbano ya que hace más de 10 años no se concluye programa de vivienda alguno; el crecimiento en el número de viviendas se debe más a la subdivisión de las casas grandes en dos y tres viviendas”.¹⁰⁸

Tratamientos

En el Esquema de Ordenamiento Territorial del municipio de Tesalia solo se mencionan tratamientos urbanísticos de conservación para inmuebles, sin entrar a detallar sobre estos.

En el Esquema de Ordenamiento Territorial del municipio de Paicol no hay información sobre tratamientos urbanísticos.

1.1.7.1.5. Ruta Garzón y Gigante

La ruta y la visión de futuro desde el ordenamiento territorial

Nivel regional, departamental o metropolitano

Garzón

Este municipio ha orientado sus esfuerzos como “municipio región”, eje fundamental del desarrollo de la zona centro del departamento y del sur del país, consolidándose como un municipio pujante, competitivo y en permanente crecimiento, enmarcando

¹⁰⁸ Esquema de Ordenamiento territorial Municipio de Paicol.

sus acciones dentro de los objetivos del milenio, documentos Conpes, Colombia Visión 2019, Huila 2020 y los planes nacionales y departamentales de desarrollo y el plan básico de ordenamiento territorial del municipio de Garzón.

Nivel municipal

Garzón como territorio acogedor y amable, escenario para la sana convivencia de una sociedad productiva, educada, pacífica, gestora de su propio bienestar a partir de la explotación y aprovechamiento racional y sostenible de sus recursos en los sectores agropecuario, turístico y comercial. Ofrecerá a propios y extraños oportunidades permanentes de formación y realización personal en el marco de la sana competencia, solidaridad, equidad y justicia.

Garzón se ha propuesto:

- Garantizar la protección y conservación del ecosistema estratégico “Cerro Miraflores”, la recuperación y conservación de recursos hídricos, de tal manera que se logre el uso racional del agua, para consumo humano y las diversas actividades.
- Lograr producción agropecuaria planificada que permita la sostenibilidad de una oferta de materia prima que posibilite la consolidación de procesos agroindustriales, a nivel competitivo en el entorno regional.
- Propiciar el mejor uso y aprovechamiento de la infraestructura cafetera (fincas agroturísticas), el río Magdalena, la selva y su entorno arquitectónico, como factor del desarrollo económico y social.
- Orientar el desarrollo en pro de un municipio autónomo competitivo e integrado a nivel urbano, rural y regional a partir de la valoración del bienestar de la población, el soporte físico-natural, mediante la adopción del sistema de salud y educación sostenible.
- Establecer lineamientos que permitan aprovechar las oportunidades que ofrece el río Magdalena para su navegabilidad y potencial ecoturístico.

- Aprovechamiento de área de belleza paisajística, mediante el desarrollo de actividades ecoturísticas.
- Rescate de los valores ciudadanos y el sentido de pertenencia hacia el patrimonio urbano, arquitectónico y ambiental.
- Fortalecer y dinamizar la conservación y protección del valor histórico, arquitectónico, cultural y religioso, con la permanencia de un patrimonio urbano que identifica la idiosincrasia de su pueblo.
- Promocionar e incorporar procesos productivos de ofertas ecoturísticas a la economía municipal, rescatando el arraigo al patrimonio cultural.

Accesibilidad, movilidad y conectividad

Situación actual

La ruta Gigante-Garzón se da a lo largo de la Troncal del Magdalena, es una vía asfaltada y se encuentra en perfectas condiciones, son 84 kilómetros de recorrido desde la ciudad de Neiva hasta el municipio de Gigante, y de este punto a Garzón lo separan 25 kilómetros más. Se atraviesan los municipios de Campoalegre y Hobo, y antes de llegar al municipio de Gigante se puede tomar la vía a mano derecha que conduce a los municipios de Tesalia y Paicol, hasta el puente que cruza el río Magdalena de donde se observa la desembocadura del río Páez, límite natural entre los municipios de Tesalia, Gigante y Paicol y en donde 1.300 metros río arriba se encuentra en construcción la presa que dará inicio a la represa el Quimbo, la cual involucra los municipios de Gigante, Tesalia, Paicol, El Agrado, Garzón y Altamira, y desde donde, una vez construida totalmente la represa, se pueden hacer aprovechamientos turísticos de alto impacto para esta ruta.

De regreso a la vía principal, la Troncal de Magdalena, y 16 km más al sur se encuentra el municipio de Gigante, característico por las zonas cafeteras de haciendas que se constituyeron desde hace varios años en una muy buena alternativa turística, se encuentran principalmente localizadas a la orilla de la carretera (pavimentada y en buenas condiciones) en el anillo vial Gigante-Zuluaga-Garzón. Sobre este mismo anillo vial se puede ir a Loma Chata, sector agroturístico y recreativo ubicado en la vereda La Cabaña

a 11 km de Garzón, la vía hacia esta vereda es destapada y tiene sectores en muy mal estado, en temporada invernal la accesibilidad se dificulta un poco por el exceso de humedad en el suelo.

La ruta continúa desde Garzón hacia el corregimiento de La Jagua por la Troncal del Magdalena a 8 kilómetros de la cabecera municipal, reconocido por su Festival de Brujas, su arquitectura colonial y sus calles empedradas, finalmente sobre la misma vía se llega al municipio de Altamira ubicado entre los ríos Suaza y Magdalena sobre las estribaciones de la serranía de la Ceja de la cordillera Oriental, reconocida por los bizcochos de achira que se pueden comprar a borde de carretera.

La ruta se puede realizar de forma individual partiendo de Neiva desde la Terminal de Transporte interdepartamental, de donde salen taxis y colectivos constantemente hacia cada uno de los municipios, otra opción es hacer los recorridos por medio de operadores turísticos.

La cobertura de transporte intermunicipal e interdepartamental se realiza por parte de empresas del nivel nacional como Expreso Bolivariano S.A., Taxis Verdes, Coomotor, Rápido Tolimao Cootranshuila, con rutas que lo comunican con el resto del país.

Programas y proyectos de Garzón

Revisión y ajuste al modelo actual de mantenimiento de vías municipales y de ser necesaria la adquisición de maquinaria y equipos nuevos. Contratar a través de las juntas de acción comunal labores y obras complementarias en el mantenimiento de las vías terciarias y de cuarto orden (vías municipales), construcción de vías peatonales y mobiliario urbano.

Los proyectos prioritarios son:

- Mejoramiento de vías en el sector urbano y rural.
- Adecuación urbanística Microcentro de Garzón.



Programas y proyectos de Gigante

Para lograr una adecuada gestión del tráfico y aumentar la seguridad vial y una mejor organización del tránsito, el municipio hará la formulación y ejecución de los siguientes proyectos:

- Terminación de la avenida 8 de Mayo en dos carriles, hacia el costado oriental.
- Definir en un solo sentido la circulación de la carrera 4 entre la calle 1 y el parque principal.
- Construcción de un corredor peatonal con amplias zonas verdes (arborización), en la proyección de la carrera 14.
- Pavimentación, señalización y mantenimiento de vías.
- Obras de adecuación (alcantarillas, pontones, gaviones, puentes, cortinas).
- Organización del sistema de transporte municipal (parque del transporte), en el antiguo matadero municipal.

Espacio público

Situación actual

La oferta de espacio público en la ruta se da principalmente en las cabeceras municipales de Garzón y Gigante y en el área rural donde se encuentran los atractivos turísticos. Espacios naturales en los que inicialmente se llega por la vía nacional Troncal del Magdalena, una vía amplia y con buena señalización informativa de los sitios turísticos; al interior de los municipios y sobre las vías terciarias que son las que mayor grado de deterioro presentan, la señalización turística es escasa y falta iluminación vial y peatonal.

La represa El Quimbo (en construcción), zona Cafetera y principalmente Loma Chata son espacios naturales ecoturísticos, resultado de la asociación entre los propietarios de las fincas que obtienen provecho de los recursos naturales, paisajísticos y

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

ambientales presentes en estos sectores; donde el turista puede realizar y disfrutar de actividades propias de la agricultura, caminatas guiadas por senderos, cabalgatas por las carreteras destapadas y los linderos entre fincas, recorridos en cuatrimotos, avistamiento de aves, insectos y mamíferos, hospedaje en las diferentes fincas, hacer uso de las zonas de camping y disfrutar de las comidas típicas.



Loma Chata (Garzón).

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Programas y proyectos Garzón

Elaborar el Plan Sectorial de Desarrollo Turístico (Garzón Destino Turístico), fortalecer y apoyar a las organizaciones turísticas, fortalecimiento del Centro Recreacional Manila, priorizar como atracciones turísticas con apoyo y gestión a La Jagua, agroparque Loma Chata, anillo vial Garzón-Zuluága-Gigante, parque El Caimarón, parque Paisajístico a lo largo de las quebradas Garzón (Malecón) y la Cascajosa, Loma Chicora, parque Ecoturístico Metropolitano y templos religiosos.

Proyectos Prioritarios:

- Remodelación concha acústica, Villa deportiva y pista de patinaje.
- Parques paisajísticos, Quebrada de Garzón (Malecón) y Caimarón.



Programas y proyectos Gigante

Gestión para equipamiento colectivo. Como parte del esquema de ordenamiento deben realizarse las siguientes actividades:

- Adecuación matadero, y tratamiento de residuos.
- Construcción segunda etapa galería municipal.
- Construcción de la morgue municipal.
- Ampliación cementerio vertical.
- Construcción y adecuación sede de bomberos.
- Terminación centro comunitario del sur.
- Ampliación y adecuación de unidades básicas urbanas y rurales.
- Mantenimiento y dotación de centros de salud urbanos y rurales.
- Remodelación y reconstrucción del modelo arquitectónico iglesia San Antonio.
- Remodelación y adecuación de la biblioteca municipal Abel Díaz Manrique.
- Mantenimiento y dotación de los hogares comunitarios.¹⁰⁹

Equipamientos

Situación Actual

La infraestructura de servicios públicos, financieros, hoteleros y turísticos soportan actividades y eventos que periódicamente invitan y motivan a propios y visitantes a compartir durante cualquier época del año una variedad de experiencias, pero falta capacitación al personal en turismo, en atención al cliente y en protocolo para atender al turista o visitante.

La población cuenta con un aeropuerto en mal estado, pero muy útil además, para la prestación de servicios de fumigación en las plantaciones de la zona.

Programas y proyectos Garzón

- Coliseo cubierto de los deportes y la cultura.

¹⁰⁹Esquema de Ordenamiento Territorial del Municipio de Gigante. Acuerdo N° 035.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

- Diseño y construcción del coliseo cubierto del municipio de Garzón.
- Construcción cubierta tribuna occidental cancha principal de futbol Villa Olímpica.
- Diseño y construcción pista de patinaje.
- Adecuación cancha auxiliar de futbol.
- Construcción de polideportivos en la zona rural y urbana del municipio de Garzón.
- Operación, adecuación, encerramiento y mantenimiento de escenarios deportivos y recreativos
- Rehabilitación del estadio de básquetbol Miguel Trujillo Oliveros y la recuperación de esa área como escenario deportivo.
- Diseño y construcción de escenarios para deportes extremos.
- Diseño, construcción y mejoramiento de parques infantiles.

Otro gran equipamiento es el Proyecto Hidroeléctrico El Quimbo, que será el segundo en el país en embalsar las aguas del río Magdalena por medio de una presa ubicada en el llamado Estrecho de El Quimbo, aproximadamente a un kilómetro y medio arriba de la confluencia con el río Páez en el puente El Paso del Colegio en la vía hacia el municipio de La Plata.

Tendrá una longitud aproximada de 55 kilómetros, con una cola que llega hasta frente al poblado de La Jagua, conformando un espejo de agua de 6.832 Km². y anegará 7.900 hectáreas de tierra que albergarán por lo menos 6.500.000 m³ de agua y aportará al interconectado eléctrico nacional una media anual de 2.216 megavatios por hora anualmente, una capacidad media anual similar a la que hoy produce la Central Hidroeléctrica de Betania, de propiedad de esa misma empresa (Emgesa).¹¹⁰

¹¹⁰Plan De Desarrollo Municipio de Garzón 2.008- 2.011.



Plan Especial de Manejo y Protección (Pemp)

Los siguientes son bienes declarados de interés arquitectónico y cultural en el municipio de Garzón¹¹¹:

- Iglesia de la Catedral (ordenanza N° 007 de 1992).
- Iglesia del Rosario (ordenanza N° 007 040 de 2001).
- Iglesia de Nazareth (040 de 2001).
- Palacio Episcopal (040 de 2001).
- Parque Cementerio (040 de 2001) .
- Convento de las hermanas Clarisas-Monasterio del Ave María.
- Molino el Triunfo (040 de 2001).
- Seminario Conciliar María Inmaculada.

Aspectos normativos

Usos

Generalmente los usos del suelo en los atractivos turísticos analizados no crean conflictos debido a que se encuentran en áreas rurales, a diferencia de la represa el Quimbo que actualmente ha generado polémica por parte de los propietarios y campesinos que trabajan estas tierras, además de las comunidades La Escalereta y Veracruz, que serían las más afectadas por reubicaciones y traslados en tierras aledañas.

Generalmente los usos del suelo rural en los municipios de Gigante y Garzón están asociados principalmente a las actividades agropecuarias propias de la región, generando otro tipo de actividades consecuentes asociadas al turismo como es el caso de Loma Chata en donde la asociatividad de los campesinos integra las fincas y conforman el agroparque y la zona cafetera de Gigante donde la mayoría de los lugares ofrecen servicios de hospedaje, restaurante, bar y piscina, entre otros.

¹¹¹Plan De Desarrollo Municipio de Garzón 2008- 2011.

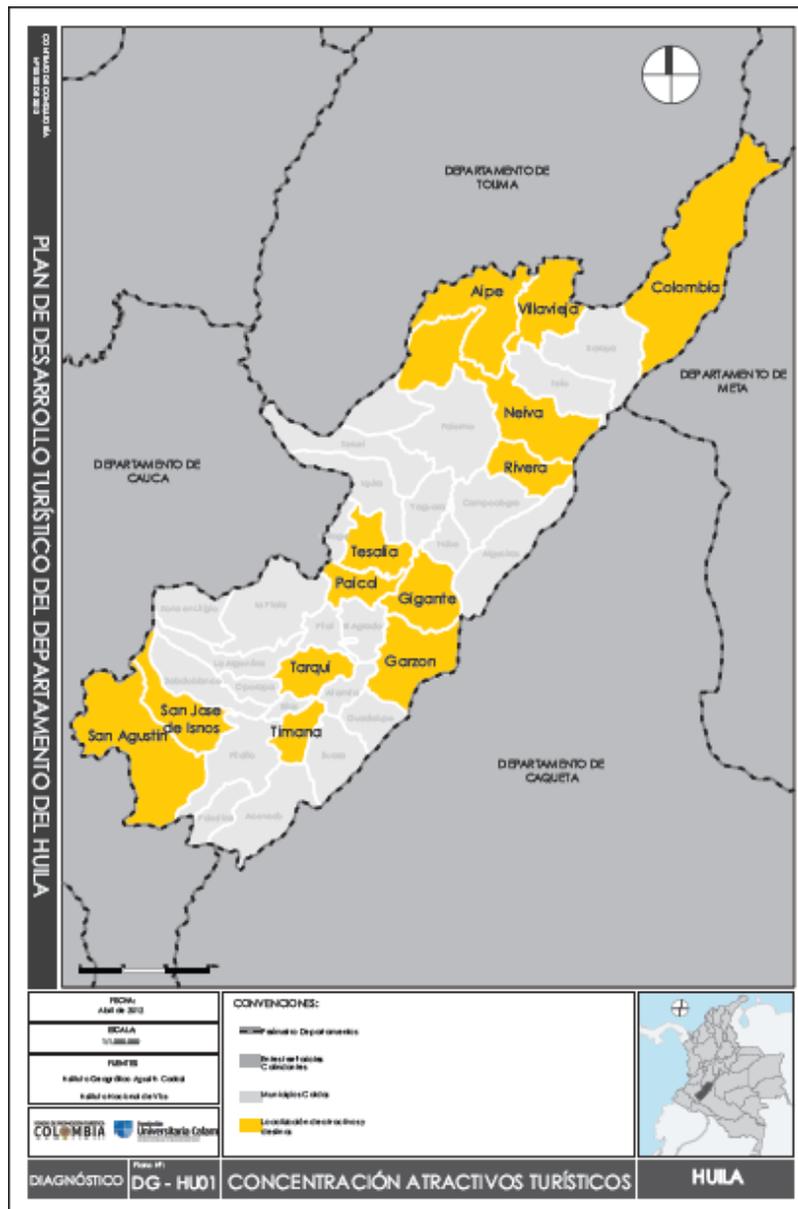
Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

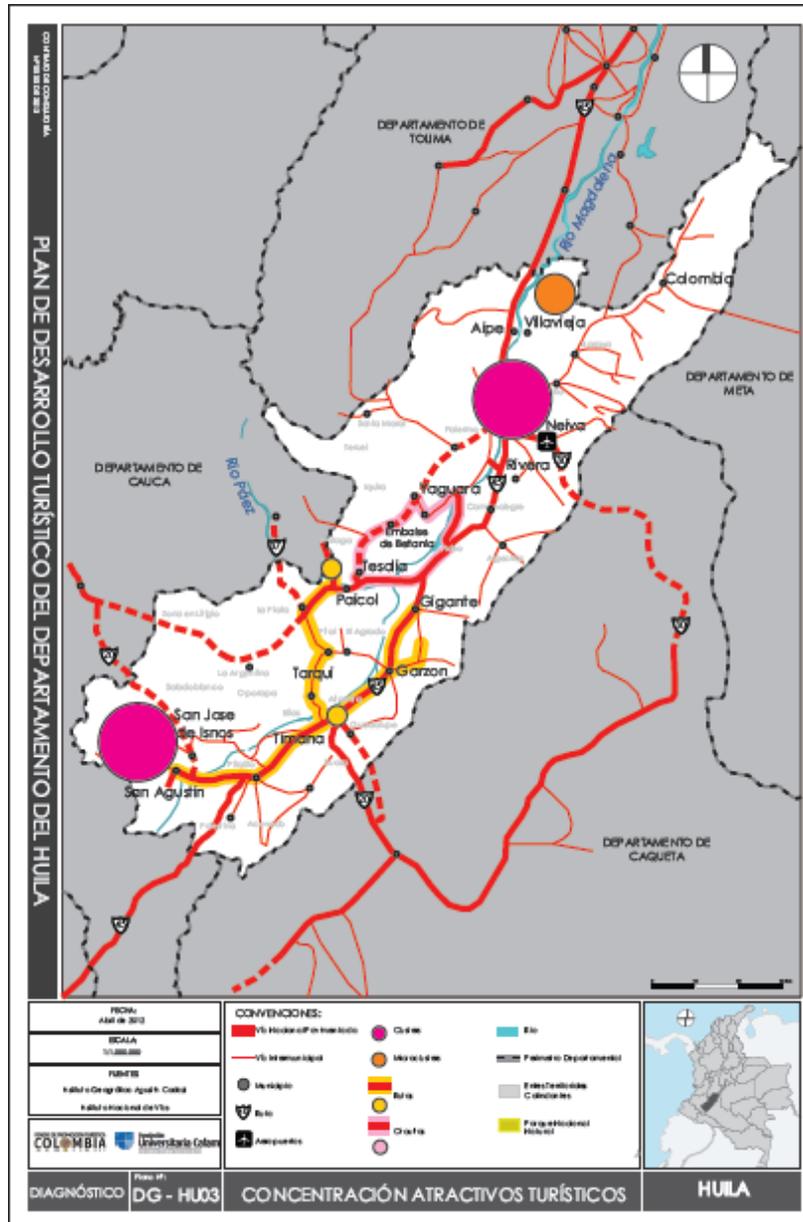
Tratamientos

En el Esquema de Ordenamiento Territorial de los municipios de Garzón y Gigante no hay políticas o estrategias para la ocupación y aprovechamiento del suelo.

Concentración atractivos turísticos Huila-1



Atractivos turísticos Huila-2



1.1.8. ANÁLISIS DE LOS COMPONENTES AMBIENTALES

1.1.8.1. Valoración ambiental de los cluster y microcluster

La población es la protagonista de su propio desarrollo, la que origina y justifica su prospección y la planificación del departamento. La población juega diariamente su destino en el medio biogeográfico en que vive, es objeto y sujeto de sí misma.

El Huila al igual que otros departamentos, presenta gran deterioro ambiental debido al aprovechamiento de los recursos ambientales para satisfacer sus necesidades sociales. Las principales causas que aumentan el deterioro ambiental del departamento del Huila son: deforestación, erosión y contaminación.

Recurso hídrico

El agua constituye el recurso natural más importante para la vida y las actividades humanas; es utilizada para funciones vitales, como medio de transporte y evacuación de desechos domésticos e industriales, acción que día a día contribuye a contaminar las fuentes hídricas, repercutiendo en daños ambientales de gran magnitud.

El sistema hidrográfico del departamento funciona alrededor del río Magdalena, que lo recorre de sur a norte y recibe las aguas que descienden de los flancos de las cordilleras Central y Oriental. El río recibe en su margen derecha a los afluentes de los ríos Naranjos, Guarapas, Timaná, Suaza, Neiva, del Oro, Las Ceibas, Fortalecillas, Villavieja y Cabrera, y de los subafluentes de los ríos Sombrerillos, Guachitas y Blanco. En su margen izquierda a los afluentes de los ríos Ovejera, Majuas, Blanquito, Negro, Jabón, Mazamorra, Bordones con sus subafluentes el río Granates, Guayabo, Maito; el río Páez con sus subafluentes La Plata y Negro; Yaguará y sus afluentes los ríos Íquira y Pedernal, Bache, Aipe y su afluente el río Aipecito y el Patá.¹¹²

Sistema de áreas protegidas

El departamento del Huila cuenta con ecosistemas de importancia biológica, por su flora, fauna, recursos hídricos y paisajísticos, tanto de carácter nacional como regional

¹¹² Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena 2011.

y local, y es una fuente imprescindible de bienes y servicios ambientales (agua, aire, materias primas, equilibrio ecológico). Estas áreas son entre otras: Macizo Colombiano, Estrella Fluvial donde se bifurcan las cordilleras Central y Oriental, Los parques nacionales naturales de Puracé, Cueva de los Guácharos, nevado del Huila y Sumapaz, zona amortiguadora cordillera de Los Picachos, las zonas de transición andino-amazónica; ecosistemas regionales como La serranía de Las Minas, la serranía de Las Nieves, el ecosistema de La Siberia, serranía de Peñas Blancas, cerro de Miraflores, valle del río Cabrera, laguna de El Juncal, Desierto de la Tatacoa y otras reservas de la sociedad civil.

Si bien es cierto que el departamento cuenta con un alto potencial ecoturístico gracias a la presencia de estos importantes ecosistemas de valor natural y cultural, existen graves inconvenientes de orden público y limitante de infraestructura que impiden su desarrollo en el corto plazo.¹¹³

Marco metodológico

Para la evaluación ambiental de los atractivos naturales se analiza la información teórica como fuente secundaria y la revisión en campo como fuente primaria; para ello se elaboró un formato en el que se recaba la información primaria más relevante. Posteriormente, con el apoyo de fotografías, la información secundaria (compuesta por diferentes fuentes), el formato de campo y los conocimientos de los evaluadores, se construye el informe de cada lugar y atractivo priorizado.

El resultado de evaluación de cada sitio debe ofrecer información sobre el estado ambiental de los atractivos y su relación real o potencial con el turismo, con el objetivo de coadyuvar para la planificación del lugar o reordenamiento del uso de los recursos naturales y manejo de residuos sólidos y líquidos, entre otros aspectos ambientales.

¹¹³ Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena 2011.

Clúster Neiva, Ciudad Región

Neiva

Río Magdalena y Malecón

El río Magdalena en la ciudad de Neiva presenta deterioro ambiental debido a que en esta zona se vierten los desechos residuales de todas las aguas negras de la ciudad, siendo esto el mayor impacto para el río, todavía se pueden encontrar varias especies de fauna nativa, como: reptiles, Iguana, aves acuáticas (*egrettathulay Phalacrocoraxbrasilianus*), que son de gran interés ambiental y le dan importancia a esta área natural.

Además, de lo anteriormente mencionado, en algunas zonas de la rivera se presenta deforestación con el fin de realizar cultivos de plantas para la alimentación de sus habitantes, desprotegiendo el cauce del río,

En este sitio se pueden contemplar las aguas del río Magdalena, o disfrutar de la vista de la ciudad de Neiva desde el mirador, monumento del Mohán, desde donde se aprecia el Parque Isla que se encuentra en el río Magdalena.



Río Magdalena a su paso por la ciudad de Neiva.



Aguas residuales



Iguana



Egrettathula



Cultivos en la rívera del río Magdalena

Yaguará

El municipio de Yaguará se encuentra en la parte central del departamento del Huila, a 49 km de su capital Neiva. El nombre de Yaguará proviene de uno de los felinos más grandes y hermosos que se encuentran en la región de América: el Jaguar. Yaguará se encuentra en las estribaciones de la cordillera Central, en la cual se halla gran parte del área de este municipio y en el valle del río Magdalena. El municipio de Yaguará se encuentra a una altitud de 650 msnm, su temperatura promedio es de 28°C.

Su economía está basada en la ganadería, la agricultura, la explotación del petróleo y la piscicultura. Dentro del área del territorio de Yaguará se encuentra el embalse de la represa de Betania, la más grande del país.

Embalse de Betania y bahía de Chichayaco.

El embalse de Betania es fuente económica para muchas familias de las áreas aledañas en donde tienen la posibilidad de realizar cultivos de peces para fines comerciales, igualmente se tiene la oportunidad de practicar pesca deportiva. Todas las áreas aledañas están siendo usadas para explotación agrícola y ganadera, viéndose afectados los ecosistemas naturales. En el municipio de Yaguará se encuentra la bahía de Chichayaco en donde se realizan distintas actividades turísticas, tales como: paseo en el FerryMómico, deportes náuticos, paseo en caballo y paseo en botes a través del embalse.

Por su tamaño es prácticamente un mar interno, en donde se puede realizar contemplación del paisaje que lo rodea, así como la observación de especies de aves nativas que son atraídas por la disposición de alimento.

En otros lugares del embalse se ubican muchos residentes por los cultivos de peces, tienen viviendas dentro de la presa, y a su alrededor realizan cercos artificiales en donde son cultivados los peces para comercializar. Debido a la retención del flujo de agua es muy común ver cantidad de residuos a las orillas, siendo la principal fuente de contaminación, además de la cantidad de fungicidas y herbicidas que caen debido a las grandes extensiones de cultivos de arroz en zonas aledañas.



Embalse de Betania



Phalacrocoraxbrasilianus



Sicalisflaveola



Habitantes y cultivos de peces



Residuos orgánicos



Bahía de Chichayaco

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Paseo en caballo



Embarcación para turistas



Orilla de la bahía



Pesca deportiva

Cueva del Tigre

Formación natural en la cual se pueden apreciar estalactitas, estalagmitas, corrientes subterráneas cristalinas; también es posible encontrar fósiles marinos. La principal amenaza al atractivo turístico es la deforestación para fines agrícolas, la cueva no cuenta con un margen de bosque protector. La entrada a la cueva es restringida por encontrarse en un predio privado, y se regula con una reja metálica que se instaló en su entrada, que perjudica la observación del sitio, pues no es acorde al área ambiental.

Se llega a la cueva por carretera rural, la cual presenta deterioro en algunos tramos, el ingreso en épocas de lluvia no es fácil.





Entrada Cueva del Tigre



Exteriores Cueva del tigre



Interior Cueva del Tigre

Charco El Bejuco

Es un balneario natural de formaciones rocosas, en el cauce de las aguas cristalinas de la Quebrada la Upar. Es un sitio en donde se puede realizar natación y contemplar la hermosa cascada que llena de agua la piscina principal. El acceso a este sitio es por caminos rurales.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Charco el Bejuco



Cascada el Bejuco



Formación rocosa Salto el Bejuco



Espejo de agua



Vegetación ribereña



Clúster Arqueológico

San Agustín

El municipio de San Agustín se encuentra en las estribaciones del Macizo Colombiano al sur del departamento del Huila a una altitud de 1730 msnm y tiene una temperatura promedio de 18°C. Acuarenta minutos aproximadamente del municipio de Pitalito.

San Agustín es la puerta de entrada al Parque Arqueológico del mismo nombre, una joya arqueológica de importancia mundial declarada Patrimonio de la Humanidad. Las principales actividades económicas del municipio de San Agustín son la agricultura y el turismo.

Macizo Colombiano

Es la formación en donde la cordillera de los Andes se bifurca, y forma las tres cadenas montañosas de Colombia, tiene una extensión de 855.000 ha, tienen influencia los parques nacionales naturales de Puracé, nevado del Huila y Cueva de los Guácharos. Además es el sitio donde nacen algunos de los más importantes ríos de Colombia como Patía, Caquetá, Cauca y Magdalena.

El Macizo Colombiano es un área estratégica a nivel nacional e internacional, dado su significado para la producción de agua, la biodiversidad y los ecosistemas, se trata de un área, que por su conformación especial, representa una de las regiones con más posibilidades de desarrollo en Colombia, pero también, con grandes problemas que pueden llevarla a un proceso de degradación acelerada. El Macizo Colombiano, región considerada estratégica, se ha convertido en territorio de guerras y sus habitantes en parte del botín.

Este ecosistema es reconocido como sinónimo de biodiversidad, epicentro vital de la ecología colombiana y se constituye en un invaluable patrimonio natural, es por ello que merece gran atención.

Capítulo 1 - Diagnóstico

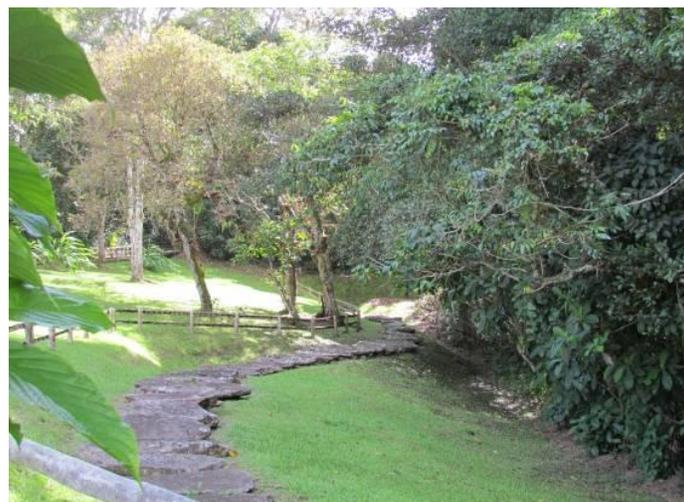
Huila



Macizo Colombiano

Parque Arqueológico de San Agustín

El parque alberga los restos de la Cultura Agustiniana, el lugar es visitado para contemplar los monumentos y tumbas en piedra, que dan testimonio de los rituales fúnebres. Alrededor del parque podemos encontrar parches de bosque en regeneración natural. Es común observar especies de aves nativas, que aprovechan la zona como refugio o para buscar alimento. Encontramos sitios apropiados para realizar senderismo, o para algunos visitantes, cabalgatas visitando cada uno de los atractivos. Al interior del parque se debe hacer caminata.



Camino dela Cultura Agustiniana





Borde de bosque



Sarcófago fúnebre



Ave sembrera



Bosque Parque Arqueológico

Lavapatas

Fuente ceremonial esculpida sobre el lecho de la quebrada del mismo nombre, en sus esculturas podemos encontrar dibujos de ranas, lagartos, salamandras, serpientes y caras humanas. El cauce de la quebrada ha sido desviado debido a la contaminación que presenta el agua, para poder observar el recorrido que realiza el agua se ha dispuesto de un sistema que la hace recircular debidamente tratada, con el fin que no haya afectación en el sistema de tallas de la fuente.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Quebrada Lavapatas y fuente ceremonial.



Quebrada Lavapatas



Fuente



Rostro humano en la fuente



Monumento de rana



La Chaquira



Panorámica desde La Chaquira



Salto visto desde la Chaquira



Cascada rodeada por cultivos



Cañón del Magdalena (Chaquira)



Camino a la Chaquira

Estrecho del Magdalena

Se localiza a 1.400 msnm y a 9 kilómetros de distancia del casco urbano del municipio de San Agustín en el corregimiento de Obando. Para llegar allí el tránsito es por carretera destapada. En el lugar se encuentra el Estrecho del río Magdalena en donde se ve forzado a reducir su cauce a un ancho aproximado de 2 metros debido a una garganta formada por las rocas.

En este sitio se contempla el maravilloso recorrido del río, además de observar fósiles marinos que están incrustados en la mayor parte de las rocas que hay alrededor. Al contar con vegetación de borde, los visitantes pueden admirar algunos tipos de árboles y flores típicas como son las heliconias. Luego de que el flujo de agua del río Magdalena sale de la garganta, se forma un gran pozo en donde los turistas tienen la posibilidad de refrescarse y observar algunos insectos que se posan sobre las rocas, y aves que utilizan el cauce del río como corredor biológico.



Panorámica Estrecho del Magdalena



Estrecho del Magdalena



Erosión de la roca



Río Magdalena y Estrecho



Fósil marino

Sitio arqueológico el Tablón



Panorámica del Tablón

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Bosque secundario del Tablón



Bosque que rodea el Sitio



Potrero limpio



Borde de bosque

Isnos

Isnos, a 1.800 msnm, en la margen izquierda del río Magdalena, se encuentra a 228 km al sur de Neiva, es una población que mezcla la cultura huilense y nariñense. Allí se desarrolló un importante centro religioso y ritual, donde se puede apreciar el monumental arte de los agustinianos, así como distintas clases de tumbas.

Alto de las Piedras

El Alto de las Piedras está ubicado a 24 km de Isnos, a donde se puede llegar por carretera destapada, sitio donde podemos contemplar monumentos de la cultura agustiniana.





Alto de las Piedras



Caseta de monumento



Casetas rodeadas de bosque



Borde de bosque



Bosque que rodea el Alto

Salto de Bordonos

Es una caída de agua que forma una cascada de aproximadamente 400 metros de altura, formada por el río Bordonos, se puede contemplar desde un mirador, el cual fue

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

construido al margen izquierdo del cañón, en el momento de la visita las instalaciones se encontraban abandonadas y en proceso de deterioro.

Desde el mirador se puede observar la zona donde el río Bordonos acumula agua para luego comenzar a caer a través del salto hasta llegar nuevamente a su lecho, la vegetación aledaña forma un mosaico con los cultivos agrícolas de los colonos. A Bordonos se llega desde el parque Alto de las Piedras recorriendo 9 km de carretera destapada, se trata de una carretera rural que conduce a la vereda Bordonos.



Panorámica del Salto Bordonos



Río Bordonos



Final del salto de Bordonos





Vegetación del salto Bordonos

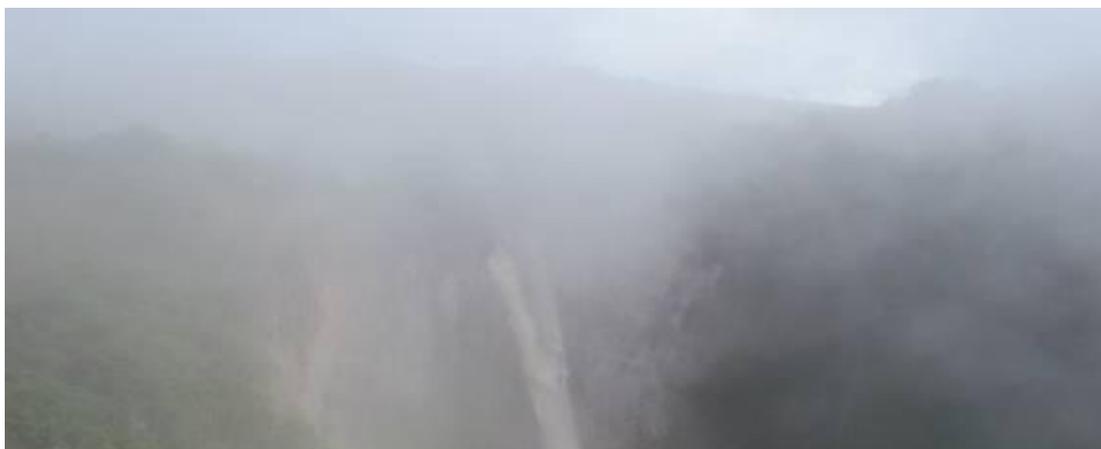


Salto de Bordonos

Salto de Mortiño

El salto de Mortiño es una caída de agua de aproximadamente 170 metros, se puede contemplar el paisaje desde un mirador artesanal que está construido al margen izquierdo del cañón. Para poder ingresar, se debe cancelar un valor de \$1000 COP al dueño de la zona, pues el atractivo se encuentra en propiedad privada.

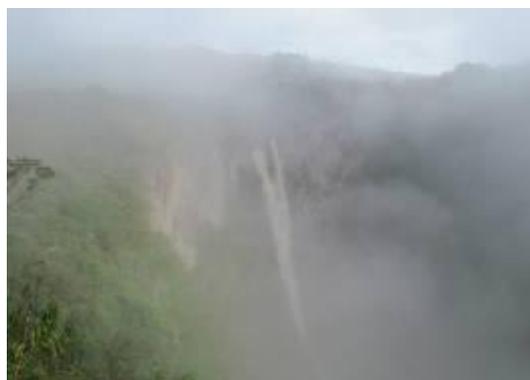
El principal daño o contaminación que tiene el salto es sobre su agua, debido a que a esta quebrada se le es descargada parte de las aguas residuales del Municipio de Isnos, al pasar por el casco urbano de esta población.



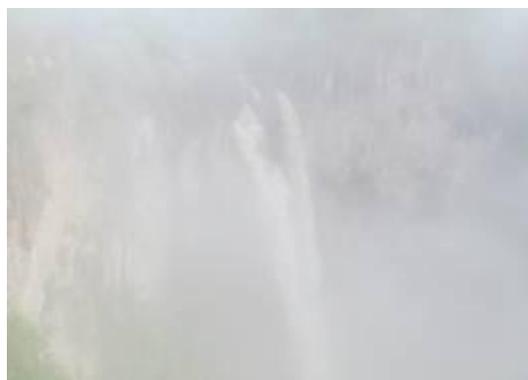
Panorámica salto Mortiño

Capítulo 1 - Diagnóstico

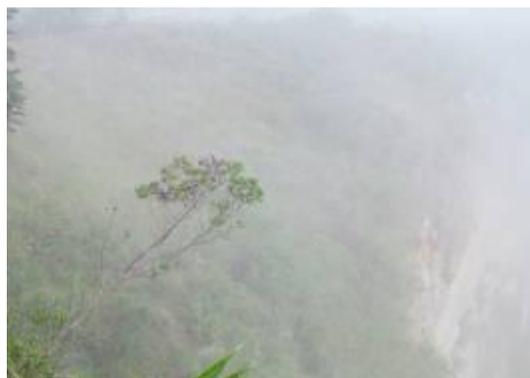
Huila



Salto Mortiño



Caída de agua



Vegetación



Planta *Melastomataceae*

Microclúster Desierto de la Tatacoa

Villavieja

El municipio de Villavieja se encuentra localizado al norte de este departamento, a una distancia de 36 kilómetros de Neiva, a un altitud de 384 msnm, su clima es seco y su temperatura promedio es de 27 °C.

Dentro del área del municipio de Villavieja se encuentra El Desierto de la Tatacoa, que adquiere gran importancia por sus características únicas naturales, al contar con un rico yacimiento de fósiles que son objeto de continuos estudios paleontológicos, además dentro de su área se realizan investigaciones científicas y astronómicas, las cuales se facilitan por su ubicación geográfica considerándose un balcón natural para



la observación del firmamento. Villavieja forma parte de la cuenca alta del río Magdalena, río que constituye su límite natural con el municipio de Aipe.

Museo Paleontológico

El Museo Paleontológico está ubicado en el casco urbano del municipio de Villavieja, es una muestra de las riquezas prehistóricas que se encuentran en el desierto y en la región. Al interior del museo se observa una muestra representativa de fósiles de animales extintos que habitaron el Desierto de la Tatacoa, entre los cuales se destacan caparazones de tortugas gigantes, así como huesos del perezoso gigante, que se cree fue el mamífero que dominó esta zona en la antigüedad, es por ello que en la plaza principal se encuentra un monumento del perezoso gigante.



Perezoso gigante



Animales prehistóricos



Restos de Marsupiales

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Restos del perezoso gigante



Caparazón de tortuga extinta

Observatorio astronómico la Tatacoa



Panorámica Observatorio la Tatacoa

PNR Ecorregión la Tatacoa

La ecorregión es el hábitat para gran cantidad de aves, entre las que sobresalen las aves rapaces como el *milvago chimachima*, y pájaros carpinteros como *melanerpesrubricapillus*. Dentro de los recorridos que se realizan por los senderos del Desierto de la Tatacoa, se pueden también realizar avistamientos de aves, además de apreciar el paisaje. El nombre de la ecorregión encuentra su origen en una serpiente extinta que habitó esta zona, *la Tatacoa*, esta serpiente era muy parecida a la cascabel que aún hoy se puede encontrar en algunas zonas del desierto.



El principal daño en la zona es causado por la erosión de los suelos, en donde se presenta el color de arcillas rojizas.



Panorámica Desierto de la Tatacoa



Milvago chimachima



Nidocolumbina talpacoti



Panorámica de los Hoyos (Desierto de la Tatacoa)

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Aves PNR Desierto de la Tatacoa

ESPECIE	NOMBRE COMÚN
Machetornisrixosus	Sirirí sabanero
Mimusgilvus	Mirla blanca
Columbina talpacoti	Tórtola caminera
Melanerpesrubricapillus	Carpintero habado
Milvago chimachima	Pigua
Pyrocephalusrubinus	Santamaría Petirrojo
Falco sparverius	Cernícalo
Crotophagaani	Garrapatero
Crotophagamajor	Chamón
Tyrannussavana	Tijereta
Icteruschrysater	Toche
Vanelluschilensis	Alcaraván

Ruta Tesalia Paicol

Tesalia

A una distancia de 95 km de Neiva, la población se encuentra en un plano ligeramente inclinado de occidente a oriente y lo dominan las serranías de Nátaga y Potrero Grande. A poca distancia corre el río Páez, que le sirve de límite con el municipio de Paicol.

Paicol

Se encuentra ubicado a 108 kilómetros de Neiva. Goza de una temperatura promedio de 24 grados centígrados y tiene una extensión de 298 km².



La Caja de Agua

Caverna localizada a 3,5 km del casco urbano del municipio de Paicol, se halla rodeada de vegetación, al interior de la cueva se puede practicar espeleología, un atractivo muy llamativo para los turistas.

Por el interior de la caverna corre la quebrada San Ignacio, el agua subterránea se ha encargado de erosionar la roca y formar concavidades que sirven como refugio de varias especies de murciélagos que allí habitan. Lastimosamente algunos turistas deterioran las rocas de la cueva con inscripciones que alteran el ambiente ecológico de la misma, e incomodan a otros turistas.



Entrada a la Caja de Agua



Quebrada en la Caja de Agua



Túnel de la cueva

Capítulo 1 - Diagnóstico

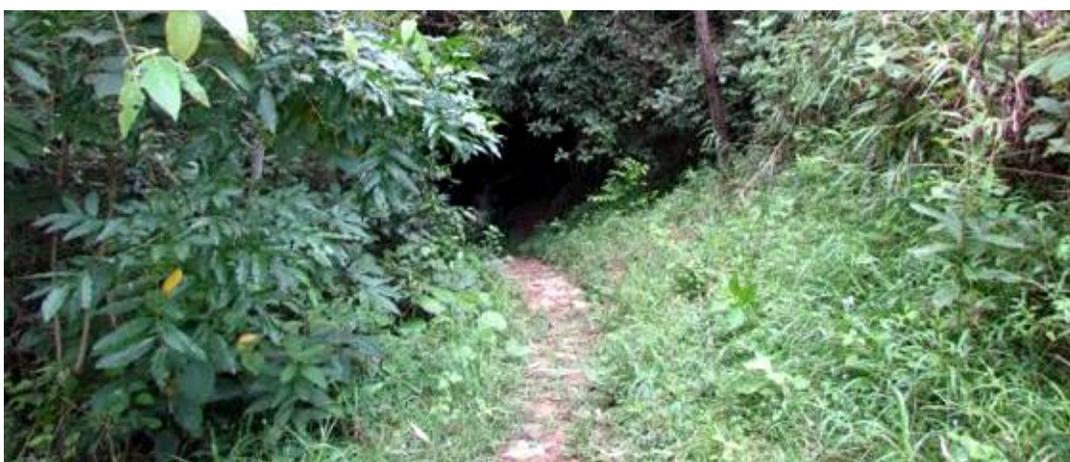
Huila



Inscripciones antrópicas



Salida de la caverna



Acceso a la cueva Caja de Agua

Ruta Garzón y Gigante

Garzón

Garzón se encuentra a una altitud de 830 msnm y tiene una temperatura promedio de 24° C. Se ubica en el suroriente del departamento del Huila a una distancia de 113 kilómetros de su capital Neiva. Su topografía es llana, semimontañosa y boscosa, por lo cual goza de varios pisos térmicos.

La economía de Garzón está basada principalmente en la agricultura, teniendo como primer renglón el cultivo del café seguido del plátano, cacao y arroz, ocupando un lugar secundario la ganadería y la piscicultura.



Represa El Quimbo

El Proyecto Hidroeléctrico El Quimbo no constituye un atractivo turístico comercialmente, por el contrario, representa un obstáculo para el desarrollo de la flora y fauna nativa. El principal riesgo a manejar a raíz del desarrollo de esta obra será el ambiental, debido a la gran cantidad de áreas silvestres que serán inundadas a partir del represamiento del río Magdalena. Se espera poder realizar un estudio que permita identificar la potencialidad del embalse para desarrollos turísticos que beneficien a los municipios del área de influencia del proyecto.



Panorámica de construcción Represa El Quimbo



Recorrido del río Magdalena



Construcción Represa El Quimbo

Ruta río Magdalena

El río Magdalena desde su nacimiento en el Macizo Colombiano se constituye como uno de los ríos más importantes de Colombia con un extenso recorrido de sur a norte del país hasta desembocar en el mar Caribe, a lo largo de todo su cauce ha formado uno de los principales relieves colombianos (el valle del río Magdalena). En el caso del turismo de aventura se han habilitado algunos tramos del río, especialmente para el rafting.

San Agustín-Estrecho del río Magdalena

En este recorrido se pueden observar algunos insectos que se posan sobre las rocas, y aves que utilizan el cauce del río como corredor biológico.



Estrecho del río Magdalena

En las selvas que componen el Macizo Colombiano lugar donde nace el río Magdalena, en el páramo, por encima de los 3.200 msnm, dominan los chusques y abundan *Espeletiaharwegiana*, un frailejón cuya distribución se restringe solo a la cordillera Central de los Andes.

A medida que se asciende el predominio del chusque es reemplazado por el de pajonales y los frailejones son sustituidos por senecios. Un poco más alto dominan musgos y líquenes. En el macizo se encuentran algunas de las aves más coloridas de los Andes, como el perico *Pyrrhura melanura*, el azulejo *Cyanolicaviridiana*, la tångara *chlorornis riefferii*, la urraca *Cyanocorax inca*, y la cotinga *Pipreola arquata*.

Investigaciones recientes confirman la presencia de osos de anteojos *Tremarctosornatus*, puma concolor, y dantas de páramo *Tapiruspinchaque*.

Estas tres últimas especies consideradas en peligro de extinción, debido principalmente a la caza de animales y a la reducción de su hábitat por el proceso de colonización, además del aumento de la frontera agrícola con fines comerciales, principalmente para cultivos de papa, y otros tubérculos. Para la protección de las especies silvestres se han logrado constituir áreas protegidas como el Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos, que sirve como refugio para las especies de fauna y flora.

Timaná-Pericongo

El sitio Pericongo, está localizado en el municipio de Timaná, desde este lugar se puede apreciar el valle del río Magdalena, también se aprecia una formación rocosa formada por la erosión del agua que recorre esta zona. La actividad que se puede realizar en esta área es la contemplación, desde el mirador, del cañón formado por el río.



Panorámica del río Magdalena (Pericongo)

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Rápidos del río



Curvas Pericongo del río

Tarqui



Vista del río Magdalena en Tarqui



Río Magdalena



Rápidos del río Magdalena



Gigante y Hobo

En el área en donde el río Magdalena recorre las inmediaciones del municipio de Gigante todavía se puede apreciar parte de los efectos del embalse de Betania, gran cantidad de depósitos de sedimentos sobre el cauce del río, en una zona con gran cantidad de espacio inundable de acuerdo al funcionamiento de las compuertas en la zona del embalse.



Río Magdalena. (Vista del efecto del embalse de Betania)



Acumulación de sedimentos



Zonas inundables

Palermo-El Juncal y Neiva-Malecón del río Magdalena y Fortalecillas

El río Magdalena en la ciudad de Neiva presenta alta contaminación, tal y como se reseñó en el clúster: Neiva Ciudad Región. Se evidencian algunas especies de aves y

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

reptiles que son especies generalistas y son fácilmente adaptables a ambientes con cierto grado de intervención antrópica.



Río Magdalena en el casco urbano de Neiva

Aipe y Villavieja

Se denomina valle intermedio del río Magdalena al área comprendida entre la ciudad de Neiva y el municipio de Morales, en el departamento de Bolívar, incluyendo las llanuras laterales que conforman el respectivo valle por debajo de los 1.500 metros entre Neiva y Girardot, para luego conservar la cota de los 1.000 metros hasta Morales. El río Magdalena en esta región tiene un recorrido aproximado de 700 kilómetros, presentando una diferencia de altura entre los dos puntos extremos (Neiva y Morales) de 456 metros. La región se subdivide en cuatro subregiones, de sur a norte, de acuerdo al curso del río.





Río Magdalena sobre los municipios de Villa Vieja y Aipe



Residuos orgánicos en el río



Butoridesstriatus(Garza)

Ecosistemas estratégicos departamento del Huila

Sistema Regional de Áreas Protegidas (SIRAP)

SIRAP Macizo Colombiano

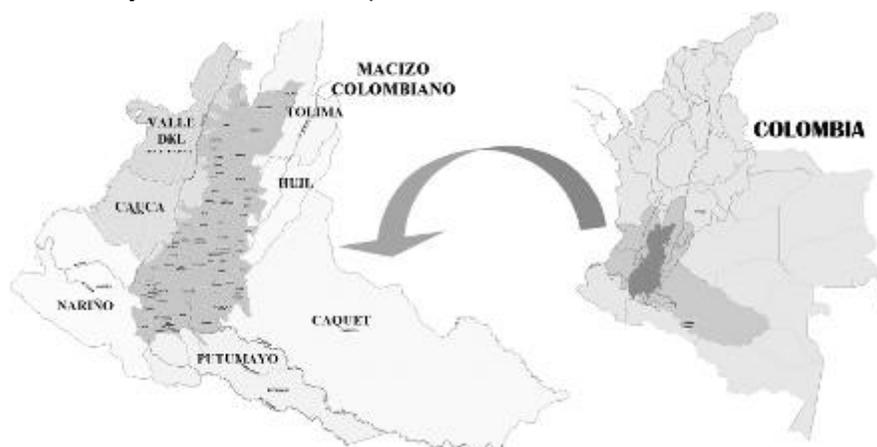
La importancia del Sirap Macizo Colombiano es alta y significativa, debido a sus atributos reconocidos en el contexto mundial en cuanto a la conservación de ecosistemas estratégicos. Está orientado por principios claros para llevar a cabo las

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

actividades de recuperación y conservación natural, de ecoturismo, educación ambiental y de investigación científica.

Su principal objetivo es preservar, proteger, conservar, recuperar y consolidar las áreas estratégicas para el funcionamiento de los ecosistemas, los corredores biológicos, la conservación de la flora y la fauna silvestre y los servicios ambientales asociados al paisaje, la historia y la cultura del departamento del Huila.



Ocupa los departamentos del Caquetá, Valle del Cauca, Cauca, Huila, Nariño, Putumayo y Tolima, en un área de 4.126.000 hectáreas en la parte alta de las cuencas de los ríos Magdalena, Cauca, Caquetá y Patía. En cuanto a la biodiversidad, se encuentran especies endémicas de vegetales y animales, algunas de ellas en vía de extinción. Entre ellas se destacan: la danta, el loro orejiamarillo, el oso de anteojos, el venado, perro de monte y la palma de cera, roble y pino romerón o colombiano, entre otros.

Sistema Departamental de Áreas Protegidas (SIDAP)

Parques Nacionales Naturales¹¹⁴

El Parque Nacional Natural Nevado del Huila se encuentra ubicado en los departamentos del Cauca, Huila y Tolima sobre el eje de la cordillera central de los Andes en jurisdicción de los municipios de Páez, Corinto y Toribío (Cauca), Ataco y Rioblanco (Tolima) y Teruel, Íquira, Palermo y Neiva (Huila).

¹¹⁴ www.parquesnacionales.gov.co.

El Parque está constituido por un área volcánica con vegetación de páramo, en especial pajonales. Es resguardo indígena y lugar de cultos religiosos. Se destacan los páramos de Moras y de Monterredondo. La localización del volcán Nevado del Huila es particular, ya que no conforma un grupo como la mayoría de volcanes, siendo el segundo glaciar más grande del país, después del Cocuy. Si bien su área ha disminuido poco en los años observados, parece que su espesor se ha reducido bastante. El nevado del Huila actualmente presenta una tasa de pérdida en su área de 0,7% anual, la menor de los glaciares, lo que haría de este nevado el más duradero de Colombia, de mantenerse las actuales condiciones climáticas. En las grietas que presenta el volcán se hace evidente la actividad volcánica por la presencia de azufre cristalizado en sus bordes y los gases que emanan de ellas.

PNN Serranía de los Churumbelos Auka-Wasi. Este parque nacional natural se ubica en el punto de encuentro entre la cordillera central, la cordillera oriental, la Amazonía, el valle del Magdalena y la vertiente oriental de los Andes, constituyéndose en un corredor de selvas naturales de gran relevancia para la conservación del medio ambiente en el país.

Las características climáticas, geológicas, biológicas y socioculturales del Parque Nacional Natural Serranía de los Churumbelos Auka-Wasi, hacen de la región un lugar de especial importancia, no solo para la protección de la biodiversidad sino para la conservación de las tradiciones y las culturas de los indígenas de la zona.

Otros factores que hacen que el Parque Nacional Natural serranía de los Churumbelos Auka-Wasi, sea un área de especial significado en el ámbito nacional e internacional, son los niveles de riqueza específica, las especies amenazadas y las especies endémicas que se encuentran únicamente en ecosistemas registrados dentro de los diferentes grupos de flora y fauna presentes en esta área protegida.

PNN Cueva de los Guácharos. Está limitado por el suroriente del departamento del Huila y por el suroccidente del departamento del Caquetá, en jurisdicción de los municipios de Acevedo y San José de Fragua, respectivamente.

En este PNN podemos encontrar bosque andino, y bosque de roble y páramo. En el área del Parque habitan unas 300 especies de aves, además del Guácharo se

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

encuentran otras especies como el Gallito de roca (*Rupicola Peruviana*), Pato de los torrentes (*Merganetta armata colombiana*) y la gallineta de monte (*Tinamus goodii herskovitzi*) actualmente en vía de extinción. Entre las 60 especies de mamíferos se destacan el oso de anteojos (*Tremarctos ornatus*), la danta de páramo (*Tapirus pinchaque*), el venado conejo (*Pudumephistophiles*), la comadreja (*Mustela felipei*) y cinco especies de primates dentro de las cuales se encuentran: micos chucuros, maiceros o negros, guatines o ñeques.

También existen en el área por lo menos 50 especies de mariposas, entre ellas la famosa 88. También se cuenta con gran variedad de ranas, entre las que se destaca la presencia de un género amazónico, la especie *Osteocephalus* y la rana marsupial (*Gastrotheca andaquiensis*). Entre las serpientes es importante una falsa coral que mide hasta 2 metros y la pequeña Tiro muy temida por su veneno.

Entre las actividades que se pueden realizar en el área del parque se encuentran: senderismo, observación de fauna y flora silvestre, observación de aves, observación de patrimonio cultural, espeleología, fotografía y video, investigación y educación ambiental.

PNN Sumapaz. Es uno de los principales ecosistemas de páramos que existen en el país, su innegable importancia radica no solo en su atractivo paisajístico, sino porque además este es uno de los pocos espacios en donde habitan especies únicas de flora y fauna, que por las condiciones del clima tan solo viven a estas alturas. Además Sumapaz es un recodo de vida, pues por ser un ecosistema tan particular cuenta con innumerables fuentes de agua, fuentes que nacen incluso bajo los pies de los visitantes pues la riqueza del páramo es también subterránea. Uno de los mayores intereses del área es justamente su uso como recurso hídrico, de esta forma se asegura una constante presión sobre su potencial, y por ende ha sido declarado desde 1977 como Parque Nacional Natural.

PNN cordillera de los Picachos. Se encuentra ubicado sobre la vertiente oriental de la Cordillera Oriental en jurisdicción de los municipios de San Vicente del Caguán (departamento del Caquetá) y La Uribe (departamento del Meta). La superficie total del Parque corresponde a 294.319 hectáreas, ubicadas en los ecosistemas andino-amazónicos y de piedemonte, los que sirven de conectividad con los ecosistemas propios de las llanuras de la Orinoquía y la selva amazónica colombiana.



Presenta un variado mosaico de ecosistemas tropicales de montaña que va desde paisajes ligeramente ondulados, en el oriente, hasta la escarpada serranía de los Picachos, en el occidente. Esta serranía es de gran importancia hidrográfica para la región, pues las aguas que allí nacen alimentan las cuencas de los ríos Magdalena, Orinoco y Amazonas.

La subregión del Pato posee un variado mosaico de ecosistemas tropicales de montaña. Entre la fauna del parque se destacan la danta de páramo, el cóndor y alrededor de 300 especies de aves. Su gran diversidad biótica, sumada a la importancia de su riqueza hídrica, que se evidencia en la cantidad de cursos de agua, hace del Parque Nacional Natural Cordillera de los Picachos una región estratégica para el logro de los objetivos nacionales de conservación.

Parques Naturales Regionales

Cerro Páramo de Miraflores. El Cerro Páramo de Miraflores como parque natural regional, forma parte del corredor de conservación trasandino amazónico y se localiza en el flanco occidental de la cordillera oriental sobre los municipios de Garzón, Gigante y Algeciras en el Huila, con una extensión aproximada de 15.400 hectáreas, las cuales se suman al Sistema Departamental de Áreas Protegidas.

Ecorregión la Tatacoa. El Parque Natural Regional Ecorregión la Tatacoa, cuenta con una extensión de 56.576 hectáreas en donde es poco abundante la vegetación y la mayor parte es predominada por suelos arcillosos desnudos, las plantas que allí se encuentran son de tipo cactácea, entre las cuales tenemos los cactus cola de zorro (*Praecereuseuchlorus*), cabeza de negro (*Melocactuscurvispinus*), arepo y candelabro. Además de algunos arbustos espinosos.

1.2. FACTORES DE ATRACCIÓN

1.2.1. IDENTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS PRINCIPALES CLÚSTERS, MICROCLÚSTERES, CIRCUITOS Y RUTAS QUE CONFORMAN LA OFERTA TURÍSTICA DEPARTAMENTAL

1.2.1.1. Identificación de los atractivos involucrados

Con el objeto de identificar los clúster, microclúster, rutas y circuitos del departamento, se partió del reconocimiento de las ofertas comerciales de las agencias de viajes. A partir de las mismas se pudieron identificar aquellos conjuntos de atractivos que aparecían con mayor frecuencia dentro de los planes ofrecidos. Esta información, con una visión de mercadeo, fue uno de los filtros que se utilizaron para la selección realizada. Se tomó en cuenta aquello que realmente está posicionado en el mercado para identificar la oferta real del Departamento del Huila, la cual se puede apreciar en la siguiente tabla:

Clasificación Huila

No	Ubicación	Clasificación	Condición	Municipios Involucrados	Atractivos Involucrados	Vocación
1	Neiva, Ciudad Región	Clúster	Real	Neiva	Río Magdalena, Catedral de la Inmaculada Concepción, Malecón, Monumento a La Gaitana, Estación del ferrocarril, Ciudad Villamil, Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera, Biblioteca Departamental con los museos: Arqueológico Regional, Jorge Villamil Cordovez, Sanjuanero Huilense, Arte Contemporáneo	Turismo de negocios, turismo cultural

No	Ubicación	Clasificación	Condición	Municipios Involucrados	Atractivos Involucrados	Vocación
					del Huila. Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco, asado huilense, danza del sanjuanero huilense.	
				Rivera	Termales de Rivera	Turismo de salud (enfoque hacia bienestar)
				Palermo	Parques recreativos	Turismo de ocio y recreación
				Yaguará	Embalse de Betania (deportes náuticos), la cueva del Tigre (espeleología), Cueva del Amor	Turismo de naturaleza, turismo náutico
2	Arqueológico	Clúster	Real	San Agustín	Macizo Colombiano, Parque Arqueológico de San Agustín, la Chaquira, la Pelota, el Purutal, Sitio Arqueológico el Tablón, Estrecho del Magdalena, río Magdalena, Parque Museo de Obando, artesanías, gastronomía	Turismo arqueológico, turismo de naturaleza
				Isnos	Parque arqueológico Alto de los Ídolos, Alto de las Piedras, salto de Bordonos	

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

No	Ubicación	Clasificación	Condición	Municipios Involucrados	Atractivos Involucrados	Vocación
3	Desierto de la Tatacoa	Microclúster	Real	Villavieja	Museo Paleontológico, Observatorio Astronómico la Tatacoa, PNR Eco región la Tatacoa, Estofado de chivo	Turismo paleontológico y astronómico, turismo de naturaleza
			Potencial	Aipe	Arte rupestre, petroglifos, fósiles, Piedra Pintada, Piedras del Callejón y Patá	
4	Neiva-Tesalia-Paicol	Ruta	Potencial	Tesalia	Haciendas con reconocimiento de patrimonio arquitectónico del Huila (Paisito, el Diamante y Malpaso), Camino Real de Guanacas	Turismo cultural, turismo de aventura
			Real	Paicol	Río Páez, templo Santa Rosa de Lima, la Caja de Agua	
5	Neiva-Gigante-Garzón	Ruta	Real	Garzón	Zona Cafetera, Agroparque Loma Chata, La Jagua	Turismo rural, agroturismo
				Gigante	Zona Cafetera	

Adicional a los ya mencionados, los cuales constituyen la oferta principal, también se pueden destacar como soporte de estos, los circuitos Neiva-Palermo-Rivera-Guadual-La Ulloa-Caguán-Neiva y la ruta Pitalito-Palestina-Cueva de los Guácharos.

A continuación se presenta en detalle lo encontrado, tanto en ofertas comerciales como en guías turísticas.



Análisis de las ofertas comerciales del producto turístico del Huila

Los resultados del análisis de la información de las ofertas comerciales del producto turístico del Huila en agencias de viajes de todo el país, incluyendo operadores locales, permiten definir dos tipos de ofertas:

- *San Agustín y circuito arqueológico.
- *Desierto de la Tatacoa.

A continuación se presenta un análisis detallado de los atractivos y servicios involucrados en cada uno de los tipos de ofertas mencionados:

San Agustín y circuito arqueológico

San Agustín, y el Huila en general, están intrínsecamente asociados al turismo arqueológico. El importante patrimonio cultural encontrado en la región constituye, además de la marca por excelencia del destino, el factor primordial de atracción del mismo. La riqueza arqueológica ha definido inequívocamente la vocación del departamento.

Atractivos involucrados

El Parque Arqueológico San Agustín es el atractivo por excelencia, mencionado en todos los paquetes. Algunas agencias detallan las visitas que se realizarán dentro del parque, entre ellas las Mesitas A, B y C, el Alto de Lavapatas, el Bosque de las Estatuas y el museo. Esta excursión se complementa con cabalgatas a El Tablón, La Chaquira y La Pelota. El Estrecho del Magdalena también aparece como opción en algunos planes.

Varias agencias ofrecen dentro del circuito arqueológico el municipio de Isnos donde se encuentran: el Parque Alto de los Ídolos y Alto de las Piedras, cascadas salto de Mortiño y salto de Bordonos. Un operador local combina los atractivos anteriores con el Parque Natural Cueva de los Guácharos.

Servicios incluidos

Ninguno de los paquetes contiene el transporte aéreo dentro de la tarifa. En caso de solicitarlo se cotiza en forma separada. Los planes tienen como punto de partida Neiva, a pesar de que prácticamente ninguna visita se ofrece en la capital del departamento. Todos los traslados internos están incluidos para la realización de las excursiones, ya sea a los parques o museos. En algunos casos se menciona la presencia de un guía bilingüe o coordinador acompañante.

Las cabalgatas para acceder a determinados sitios turísticos aparecen en todos los paquetes como parte de los mismos sin costo adicional. Una agencia brinda un concierto de música andina pero no especifica dónde.

El alojamiento varía en función de las diferentes agencias pero contemplando que se trata de un circuito, cada una determina la cantidad de noches que pasarán los turistas en cada punto del viaje. Normalmente alternan entre estadías en Neiva y San Agustín. La alimentación puede ser desde el desayuno únicamente hasta pensión completa. Los almuerzos se ofrecen durante las excursiones mientras que el desayuno forma parte de la estadía.

Tanto los seguros como impuestos están incluidos en todos los planes. En el caso de San Agustín no se hace mención de la tarjeta de asistencia médica.

Desierto de la Tatacoa

Las ofertas que lo comprenden generalmente son complementarias a San Agustín. Es decir, que su comportamiento no es independiente desde el punto de vista comercial, por el momento depende de la afluencia de turismo a los parques arqueológicos.

Por otra parte, la tipología turística del Desierto de la Tatacoa y sus alrededores está más relacionada con la observación astronómica y con la práctica de deportes que con la arqueología, ícono representativo del departamento.



Atractivos involucrados

El atractivo principal es el desierto. Algunas agencias adicionan el ingreso a la represa Betania. En el municipio de Villavieja se visita la plaza principal y el Museo Paleontológico. Un operador local incluye también el ingreso a las Termas de Rivera y a la Cueva del Tigre para la práctica de espeleología y torrentismo.

Servicios incluidos

En la mayoría de las ofertas el circuito comienza en Neiva. Solo unas pocas agencias ofrecen el transporte terrestre desde Bogotá y el tipo de vehículo utilizado varía en función de la cantidad de turistas. Ya en el recorrido, están incluidos los traslados a los atractivos propuestos. En el caso del Desierto de La Tatacoa los planes comprenden un guía experto pero no especifican el idioma. Una vez allí, las agencias detallan caminatas ecológicas y observaciones astronómicas así como baños en piscinas energéticas.

El alojamiento normalmente es en Neiva y la visita se realiza en el día. Un operador local ofrece carpas o hamacas para dormir. El tipo de alimentación va de media pensión a pensión completa sin bebidas. Cuando se realizan visitas durante el día, el almuerzo se sirve en el transcurso de las excursiones. El desayuno lo provee el hotel. Los seguros e impuestos están comprendidos dentro de la tarifa del paquete y en varias oportunidades se incluye también el seguro de viaje.

El análisis realizado detecta dos grandes atractivos que generan el desplazamiento turístico. El primero y más reconocido es el Parque Arqueológico San Agustín junto con el circuito temático desarrollado alrededor del mismo. Todas las agencias que venden el Huila lo ofrecen en planes en dos o tres noches, constituyéndose en una excelente alternativa para los fines de semana y puentes festivos.

El departamento se ha posicionado como un destino cultural gracias a su riqueza arqueológica y a sus museos. El segundo atractivo de notoriedad es el Desierto de La Tatacoa. Generalmente la excursión es ofrecida por las agencias como un complemento a la visita a San Agustín. Muy pocos paquetes incluyen solamente el Desierto de La Tatacoa, lo venden como valor agregado a la visita principal de los parques ya mencionados.

Una frase identifica el misticismo y singularidad del destino: “Mágico y Sagrado”.

Guías Turísticas

Para realizar este análisis se partió de la base de guías que efectivamente incluyen a Colombia dentro de sus destinos. Una vez encontrado el país, se verificó que también se mencionara el departamento. El denominador común es la presencia de San Agustín e Isnos. Estos municipios con sus parques arqueológicos, son los que aparecen con mayor frecuencia y la visita adicional de otros atractivos como La Chaquira, La Pelota y El Purutal. En segundo lugar se mencionan el Desierto de la Tatacoa y el Parque Nacional Puracé. Este último no se ofrece dentro de los paquetes turísticos del Huila.

Se infiere que la presencia del Huila en guías, a pesar de ser bastante escasa, coincide con las ofertas comerciales que el mismo departamento promociona en sus planes.

1.2.1.2. Valoración cualitativa de los clúster, microclúster, circuitos y rutas seleccionados

Clúster: Neiva Ciudad Región

A la capital del departamento se accede fácilmente desde Bogotá, ya sea por vía terrestre o aérea, y es la puerta de entrada a los atractivos del Huila. A solo tres horas del área arqueológica de San Agustín, Neiva se destaca por su oferta cultural reflejada en sus museos y monumentos. El acceso a los atractivos más destacados se hace por carreteras o calles en buen estado y bien señalizadas. Adicionalmente indican la dirección a tomar para poder acceder al resto de los municipios del departamento de forma segura.

Principales atractivos

Antigua Estación del Ferrocarril

Sede actual de la Secretaría de Cultura y Turismo de Neiva. Se recicló y adecuó un vagón que actualmente cumple la función de restaurante.



Parque Mitológico

Se ubica al lado derecho de la Estación del Ferrocarril y el Parque Andino. Entre las estatuas más representativas de la mitología huilense se aprecian El Mohán, la Mamá de Agua, el Hojarasquín, la Madre Monte, la Candileja y el Poirá. Dado que las placas explicativas desaparecieron, la identificación de cada una de ellas, resulta difícil para los turistas.

Ciudad Villamil

Este proyecto nacido en 2003 busca, a partir de esculturas repartidas en diversos puntos de la ciudad, honrar las composiciones del maestro huilense Jorge Villamil. Entre ellas resaltan *Luna roja*, el *Caballo colombiano*, *Me llevarás en ti* y *Los Guadales*. Su grado de conservación es disparado, dependiendo del sitio de emplazamiento de la obra. Los monumentos, aunque distantes entre sí, se ubican próximos a avenidas importantes. Sin embargo, no existe ninguna señalización ni ruta que permita conocerlos todos.

Biblioteca departamental

La biblioteca comparte plaza con el Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, complejo de eventos más importante del Huila y del suroccidente del país. En el exterior de la biblioteca se ubican dos monumentos: el primero evoca la figura del Sanjuanero “Arrastra el Ala”, mientras que el segundo consiste en un obelisco de tres caras. Cada una de ellas hace referencia a diferentes culturas y partes del cuerpo: rostros del río Cabrera, manos y brazos de Acevedo, Timaná, Rivera y Aipe y jorjos del Alto Magdalena.

La biblioteca alberga cuatro museos: museo Arqueológico Regional de Neiva, museo de Arte Contemporáneo del Huila, museo Jorge Villamil Cordovez y el recientemente creado museo del Sanjuanero Huilense.

Las cuatro salas de exposición tienen entrada libre y gratuita en horario de oficina con cierre los fines de semana. Sus exhibiciones se encuentran bien organizadas bajo un guión turístico. Lo visitan principalmente estudiantes de colegios y universidades dado

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

que la mayor parte de visitantes desconocen su existencia. Existe poco material promocional disponible y la información brindada está en idioma español.

Malecón

Este corredor paralelo al río Magdalena ofrece diferentes opciones de comidas, además de la feria artesanal y espacios deportivos donde concurren turistas/visitantes. Se observa un grave problema de manejo de basuras.

Cabe la opción de visitar la isla ubicada frente al malecón, en pequeñas canoas a cargo de personas locales. Una perspectiva del río se obtiene subiendo al Mohán, pero no hay señales de que esté en funcionamiento. A lo largo del recorrido se observa un Centro de Atención Inmediata (CAI) y una oficina de información turística, que parece estar abandonada. No se recomienda pasearse por el malecón durante la noche por problemas de seguridad.

Monumento a La Cacica Gaitana

Al final del malecón nos encontramos con la monumental obra del maestro Rodrigo Arenas Betancur La Cacica Gaitana que representa la muerte de Pedro de Añasco a manos de la indígena en represalia por el asesinato de su hijo Timanco.

Municipios vecinos

Los siguientes municipios forman parte de la llamada Neiva Ciudad Región por encontrarse en sus cercanías.

Yaguará

Su principal atractivo es la represa de Betania, se halla a 38 km de la capital departamental en la vía que conduce a Hobo. Debido a su proximidad a Neiva, este sitio es visitado por los huilenses los fines de semana para disfrutar de su clima fresco. Muchos de ellos cuentan aquí con una segunda residencia.

En la represa es posible realizar diversas actividades acuáticas, por su parte, Comfamiliar ofrece sus servicios de ferry por espacio de tres horas sábados y



domingos. La Cueva del Tigre es otro de los atractivos visitados para la práctica de espeleología.

Rivera

Este municipio está a solo 15 minutos de Neiva, se llega fácilmente por ruta pavimentada, Su atractivo principal consiste en los centros termales que cuentan con zonas de recreación así como piscinas de agua fría y caliente. El municipio también ofrece una amplia variedad de restaurantes.

Diagnóstico

Neiva es una ciudad que ostenta parques, monumentos y museos. Sin embargo, son desconocidos por los visitantes dado que el nivel de promoción es muy bajo. En consecuencia, sobreviene el deterioro y consecuente olvido de los mismos. El Parque Mitológico es un ejemplo de ello, actualmente, sus figuras sufren procesos de deterioro, escasea la información referencial y queda a cuenta del transeúnte adivinar cuál es el nombre de la escultura debido al robo de las placas en bronce.

Similar proceso sufre un El Malecón, pensado originalmente como un lugar de descanso y recreación a la vera del río, con el tiempo se ha convertido en fortín de la indigencia, en consecuencia varios de los puestos de venta de artesanías están cerrados. En la zona de restaurantes es usual el acosado a los potenciales comensales que incluso son perseguidos varios metros por los ofertantes gastronómicos. Visitar el Monumento a La Cacica Gaitana, representa un gran riesgo para la seguridad debido a su aislamiento en los confines del malecón.

El atractivo proyecto Ciudad Villamil se ve desaprovechado debido a la falta de una ruta turística que integre los monumentos, y que instruya acerca del autor y sus canciones. Tampoco se observan carteles indicadores ni se consigue un mapa del circuito.

Los principales museos de la ciudad se encuentran en buenas condiciones. Tienen la particularidad de estar ubicados dentro del mismo edificio y de no cobrar el ingreso. No obstante, presentan falencias en el servicio debido a la escases de personal y a los

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

horarios de atención supeditados a la disposición del tiempo de los encargados, por lo que es usual encontrarlos cerrados en cualquier momento del día.

Prácticamente no existe material promocional a disposición ni información en inglés para los visitantes extranjeros. Tampoco los museos están articulados en la oferta turística de la ciudad, siendo finalmente recorridos solamente por estudiantes durante la semana laboral.

En lo que respecta a las instalaciones de la biblioteca, la ausencia de ascensores y rampas impide el acceso a personas de la tercera edad o con dificultades de movilidad dado que las salas están en los pisos superiores. Por otra parte, los baños únicamente están disponibles en el primer piso.

Neiva cuenta con atractivos importantes que podrían motivar por sí mismos la visita de turistas. Sin embargo, es requisito fundamental articularlos de manera más competitiva de manera que la oferta resulte atractiva. El Sanjuanero Huilense, declarado Patrimonio Cultural del departamento, debería incluirse dentro de los atractivos de la ciudad en museos y monumentos, al margen de la fecha de la celebración del festival. En lo que respecta a las exhibiciones de tipo arqueológico, deben servir como abre bocas o prólogo para fomentar y organizar visitase las estatuas de San Agustín.

En cuanto a Yaguará y Rivera, funcionan como complemento a la oferta de Neiva, los dos orientan su atractivo a la actividad recreacional, teniendo Rivera también como una de sus atracciones el termalismo. Las vías de acceso están en muy buen estado y facilitan la llegada de forma rápida y segura llevando desarrollo a estos municipios.

En líneas generales, la gran falencia de la capital tiene que ver con la promoción. Los esfuerzos de mercadeo y folletería están orientados principalmente al desierto y a San Agustín, dejando por fuera a Neiva. Es por ello que tanto los locales como los turistas/visitantes tienen la percepción errónea de que no hay mayores atractivos para disfrutar.



Clúster arqueológico

Los parques de San Agustín e Isnos, declarados en 1995 Patrimonio de la Humanidad, se encuentran a poco más de tres horas de Neiva por carretera asfaltada en buen estado. En la vía que de Bogotá conduce a San Agustín, a la altura del municipio de Pitalito, entre la vereda Charco del Oso y la vereda Llano Grande, se encuentra el museo de Arte Vial de Pitalito, compuesto por treinta obras de artistas laboyanos que buscan transmitir su percepción del Macizo Colombiano.

La importancia arqueológica de los parques ha hecho de este sitio una insignia turística del departamento y principal motivo de desplazamiento de los visitantes.

Principales atractivos

San Agustín

Parque Arqueológico

El Parque Arqueológico de San Agustín se encuentra a pocos minutos del pueblo. A la entrada existe una única taquilla de venta de ingresos, existe la posibilidad de comprar en el mismo lugar un paquete más económico que incluya también los dos parques en Isnos, sin embargo, esta opción no siempre es ofrecida. Existen folletos informativos que son entregados aleatoriamente con las boletas de ingreso.

Una vez se cruza la entrada, el turista puede visitar un pequeño museo explicativo donde se exhiben algunas piezas y herramientas para la talla de la piedra. Muy cerca de este, funciona un bar pequeño para consumo de bebidas y comidas rápidas.

El espacio al aire libre donde se encuentran las esculturas tiene como fondo la imponente cordillera andina. Los senderos están perfectamente señalados y en buen estado. Se observa personal a cargo del mantenimiento lo que se traduce en la limpieza de los caminos y alrededores. Los carteles explicativos de las estatuas están tanto en español como en inglés, permitiendo a los turistas extranjeros la fácil comprensión del texto así como realizar el recorrido sin la asistencia de un guía. Para aquellos que quieran profundizar en el tema, los guías autorizados están disponibles al lado de la taquilla.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

El parque está dividido en cuatro montículos llamados mesitas A, B, C y D. Estos fueron forjados por los mismos agustinianos a través del traslado de tierra. Allí se encuentran el Bosque de las Estatuas, la Fuente de Lavapatas y luego de recorrer un tramo en ascenso al Alto de Lavapatas.

La visita total tiene una duración aproximada de tres horas, dependiendo del grado de interés de los visitantes. Al final del recorrido la Asociación Zuluama de Artesanos ofrece recuerdos tallados en madera y piedra relacionados con la cultura agustiniana.

Otros sitios arqueológicos que se pueden conocer son La Pelota, El Purutal, El Tablón y La Chaqira. Para acceder a estos es necesario realizar una cabalgata de algunas horas o una caminata extensa. La señalización es escasa por lo cual se recomienda la compañía de un baquiano conocedor del terreno.

La Chaqira, esculpida en una de las caras de la gran piedra consiste en una imagen femenina que ha sido interpretada como un observatorio astronómico de la cultura indígena, marcando los equinoccios y solsticios. El descenso para llegar a la escultura y al observatorio se efectúa por una escalera que está en reparación ya que tiene tramos flojos y rotos.

Zona urbana del municipio de San Agustín

El municipio de San Agustín tiene entre sus atractivos la plaza principal en la que se hallan cuatro réplicas agustinianas en sus esquinas. Se aprecia en buen estado recientemente le fueron instalados bancos nuevos, solo la iglesia presenta rastros de suciedad en la fachada. La calle de la Locería se destaca por ser la única que conserva sus casas coloniales de tapia pisada y empedrado. Durante las noches la iluminación es escasa y hasta nula en algunos puntos. A pesar que la zona no se percibe peligrosa la falta de luz limita el desplazamiento.

Obando

A pesar de encontrarse a solo diez kilómetros de San Agustín, el acceso a este corregimiento del municipio se torna dificultoso. El mal estado del camino por carretera destapada, bordeada de cultivos de caña, desalienta a muchos turistas a



visitarlo. Se observan a la vera de la ruta ingenios paneleros de diferentes grados de precariedad.

El parque central presenta varias tumbas agustinianas así como un pequeño museo. Es posible comprar artesanías en fique y en hoja de plátano realizadas por los habitantes locales, así como bebidas y bocadillos.

A poca distancia del parque se encuentra un criadero y asadero de cuy. Los turistas pueden elegir a su gusto el animal de su antojo para su sacrificio, mientras espera la cocción puede divertirse jugando albillar y degustando un trago a base de vino y sangre del roedor.

Estrecho del río Magdalena

En este excepcional tramo, el caudaloso río Magdalena se reduce a un angosto canal de apenas dos metros. Para poder observarlo es necesario descender unos escalones en piedra. Abajo no hay ningún tipo de infraestructura ni vigilancia, en la parte de arriba están ubicadas unas casetas que solo abren los fines de semana para la venta de comida y artesanías.

Isnos

El acceso al *Parque Alto de los Ídolos* se realiza a través de una carretera destapada a 30 kilómetros de San Agustín. La señalización en el camino es clara y continua. Al igual que el parque anterior, este se encuentra bajo la administración del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

Este parque mucho más pequeño, consta de dos Mesitas A y B donde se aprecian estatuas agustinianas con un mayor grado de desarrollo en la técnica y evolución en el tallado. Existen indicios de que los personajes sepultados allí pertenecían a una élite superior.

El precio de la entrada incluye la visita a un museo de los Padres Fundadores donde se relata la historia de los primeros arqueólogos de Colombia. Es sencillo pero completo en lo que al tema se refiere. A diferencia de San Agustín, aquí no se encuentran guías disponibles a la entrada, es necesario venir con ellos.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

El segundo parque en importancia en Isnos es el *Alto de las Piedras*. Situado a pocos kilómetros del pueblo se puede llegar también a caballo como parte de la excursión. Aquí no hay taquilla, se debe llevar expuesta la manilla comprada en Los Ídolos.

El Alto de las Piedras destaca por exhibir algunas esculturas que conservan rastros de sus colores originales. En comparación con los otros parques ya citados, este último es el que posee la menor infraestructura.

El salto del Mortiño por hallarse dentro de una propiedad privada, hace obligatorio el pago de ingreso a sus dueños. Una vez allí se transita un camino de aproximadamente 100 metros que lleva al mirador justo de cara a la solitaria cascada de 170 metros de caída. El mirador se encuentra en pésimo estado mientras que los alrededores no muestran ningún signo de mantenimiento.

El salto de Bordonos, otro de los atractivos naturales del municipio, resulta difícilmente accesible debido a las condiciones del camino.

Diagnóstico

El clúster arqueológico de San Agustín e Isnos se encuentra organizado para la actividad turística. Por ser ampliamente reconocidos a nivel nacional e incipientemente a escala internacional, los parques han estado recibiendo visitantes de forma ininterrumpida durante los últimos años. Esto ha hecho que los servicios se vayan adecuando a las necesidades de los turistas, existiendo una buena receptividad hacia los mismos. Adicionalmente, tener los textos en inglés facilita la autoguianza así como la concurrencia de visitantes del exterior.

Los parques están bien articulados entre sí, y tienen como estandarte a San Agustín debido a su magnitud. Es por ello que muchas personas eligen solamente conocer este último sin continuar con la ruta. La estrategia de vender las entradas en paquete fomenta la concurrencia a los parques de Isnos. Sin embargo, esta opción se ofrece de forma regular en Isnos, opción que debería ofrecerse en San Agustín, el primer atractivo en ser visitado.



En el caso de Obando, el problema principal es la carretera de acceso. A pesar de su cercanía en kilómetros, el mal estado de la ruta hace que el trayecto resulte sumamente difícil. Es por ello que tiene poca afluencia de público.

Los trapiches paneleros a la vera del camino constituyen una parada de interés para los turistas que ven en la producción artesanal de panela un atractivo. No obstante, los productores no están preparados para tal fin a diferencia de los productores de cuy frente al parque quienes desarrollaron un guión para los viajeros con el fin de promover su restaurante, en el guion invitan a conocer los criaderos y relatan el proceso de preparación del roedor.

La señalización para llegar hasta los atractivos y dentro de los mismos es eficiente. Permite que cualquier turista pueda desplazarse sin inconvenientes debido a la multiplicación de carteles durante el camino.

El mantenimiento de los parques es muy eficiente. Los prados están cuidados y adicionalmente al atractivo arqueológico, el entorno natural es muy bello. La zona de la Chaquira presenta cierta dificultad en su acceso debido a sus escalones en reparación y su mirador roto.

Se debe prestar atención al cuidado y vigilancia de las estatuas para su conservación ya que muchas personas concurren a los parques con el fin de realizar rituales místicos, manchando las esculturas con óleos y aceites.

El problema principal en el pueblo de San Agustín es la falta de iluminación. La plaza principal se encuentra levemente alumbrada gracias a la luz de la iglesia. Pero solo salir a los alrededores es enfrentarse a la absoluta oscuridad. A la ausencia de faroles, se le suman los que están rotos y los que están sin electricidad. A pesar de la seguridad en el destino, la noche resulta atemorizante para los turistas.

El mirador del salto del Mortiño se ve muy deteriorado, no obstante encontrarse en propiedad privada, pues a pesar del costo que se paga por ingresar al mirador, el pago no redundo en el mantenimiento de su precaria infraestructura. La zona está cubierta de maleza, los bancos en mal estado y al mirador le faltan partes de concreto, dejando al descubierto los hierros que lo sostienen.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

La visita al Estrecho del Magdalena se articula fácilmente con el resto del recorrido. El sitio está bien conservado y limpio, los escalones que llevan a la parte baja resultan un tanto riesgosos debido a la falta de pasamanos para asirse. Tampoco se ha detectado la presencia de Policía aunque la zona parece ser bastante segura.

El clúster de arqueología, debido a los años de funcionamiento, ha desarrollado una cierta madurez. Aún faltan por mejorar algunos aspectos como la formación del personal, el bilingüismo y su articulación con los atractivos naturales.

El mal estado de las vías perjudica el acceso a varios de los sitios, desalentando a los turistas antes de emprender el camino. Adicionalmente Obando e Isnos no resaltan sus singularidades con respecto a San Agustín, por lo cual, muchos turistas se quedan únicamente con la primera opción.

Microclúster: Desierto de la Tatacoa (Villavieja)

Este bosque seco tropical se encuentra a 45 minutos de la capital del departamento por vía secundaria de fácil acceso. El desierto, antiguamente un edén es destino obligado para los estudiosos de la astronomía. Se encuentra ubicado mayoritariamente en el municipio de Villavieja al norte del Huila, entre el río Magdalena y la cordillera Oriental, ocupando un territorio de 330 km².

Principales atractivos

La llegada al destino se facilita debido a la excelente señalización partiendo del centro de Neiva. Una vez en el desierto, no es necesario pagar el ingreso ni registrarse dado que el ingreso es libre y gratuito. Este Parque Regional Natural se encuentra abierto las 24 horas, los 365 días del año.

Como no existe ningún funcionario verificando o tomando nota de los turistas que acceden al lugar, tampoco se ofrece un mapa explicativo. Aquellas personas que deseen contratar un guía, deben hacerlo en el pueblo de Villavieja. Es allí dónde se encuentran a disposición de los viajeros, baquianos preparados para realizar recorridos a cambio de un pago.



Es posible visitar el atractivo en carro o a pie a través de senderos marcados. A los lados se han establecido posadas turísticas que ofrecen opciones de alojamiento en cabañas o carpas. También ofrecen comida y refrigerios. La estructura es bastante básica y en muchos casos la decoración no concuerda con el lugar.

El agua proviene de aljibes mientras que la energía es de tipo solar. Dentro del parque la señalización es básica y no provee demasiada información acerca de los atractivos. Adentrándose entre los estoraques, es posible realizar largas caminatas, sin embargo, esta actividad puede resultar un tanto arriesgada dado que no hay senderos marcados. Entre los atractivos más importantes se encuentra El Cardón, El Cusco, Los Hoyos, El Paso a Las Señoritas, Ventanas y el Valle de los Xilópalos.

Las piscinas naturales disponibles se encuentran en buenas condiciones, su cuidado está a cargo de los dueños de las cabañas quienes cobran el acceso a las piscinas con derecho a utilizar improvisados cuartos donde pueden cambiarse. EL lugar cuenta con buenas condiciones de aseo y el descenso a las piscinas es seguro.

La ubicación geográfica del desierto así como la ausencia de contaminación lumínica, lo hacen propicio para la observación astronómica. Durante las noches es posible asistir a una charla que brinda un especialista en el tema, posteriormente se procede a observar los astros. Adicionalmente en el mes de julio de cada año, se organiza la Fiesta de Estrellas, abierta para profesionales y aficionados en general, durante cuatro días los amantes de la astronomía se reúnen en el desierto con el objeto de escuchar conferencias y compartir conocimiento.

Villavieja

El municipio está conformado por casas bajas de cierta antigüedad. Las mismas se agrupan alrededor de la plaza principal donde se erige una escultura que hace referencia a la herencia paleontológica del destino. Existe el museo Paleontológico, donde se relata la historia de los restos encontrados en la zona y se aprecian algunas muestras. Consta de dos salas adornadas con afiches ilustrativos en español, mientras que la guianza corre por cuenta de la encargada del museo.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Otra visita imprescindible es a la fábrica de productos a base de cactus. En este sitio es posible adquirir dulces, cosméticos, e incluso vinos producidos con estas plantas espinosas propias del desierto.

Diagnóstico

El desierto es tan imponente en su belleza que por sí solo motiva el desplazamiento de turistas. Sin embargo, la prestación de servicios es informal y precaria. Las personas a cargo de brindar los servicios turísticos no se encuentran capacitadas para hacerlo, redundando en perjuicio de la imagen que el visitante se lleva del destino. Por otra parte, la construcción desordenada de alojamientos, disonante con el paisaje, deslucen el lugar.

La falta de control en la entrada a la Tatacoa no permite tener una idea de la cantidad de personas que ingresan al lugar. Solo se tienen estadísticas de aquellos que visitan el museo con base en un libro de registro. No obstante, esto no es concluyente dado que muchos prefieren dirigirse directamente al desierto. Tampoco está delimitada la capacidad de carga.

El único aspecto organizado dentro del atractivo es la actividad de astronomía. Las charlas están estructuradas para personas formadas en el tema y poseedoras de los instrumentos necesarios. Adicionalmente, tanto el horario como el lugar están establecidos y las personas están al tanto de la existencia de esta actividad.

Villavieja no está integrado a la oferta turística. Su museo es demasiado básico considerando la cantidad de información que se ha recabado en el lugar. La calidad de la experiencia depende mayormente de la voluntad de la persona encargada del recorrido más que del contenido del museo.

Ruta: Tesalia-Paicol

Ubicados a una hora y media desde Neiva, estos municipios forman parte de la ruta que finaliza en Tierradentro (Cauca). Al momento de la visita, debido al invierno, el Paso del Colegio se hallaba cerrado por lo cual era necesario tomar el camino a través de Yaguará. Este desvío, que adiciona una hora más de camino, ha perjudicado el turismo en la región.



Principales atractivos

Tesalia

Las fincas coloniales, reconocidas como patrimonio arquitectónico del departamento, están siendo restauradas para constituirse como atractivos turísticos y al mismo tiempo alojar visitantes. Algunas de ellas ostentan el honor de haber albergado algún personaje ilustre, otras de haber sido cuna de los mismos.

Actualmente son propiedades privadas que funcionan como residencias particulares. No tienen avisos indicadores ni soporte histórico salvo aquel que pueda proveer el dueño o el guía acompañante. Adicionalmente, el mantenimiento es sumamente precario.

El Camino Real de Guanacas que se destacaba por unir a Santa Fe de Bogotá con Quito, fue perdiendo el trazado con el transcurso de los años, al tiempo que otras rutas se construyeron sobre el mismo. Existen planes de restauración para ciertos tramos pero al momento no están preparados para ser visitados.

Paicol

Paicol o “Puerta del Viento” de acuerdo al origen de su significado, está separado de Tesalia por el puente sobre el río Páez. Destaca su centro histórico compuesto por edificaciones de estilo colonial, entre ellas la más importante es el templo de piedra de cantera, declarado Bien de Interés Cultural de la nación.

La Caja de Agua es una cueva que se encuentra a 15 minutos de Paicol por camino destapado. Los turistas que llegan hasta aquí para practicar espeleología pueden ingresar libremente. Tampoco existe una rutina de mantenimiento del atractivo prevista, la limpieza la ejecutan las mismas agencias que llevan turistas al lugar. Años atrás el municipio había construido baños y un puesto para venta de bebidas y artesanías, pero desaparecieron.

El río Páez es destino elegido para aquellos que desean practicar rafting, aunque no se cuenta con un embarcadero ni infraestructura adecuada, por tal razón se debe

contactar previamente al dueño de las embarcaciones y coordinar la hora de encuentro.

Diagnóstico

Paicol y Tesalia articulan su oferta turística como complemento a la visita de Tierradentro. Tesalia actualmente no cuenta con atractivos de impacto sino que funciona dentro de esta ruta como soporte de alojamiento y servicios turísticos.

El centro del pueblo de Paicol, resulta agradable por el buen estado de conservación de las fachadas. Sin embargo, los interiores no han sido mantenidos de manera acorde, generando un contraste fuerte con el exterior.

El acceso a la Caja de Agua se encuentra en malas condiciones debido a la falta de control, no hay sanitarios ni cestos de basura a la vista. En líneas generales, el mantenimiento queda a criterio de las agencias que lo utilizan para la práctica de espeleología. Adicionalmente, las piedras que forman el descenso a la entrada de la cueva están gastadas por el uso y se han tornado lisas, por lo que se corre el riesgo de resbalarse y caer.

Ruta: Gigante-Garzón

Estos municipios pueden ser visitados partiendo de Neiva o desde San Agustín dado que se encuentran prácticamente equidistantes. La carretera principal por la que se accede está en buenas condiciones y bien señalizada. El turismo, aún incipiente en esta zona, probablemente se vea beneficiado cuando culminen las obras de la represa El Quimbo.

Principales atractivos

La presencia de diferentes fincas turísticas convierte a Gigante en destino de turismo rural. Sin embargo, la llegada a cada uno de los lugares no está señalizada y varios tramos han sido afectados por el invierno. No existe un punto de información turística y al atravesar pequeños poblados puede resultar el camino un tanto inseguro.



Dentro del municipio de Garzón se destaca La Jagua. En un futuro cercano, este corregimiento será puerto de El Quimbo (represa actualmente en construcción). Entretanto, su atractivo reside en recorrer sus tranquilas calles y escuchar historias de brujas como tradición.

También es posible visitar al maestro Emiro Garzón, quien tiene su taller de escultura en las cercanías de la plaza principal. El reconocido artista expone sus obras y permite a los turistas ver cómo trabaja los diferentes elementos.

La población de Garzón es famosa por ser capital diocesana del Huila (primera diócesis católica de la región). Posee varias muestras de arquitectura religiosa en buen estado que se puede apreciar desde el exterior, entre ellas el seminario conciliar María Inmaculada y los templos de Nazaret y el Rosario.

A 11 kilómetros de distancia, en la zona rural, se accede a la Loma Chata. El camino es por vía destapada con tramos difíciles de transitar en época invernal. Aquí, los propietarios de fincas cercanas se asociaron en un proyecto llamado “Agroparque Loma Chata”, a través del cual ofrecen alojamiento, comidas y actividades a los turistas de forma complementaria. También es posible realizar actividades de ocio y recreación.

Diagnóstico

Estos municipios se ubican en el camino entre Neiva y San Agustín, siendo una muy buena oportunidad para complementar las vistas tradicionales con el descubrimiento de otras zonas del departamento. La señalización es buena sobre la carretera principal, lo mismo que la vía. Pero al cambiar de rumbo en dirección a las fincas o atractivos puntuales, el estado no es óptimo.

En el caso de La Jagua, muchos asocian el destino con las brujas pero no existe ningún recorrido al respecto ni guión que articule las historias. De hecho, tampoco hay un cartel explicativo acerca de esta tradición.

Loma Chata es una excelente iniciativa de asociatividad, y aunque falta promocionar suficientemente el proyecto, cabe resaltar que el nivel de infraestructura así como la formación del personal son muy variados de una finca a otra, influyendo en el

resultado final de la experiencia. El acceso a este atractivo es otro de los puntos débiles que debe tener prioridad en su resolución.

En Gigante, aunque no hay una asociación de estas características, igualmente deben reforzarse estos aspectos con respecto a las fincas que pueden prestar servicios similares.

1.2.1.3. Definición de la vocación turística del departamento

Los vestigios de la cultura agustiniana presentes en el Huila marcan sin lugar a dudas la vocación del mismo por el turismo arqueológico. La riqueza de estas necrópolis, tanto en variedad como en cantidad, constituye el atractivo principal del departamento.

A través de los años el desplazamiento de turistas hacia el destino ha estado marcado por el deseo de conocer de cerca las misteriosas esculturas y adentrarse en el rico pasado indígena de la región. Por un lado los parques ofrecen al visitante la oportunidad de tener frente a frente las estatuas, mientras que los museos proveen información adicional acerca de los exploradores, los hallazgos paleontológicos y los pueblos que habitaron el lugar.

Con San Agustín a la cabeza, el resto de los atractivos intenta complementar la oferta arqueológica de la región, buscando extender la estadía de los turistas en el destino. Es probable que falte a las demás propuestas diferenciarse del parque principal a nivel de contenido. Al momento, el difícil acceso en el caso de Obando y la similitud en la promoción en lo que respecta a Isnos, hace que muchos visitantes se planteen si justifica recorrer este camino. En este sentido, se plantea explorar y profundizar las diferencias de los atractivos para que puedan complementarse sin anularse.

La infraestructura de los parques está preparada para recibir al turismo internacional. Senderos bien definidos y carteles explicativos en inglés son una muestra del esfuerzo por atraer visitantes más allá de las fronteras colombianas. Sin embargo, es necesario que el recurso humano se califique para ponerse al nivel de este desafío, por el momento se observa una cierta informalidad en la prestación de servicios.

Otra tipología de turismo observado en la región es el turismo astronómico, con eje en el Desierto de la Tatacoa. Si bien el desierto tiene un potencial importante en lo que se



refiere al turismo de naturaleza, es en la observación de las estrellas donde reside su competitividad. Esta actividad lo vuelve único y diferente frente al resto de los destinos.

La ventaja que posee esta aula natural a cielo abierto es su posición estratégica, cercana al Ecuador y libre de contaminación lumínica. Por otra parte, su clima cálido y seco así como la ausencia de ruidos molestos resultan ideales para esta disciplina. En este caso, los destinatarios del astro-turismo no son solo los científicos especializados, sino también las personas que desean vivir esta experiencia única en Colombia. Durante la última década un trabajo sin mayor apoyo es llevado a cabo por amantes de la astronomía encargados de introducir a los eventuales interesados en esta actividad. Resulta indispensable para lograr una sostenibilidad en el tiempo, complementar este esfuerzo individual con el apoyo público y privado, dentro de las prioridades en la zona, es vital brindar infraestructura y servicios adecuados para los visitantes.

En conclusión, la vocación y la tipología secundaria son complementarias y de esta forma está articulada la oferta del departamento. El factor de mayor atracción sigue siendo el turismo arqueológico con base en los parques, sin embargo, el desierto se viene posicionando lentamente como una segunda razón de visita. Como reza el slogan para conocer el Huila es necesario pasar “De San Agustín a las Estrellas”.

Con el fin de integrar ambas propuestas sería interesante igualmente reforzar las opciones turísticas que se encuentran en el camino entre uno y otro. De esta forma se lograría una sinergia con los atractivos principales y así darle una razón adicional a los turistas para extender su estadía en el destino.

1.2.2. PORTAFOLIO DE ACTIVIDADES

Identificación de actividades según selección

En el análisis del departamento de Huila se encontraron las siguientes actividades a realizar, en el marco de los clúster, microclústers, rutas y circuitos identificados.

Naturaleza

Observación de fauna y flora

El salto de Mortiño es fácilmente observable desde un mirador ubicado dentro una propiedad privada. Por causa de un derrumbe ocurrido recientemente, el mencionado salto ha quedado bastante reducido. Debido a las malas condiciones de acceso para llegar al salto de Bordonos, este es visitado por un menor número de personas. Su altura aproximada es de 400 metros y en el sitio se encuentra un mirador. También existen algunos estudios realizados por el Comité de Cafeteros, con apoyo de cooperación internacional, sobre aves de zonas cafeteras del sur del Huila que pueden ser utilizados para el desarrollo de este tipo de turismo.

Agroturismo

Las fincas establecidas en Loma Chata (Garzón) se asociaron con el objeto de brindar alojamiento y actividades a sus huéspedes. Una de las opciones disponibles es la participación en las diferentes labores del campo propias de la zona, algunas de ellas son el ordeño de vacas, elaboración de pan y panela entre otras.

Termalismo

Los Termales de Rivera se ubican a cuatro kilómetros del centro del municipio del mismo nombre, las personas que deseen gozar de estas aguas deben ingresar a través de un balneario privado. Allí tienen a disposición diferentes piscinas así como servicios gastronómicos y servicio sanitario. Este lugar de descanso se constituye como destino de ocio y recreación de las familias los fines de semana.

Aventura

A pesar de asociarse mayoritariamente con el turismo arqueológico, en San Agustín es posible realizar actividades como rappel y torrentismo. Dentro de los sitios propuestos para estas prácticas se hallan la cascada de Los Tres Chorros, cascada del Cinco, cascadas de la Muralla y cascada del Silencio. Y espeleología en La Caja de Agua en Paicol y en la Cueva del Tigre en Yaguará.

La Caja de Compensación Familiar (Comfamiliar) construyó en Palermo, en las cercanías de Neiva, centros recreacionales. En los mismos, además de disfrutar de las



piscinas y senderos, es posible realizar la práctica de algunas actividades extremas, entre ellas cabe destacar el paintball, canopy, puente tibetano y rappel.

En la Loma Chata una de las opciones ofrecidas por las fincas son los paseos en cuatrimotos. De acuerdo con la solicitud de los turistas, es posible realizar recorridos de diferente duración por las inmediaciones.

Deportes acuáticos

En el municipio de San Agustín se encuentran varios sitios dónde practicar rafting sobre el río Magdalena. Las personas más experimentadas prefieren arriesgarse en el estrecho, aprovechando que en este tramo el río se reduce a apenas dos metros. Igualmente sobre el río Páez existen opciones para realizar esta disciplina, partiendo desde Tesalia.

Canotaje, sky náutico, windsurf y pesca son algunas de las actividades a disposición de los visitantes del embalse de Betania. Situado a 45 kilómetros de Neiva, los capitalinos aprovechan su cercanía para acudir los fines de semana.

Paseos

Paseos acuáticos

El FerryMómico, operado por ComfamiliarHuila, parte todos los domingos y festivos por la tarde en un recorrido por el embalse de la represa en Yaguará. El paseo, que dura tres horas, ofrece actividades de animación y rumba.

Paseos a caballo

Varios de los circuitos existentes en la zona arqueológica solo pueden ser visitados a caballo. Entre ellos se encuentra La Chaquira, el Purutal, El Tablón y la Pelota. El tiempo del recorrido varía de acuerdo con la habilidad y experiencia del montador. Se puede optar entre hacerlo de forma individual o contratar la compañía de un guía. También en Loma Chata los hospedajes ofrecen la posibilidad de realizar recorridos a caballo por las inmediaciones de las fincas.

Excursiones y visitas

Neiva es sede de varios museos, cuatro de ellos se ubican en la biblioteca departamental, ofreciendo temáticas diferentes y complementarias. Ya sea el interés del turista el acervo arqueológico de la región o el aspecto cultural con relación al Sanjuanero, se verá recompensado con pequeñas pero completas muestras. Cada uno está organizado con su correspondiente visita guiada y guión.

En el Desierto de la Tatacoa, en razón a su particular ubicación y condiciones, es posible realizar observaciones astronómicas. Esta actividad no está dirigida a científicos ni especialistas en el tema en forma excluyente, sino a personas que estén interesadas en tener una experiencia diferente. El encargado de dar las explicaciones, en español e inglés básico, es un pionero de la astronomía en la zona. Los asistentes pueden hacer uso de los instrumentos para comprobar por ellos mismos la ubicación de los astros.

Los recorridos por los parques arqueológicos son parte fundamental de cualquier visita a San Agustín e Isnos. Estos pueden realizarse en compañía de un guía o de forma individual dada la buena señalización y explicaciones en cada uno de los lugares. El hecho de que gran parte de la información se encuentre en inglés estimula el arribo de turistas extranjeros.

Por la vía de acceso a Obando se hallan varios ingenios paneleros. Las visitas a los mismos no están organizados pero aquellos turistas que se detienen en el camino, pueden observar los procesos de producción de la panela. Una vez en el corregimiento, el dueño del asadero de cuyo está dispuesto a enseñar a los interesados los criaderos del roedor así como los procedimientos para su preparación. Tampoco en este sitio las visitas están planificadas pero el propietario tiene un guión ya preparado para aquellos interesados espontáneos.

En La Jagua tiene su estudio el maestro Emiro Garzón, reconocido escultor colombiano, quien permite a los curiosos conocer su obra y su taller. Dado que no hay ningún tipo de señalización indicativa salvo el nombre en la puerta de “Casa Embrujada”, solo aquellos que saben de su existencia pueden llegar.



Actividades Religiosas

Garzón, por ser la capital diocesana del Huila, aglutina en su área varias edificaciones relacionadas con el culto. Sin embargo, es en Nátaga, sede del Santuario Mariano, donde acuden los fieles de forma masiva para visitar la Basílica de Nuestra Señora de las Mercedes. Aunque todos los días la basílica se encuentra abierta, se ha establecido que los domingos y festivos se realiza la Santa Misa de Peregrinación a las 11:00 de la mañana. También durante la Semana Santa y la navidad se congrega una multitud de creyentes en este lugar.

Fiestas

Neiva está asociada directamente al Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco y a las fiestas de San Juan y San Pedro. Esta celebración, que tiene lugar durante el mes de junio, es una síntesis de las costumbres traídas por los españoles y el aporte de la comunidad aborígen americana. La fiesta consta de varios eventos entre los cuales destaca la elección de la reina, que debe ser la mujer que mejor baile el Sanjuanero Huilense. Adicionalmente se realizan desfiles bordeando el río Magdalena así como diferentes muestras de folclor a lo largo de la ciudad de Neiva y en los municipios del departamento.

Haciendo honor a su fama de “pueblo de brujas” La Jagua celebra todos los años en los días cercanos al 31 de octubre su Festival de Brujas. Durante el mismo se realizan diversas actividades culturales, entre ellas, narraciones, obras de teatro y presentaciones de poesía en torno al mundo de las hechiceras.

Por otra parte, en el Desierto de la Tatacoa se lleva a cabo cada mes de julio la Fiesta de Estrellas. A este evento concurren especialistas en el tema, amantes de la astronomía y curiosos, durante estos días se realizan charlas, conferencias y talleres participativos así como observaciones nocturnas.

Rituales místicos

Muchas personas acuden a San Agustín con el fin de realizar algún tipo de ceremonia especial. El motivo de estos rituales se debe a que en determinados sitios la

concentración de energía es mayor, de hecho puede ser medida. Estos rituales al no estar bajo ningún tipo de control, generan el deterioro de las estatuas

1.3. FACTORES DE PRODUCCIÓN.

1.3.1. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

1.3.1.1. Volumen de la oferta

Con el propósito de determinar la estructura empresarial y el volumen de la oferta en el departamento del Huila se realizó una revisión en el Registro Nacional del Turismo, en las bases de datos de la Cámara de Comercio de Neiva (según el CIUU), y en la información disponible en Cotelco-Huila, con el propósito de cotejar dichos datos y poder entregar una visión amplia de la situación actual en el departamento.

Nivel de diferenciación de la oferta

Registro Nacional del Turismo

En cuanto a la oferta de prestadores de servicios turísticos del departamento del Huila debidamente formalizados en el Registro Nacional de Turismo (RNT) a diciembre de 2011, es importante precisar que la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, con el apoyo del Viceministerio de Turismo, han implementado acciones efectivas para el proceso de formalización de estos empresarios en el RNT. Actualmente aparecen en dicho registro cerca de 500 prestadores de servicios turísticos de todo el departamento, lo que evidencia una planta turística importante para el desarrollo del sector, tal como se evidencia en la siguiente tabla.

Prestadores de servicios turísticos del departamento del Huila a diciembre de 2011

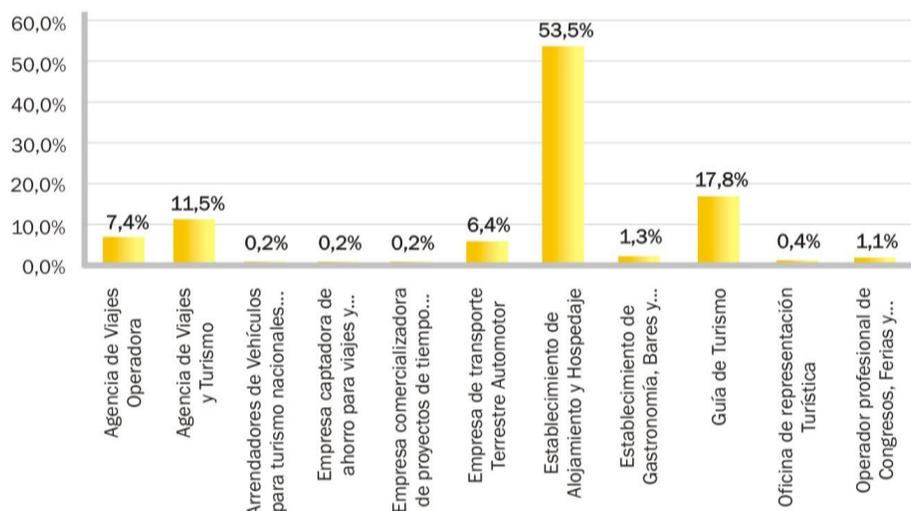
Empresa Prestadora de Servicios Turísticos con RNT	No.	%
Agencia de viajes operadora.	35	7,4%
Agencia de viajes y turismo.	54	11,5%
Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.	1	0,2%
Empresa captadora de ahorro para viajes y empresas de servicios turísticos prepagados.	1	0,2%
Empresa comercializadora de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.	1	0,2%
Empresa de transporte terrestre automotor.	30	6,4%
Establecimiento de alojamiento y hospedaje.	252	53,5%
Establecimiento de gastronomía, bares y negocios similares de interés turístico.	6	1,3%
Guía de turismo.	84	17,8%
Oficina de representación turística.	2	0,4%
Operador profesional de congresos, ferias y convenciones.	5	1,1%
TOTAL HUILA	471	100%

Fuente: Registro Nacional de Turismo, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Prestadores de servicios turísticos del departamento del Huila a diciembre de 2011



Fuente: Registro Nacional de Turismo, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Establecimientos de alojamiento y hospedaje

El subsector de mayor representatividad es el de establecimientos de alojamiento y hospedaje, este cuenta con 252 registros en todo el departamento. El 36% de la planta hotelera del departamento se concentra en la ciudad de Neiva con una oferta de 91 hoteles, seguido de los municipios de San Agustín con 42, Pitalito con 31 hoteles, La Plata con 19 y Garzón con 11 establecimientos hoteleros. El 23% pertenece a los restantes 16 municipios que aparecen en el registro.

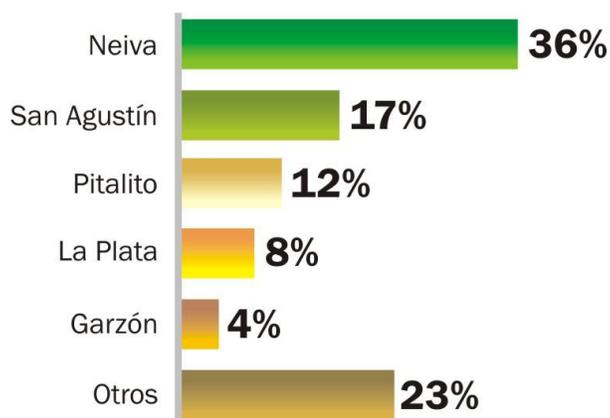
Establecimientos de alojamiento y hospedaje

Principales municipios	Cantidad	%
Neiva	91	36,1%
San Agustín	42	16,7%
Pitalito	31	12,3%
La Plata	19	7,5%
Garzón	11	4,4%
Otros	58	23,0%
TOTAL	252	100%

Fuente: Registro Nacional de Turismo, Unión Temporal Turismo HUITONAVA



Ubicación establecimientos de hospedaje en el Huila



Fuente: Registro Nacional de Turismo, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Agencias de viajes

La planta de agencias de viajes está conformada por 94 agencias, de las cuales 54 corresponden al tipo de viajes y turismo, 35 son operadoras y 5 son operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones. No se registra la presencia en el Huila de agencias mayoristas.

Tipología de las agencias de viaje en el Huila

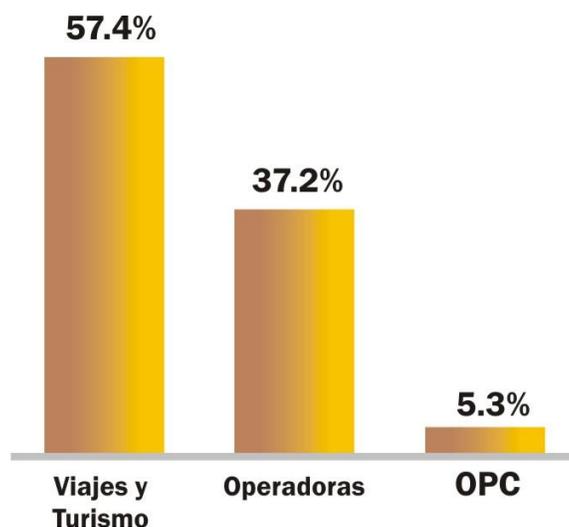
Tipo de Agencia	Agencias	%
Viajes y turismo	54	57,4%
Operadoras	35	37,2%
OPC	5	5,3%
TOTAL	94	100%

Fuente: Registro Nacional de Turismo, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Tipo de agencias de viaje en el departamento del Huila



Fuente: Registro Nacional de Turismo, Unión Temporal TurismoHUITONAVA

De las 54 agencias de viajes y turismo, 37 tienen como sede la ciudad de Neiva (68% del total de las registradas en el Huila), 6 están radicadas en San Agustín, 4 están en Pitalito; 4 en La Plata y en cada uno de los municipios de Isnos, Timaná y Villavieja opera 1 agencia de viajes y turismo.

En cuanto a agencias operadoras de turismo local, Neiva alberga 19 (54% del total de las registradas en el Huila), en Villavieja operan 5, en San Agustín operan 5, en Pitalito 3, en Garzón 3 y Rivera registra una agencia operadora de turismo local. Los 5 operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones esta ubicados todos en el municipio de Neiva.

Guías de turismo

La Guianza turística en el departamento del Huila, es tal vez el componente de la planta turística que mayor debilidad presenta, registrando la presencia de 84 guías, distribuidos 58 en San Agustín, 20 en Neiva, 3 en Pitalito, 2 en Aipe y 1 en Isnos. Llama la atención que municipios con clara vocación turística como Villavieja, Rivera, Garzón y Yaguará no registran guías de turismo. En el caso de Villavieja, quienes



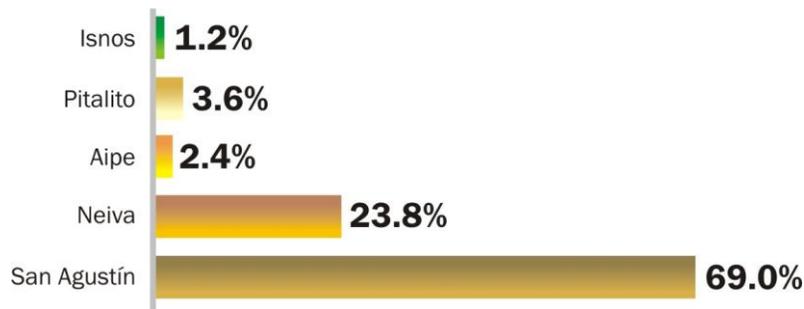
ofician de guías son informales con gran conocimiento del desierto pero sin registro ni guión.

Municipios del Huila con guías registrados

Municipio	Guías	%
San Agustín	58	69,0%
Neiva	20	23,8%
Aipe	2	2,4%
Pitalito	3	3,6%
Isnos	1	1,2%
Total	84	100%

Fuente: Registro Nacional de Turismo, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Ubicación Guías de Turismo en el departamento del Huila



Fuente: Registro Nacional de Turismo, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Transporte Terrestre Automotor

En el capítulo de conectividad y accesibilidad se analizó el primer tipo de prestador de servicios (las empresas convencionales). En este acápite se analizarán las empresas que se han inscrito en el Registro Nacional de Turismo como empresas prestadoras de servicios turísticos y las arrendadoras de vehículos.

En cuanto a las prestadoras de servicios turísticos, 30 empresas de transporte terrestre automotor se inscribieron en el Registro Nacional de Turismo, lo que les permite ofertar el servicio de transporte para excursiones y para el desarrollo de los

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

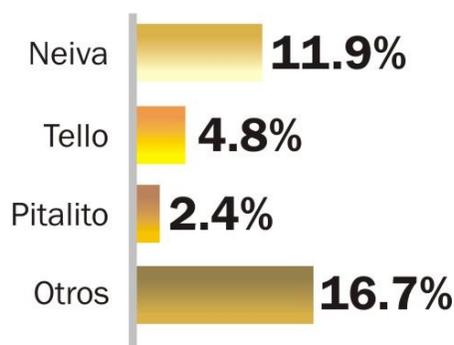
paquetes turísticos. De estas, 10 empresas tienen como sede la ciudad de Neiva, 4 el municipio de Tello y 2 el municipio de Pitalito. Las restantes 14 empresas de transporte turístico están distribuidas una en cada una de las 14 municipalidades restantes. Finalmente, en el Registro Nacional de Turismo se ha inscrito 1 empresa para prestar el servicio de arrendamiento de vehículos para actividades de turismo en la ciudad de Neiva.

Municipios del departamento con empresas de transporte terrestre automotor

Municipio	Empresas de transporte	%
Neiva	10	11,9%
Tello	4	4,8%
Pitalito	2	2,4%
Otros	14	16,7%
TOTAL	30	36%

Fuente: Registro Nacional de Turismo, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Ubicación empresas de transporte terrestre automotor



Fuente: Registro Nacional de Turismo, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares de interés turístico

En total aparecen registrados 6 restaurantes turísticos, de los cuales 5 operan en Neiva y 1 en San Agustín.



Adicionalmente aparecen 2 oficinas de representación turística, 1 empresa comercializadora de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad y 1 empresa captadora de ahorro para viajes y empresas de servicios turísticos prepagados.

Cámara de Comercio de Neiva (CCN).

Así como se hizo la revisión en la base de datos del Registro Nacional del Turismo, también se solicitó información a la CCN, quienes entregaron una base de 312 comerciantes inscritos de acuerdo al CIU más representativo del sector turismo.

En ese sentido, se encontró que el reglón más significativo es el de hoteles y alojamiento con un 80% del total de los establecimientos, cuyo número es muy similar a los inscritos en el RNT (252), lo cual otorga un claro panorama acerca de la realidad de este subsector en el departamento: la legalidad de sus actividades y la importancia que los empresarios otorgan al cumplimiento de la normatividad para el buen funcionamiento de sus negocios.

Establecimientos de turismo matriculados en la Cámara de Comercio de Neiva

Tipo	No.	%
Agencia de viaje y operadores	37	11,9%
Hoteles y alojamiento	250	80,1%
Residencias por hora	15	4,8%
Restaurantes	2	0,6%
Centros recreacionales	6	1,9%
Transporte de turismo	2	0,6%
Total	312	100%

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva, Unión Temporal TurismoHUITONAVA

En cuanto a la ubicación de los mismos en el territorio departamental, se concluye que la distribución es también muy similar a la del RNT, no obstante algunos cambios se pueden apreciar en la siguiente tabla, en donde en municipios como San Agustín y La Plata, es mayor el número de hoteles inscritos en el RNT que en la Cámara de Comercio de Neiva, mientras que en Garzón ocurre el caso contrario.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Comparativo subsectores de alojamiento y hospedaje en el Huila

Municipio	RNT	CCN
Neiva	91	94
San Agustín	42	32
Pitalito	31	32
La Plata	19	12
Garzón	11	20
Otros	58	60
Total	252	250

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Comparativo de municipios con establecimiento de alojamiento y hospedaje según CCN y RNT en el Huila



Fuente: Cámara de Comercio de Neiva, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

El siguiente renglón que destaca, es el de agencias de viajes y operadoras con una participación del 11%. A diferencia de lo que ocurre con el subsector de hoteles y alojamiento que muestra una cifra casi igual, este presenta tan solo 37 agencias registradas en la CCN con respecto a 94 del RNT. Lo anterior evidencia que casi el 40% de agencias de viajes y operadoras no están legalizadas ante la CCN, pero si cuentan con su registro para operar como prestadora de servicios turísticos.



Los demás sectores del CIUU no tienen mayor representatividad dentro la información suministrada por la CCN.

Cotelco Capítulo Huila

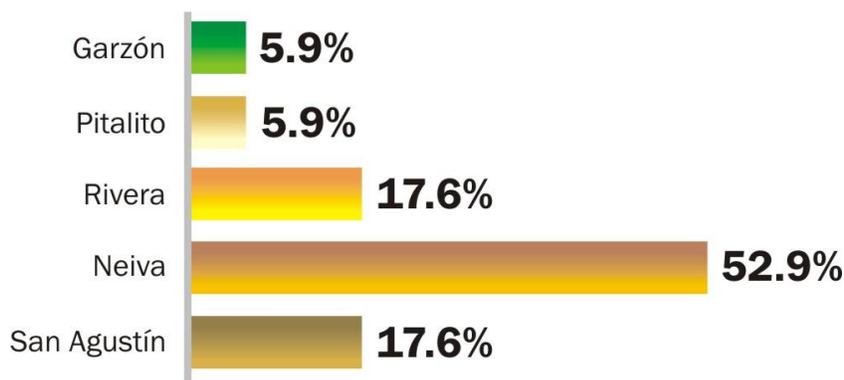
Igualmente, se revisó la información suministrada por Cotelco Capítulo Huila. En esta base de datos aparecen afiliados un total de 17 establecimientos de alojamiento y hospedaje, de los cuales el 52,9% están en la ciudad de Neiva.

Municipios con hoteles afiliados a Cotelco en el Huila

Municipio	Hoteles	%
San Agustín	3	17,6%
Neiva	9	52,9%
Rivera	3	17,6%
Pitalito	1	5,9%
Garzón	1	5,9%
Total	17	100%

Fuente: Cotelco, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Municipios con hoteles afiliados a Cotelco en el Huila



Fuente: Cotelco, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Comparativamente con los datos obtenidos en el RNT y en la CCN, el número de hoteles afiliados a Cotelco es mínimo, partiendo de que la base potencial está en casi 250 establecimientos de alojamiento y hospedaje, como se reseñó en los párrafos anteriores.

Según esta misma información, en este gremio aparece una agencia de viajes operadora socio-adherente al capítulo Huila.

Informalidad en los prestadores de servicios turísticos

Con el fin de recolectar información de primera mano que permitiese conocer la realidad empresarial del departamento, se tomó una muestra estadística, cuyos datos fueron recolectados mediante dos fuentes:

La primera corresponde a la base del Registro Nacional de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la otra de datos remitidos por el líder departamental que consignó los establecimientos que prestando servicios turísticos eran informales y frecuentados por mercados turísticos.

La siguiente tabla resume el consolidado de las unidades de observación del departamento discriminadas por tipo de prestador.

Prestadores de servicios turísticos Huila

	Frecuencia	Proporción	Muestra requerida
Operador	107	22,4%	21
Alojamiento	240	50,2%	48
Guía	81	16,9%	16
OPC	5	1,0%	1
Representación	3	0,6%	1
Gastronomía	13	2,7%	3
Transporte	26	5,4%	5
Captadora	1	0,2%	1
Compartido	1	0,2%	1
Arrendador	1	0,2%	1
TOTAL	478		98

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava



La selección de la muestra se realizó en dos fases, en la primera se calculó el tamaño óptimo de la muestra utilizando como población de referencia el total de establecimientos, mientras que en la segunda etapa se dividió la muestra óptima de acuerdo a la proporción que representa cada tipo de prestador. Consecuente con lo anterior, el paquete estadístico seleccionó 98, de un total de 478 establecimientos, organizados en una base de datos. La base final consolidó una representación de los datos provenientes del sector formal (RNT) correspondientes al 84% frente a un 16% del sector informal, siendo el segundo menos representativo que el primero por la escasez de información que existe al respecto.

Representación de la muestra por procedencia de la información



Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

En el desarrollo de las visitas, la base de datos fue filtrándose, teniendo en cuenta los diferentes problemas de prestadores inexistentes, fuera de operación y otros que no atendieron la visita y que tuvieron que ser reemplazados. En consecuencia, no fue posible ubicar todos los elementos dentro de la muestra, siendo necesario aplicar las encuestas bajo el método de sondeo de forma intencional.¹¹⁵

En total, se realizaron 64¹¹⁶ encuestas efectivas,¹¹⁷ distribuidas en Neiva (42%) y los municipios de Aipe (2%), Rivera (6%), Villavieja (2%), Tesalia (2%), Pitalito (14%) y San Agustín (32%); las cuales midieron el cumplimiento de estándares de calidad, basado en normas técnicas sectoriales y la brecha existente entre el empresario y la competitividad. Los resultados se presentan a continuación.

¹¹⁵ Dado que la inclusión de elementos en la muestra se hace de forma intencional, el muestro se considera no probabilístico, por lo cual las conclusiones que de aquí se desprenden son únicamente aplicables a la muestra y en ningún caso pueden ser generalizadas a la población de referencia.

¹¹⁶ Ver anexo Base de datos.

¹¹⁷ Ver anexo Registro de visitas Huila.

Identificación de cadena de valor del turismo¹¹⁸

Para entender la cadena de valor del sector turístico, es importante analizarla desde dos puntos de vista:

a. La cadena de valor interna

Formada por la integración de las empresas que operan en él, es decir, la cooperación dada entre ellas con el fin de generar valor agregado ofertando servicios eficientes y proporcionando ventajas competitivas al destino, como recoge Buhalis (2003:130) “(...) la cooperación efectiva e incluso el sentimiento de destino compartido entre los principales agentes serán también esenciales para la provisión y distribución de productos turísticos perfectos”.

De acuerdo con lo anterior y del análisis de la información recabada a partir de las entrevistas hechas a prestadores de servicios turísticos, se concluye:

- No se identifica la cooperación entre alojamientos, agencias y restaurantes para el fortalecimiento de la actividad en la región, falta iniciativa y unión en el desarrollo de proyectos encaminados al cumplimiento de actividades que aporten al fortalecimiento de la cadena de valor.
- El 38% de los prestadores de servicios turísticos seleccionados por la muestra afirmaron haber establecido algún tipo de alianza comercial, de ellos el 22% corresponde a hoteles ubicados en Neiva y San Agustín.
- La mayoría de los alojamientos ubicados en Neiva, dijeron haber establecido alianzas con restaurantes y muy pocos con transportadores. Caso contrario, son los operadores quienes certificaron haber establecido relaciones comerciales con diferentes prestadores de servicios turísticos como restaurantes, transporte turístico y otras agencias del sector (70% del total de agencias).
- Si bien en el sur del departamento se ubica San Agustín, destino con mayor frecuencia de visitantes, tan solo el 6% (3 alojamientos, 1 restaurante y 1

¹¹⁸Ver anexo Alojamientos, operadores, gastronomía, transportadores.

operador) de los prestadores analizados afirmó haber establecido alianzas con otros empresarios.

b. La cadena de valor externa

Entendida como la relación de los prestadores de servicios turísticos con otros sectores económicos, ejemplo de ello son los nexos que establecen con proveedores de bienes y servicios que hacen presencia en el destino como productores agrícolas, suministros de aseo, de lencería, de tecnologías y de artesanías, por mencionar algunos.

Los resultados más relevantes referidos a la articulación de los prestadores de servicios turísticos con los demás sectores económicos, fueron:

- Del 33% correspondiente a la muestra de alojamientos ubicados en municipios diferentes a la capital, el 33% compra sus insumos localmente en tanto que el 67% se abastece en Neiva; las razones expuestas fueron la poca oferta de productos requeridos por ellos y que no encuentran la calidad que demandan.
- De otra parte, los alojamientos de Neiva compran en la ciudad, sin embargo, un significativo 19% afirmó hacerlo en Ibagué, por precio, variedad y calidad. Aquellos hoteles con mejor capacidad instalada prefieren realizar sus compras en otras ciudades del país. Se requiere entonces, emprender programas de articulación de cadena de valor que permitan afianzar economías locales, en especial aquellos sectores propios de la proveeduría turística.
- Son muy pocos los alojamientos que apoyan la artesanía local.
- El 100% de las agencias operadoras están ubicadas en la ciudad de Neiva y se abastecen en la capital del departamento.

1.3.1.2. Sistemas gerenciales¹¹⁹

Las empresas del sector turismo, requieren con urgencia adentrarse de manera competitiva en los cambios que la globalización requiere; el uso de tecnologías no es suficiente, son necesarias estructuras organizacionales definidas, conocimiento de mercados, competencia del personal, incorporación de estándares de calidad y seguimientos continuos y fiables a procesos que permitan el aumento en los indicadores de competitividad empresarial.

Paquetes estadísticos, innovación tecnológica, procesos

- En la mayoría de los prestadores de servicio, prevalece la carencia de recursos económicos para incorporar tecnologías en su operación, debido a la poca afluencia de turistas, lo que no les permite hacer mayores inversiones.
- 64% de los prestadores de servicios turísticos encuestados, afirman utilizar las TIC en el desarrollo de sus actividades, siendo internet la herramienta de mayor provecho, representando el 33% de la muestra.
- 60% de las agencias de viajes utilizan sistemas de distribución global como Amadeus y sistemas de reservas online, mientras que apenas el 14% de los hoteles utilizan software para el manejo de sus reservas y administración de sus recursos.
- 22% de los prestadores realizan sus procedimientos administrativos a través de sistemas contables. Un significativo 78% lleva sus procesos contables de forma manual.

Cultura organizacional

Una empresa que cuenta con estructuras organizadas, niveles jerárquicos y roles del personal definidos, uso adecuado de la información y relaciones efectivas entre

¹¹⁹Ver anexo Alojamientos, operadores, gastronomía, transportadores.



directivos y operativos tendrá mayores posibilidades de mantenerse en los exigentes mercados.

- Los establecimientos más reconocidos y con mejor capacidad instalada cuentan con niveles jerárquicos y manuales de funciones y procedimientos establecidos.
- Fue evidente en un representativo 82% de los establecimientos visitados, que no cuentan con estructuras empresariales; esto debido a que en su mayoría corresponden a pequeñas unidades productivas, atendidas por sus propietarios y cuyos dueños son grupos familiares, que vieron en el turismo una opción de negocios, todos ellos son empíricos y no se han formado en procesos de fortalecimiento empresarial, en las empresas analizadas en los municipios de San Agustín, Pitalito y Rivera, el porcentaje es del 100%; por otra parte, se resalta que El Cacique en el municipio de San Agustín, funciona en las mismas instalaciones de la vivienda.

Comportamiento financiero de las empresas turísticas

- El 36% de los empresarios son dueños de sus locales, en tanto que el 64% estableció su actividad comercial en una propiedad arrendada. Más del 20% pertenece al régimen común.
- El 80% de los empresarios no han asumido compromisos financieros con entidades bancarias ni préstamos con personas naturales; el 20% acude a entidades crediticias para mejoramientos de planta física o expansión comercial.
- Si bien, las tarifas de alojamiento en el departamento son variadas (oscilan entre \$20.000 COP y \$200.000 COP), sí fue claro que las más altas corresponden a establecimientos mejor consolidados que estructuran costos y analizan ingresos. A menor tarifa, mayores son las falencias en manejo adecuado de la información y análisis. Los establecimientos familiares no saben calcular utilidades, fácilmente las confunden con ingresos y tampoco parecen tener el interés de aprender.

Conocimiento del mercado y mecanismos de promoción y venta por parte de las empresaturísticas

- El 50% de las empresas encuestadas en la ciudad de Neiva cuentan con página web, participan en las actividades del mes de junio de San Pedro, cuentan con convenios con agencias de viajes y propagandas por medios radiales y de televisión. 50% de los operadores realizan su promoción a través de impresos y material POP.
- La mayoría de prestadores analizados, ubicados en los municipios no cuentan con sistemas tecnológicos para la comercialización de sus servicios; centran su estrategia comercial en volantes y tarjetas de presentación personal. Por otra parte, informaron que es la modalidad voz a voz y los referidos, lo que les garantiza la continuidad en el mercado.
- En la ciudad de Neiva y municipios como Pitalito y Campoalegre, un significativo 32% de los alojamientos manifestaron que sus clientes no son turistas, argumentaron que sus huéspedes son comerciantes, transportadores de carga pesada, de transporte intermunicipal y residentes del lugar; solo para temporada de festividades reciben turistas.

Recurso humano y adopción de esquemas de calidad en empresas turísticas

- Ningún empresario de los analizados, cuenta con certificaciones en normas técnicas sectoriales; apenas el 3% ha implementado sistemas de gestión de calidad bajo los requisitos de la norma ISO 9001:2008. Fue indudable la falta de interés de los prestadores de servicios turísticos por conocer e implementar las normas técnicas sectoriales de calidad, aduciendo mayores costos y falta de tiempo.
- Teniendo en cuenta que los empresarios analizados corresponden en su mayoría a empresas familiares y microempresas, estas no contratan personal competente, generalmente lo hacen porque requieren trabajar o por incorporar a miembros de sus familias. Algunos hoteles y restaurantes mejor consolidados (ubicados en Neiva) mantienen en constante actualización a su personal. El 47% de los empresarios del sector turístico cuentan con programas de



capacitación de personal, gran parte de ellos, a través de convenios con el Sena.

- 38% de los establecimientos de hospedaje cuentan con programas de capacitación y formación como política administrativa de bienestar.
- Todos los guías encuestados en el municipio de San Agustín, cuentan con tarjeta profesional y su respectivo Registro Nacional de Turismo.
- No se identificaron alianzas con el sector educativo, diferentes a las establecidas con el Sena, para fomentar la pertinencia del talento humano.

Porcentaje de ocupación: datos Cotelco

Según las últimas cifras suministradas por Cotelco Capítulo Huila, un incremento del 20% registró la ocupación hotelera al cierre del 2011¹²⁰, jalonado en gran medida por los eventos deportivos y de negocios que se realizaron en la capital huilense durante el año pasado.

El gremio hotelero se ha mostrado optimista al desempeño de la actividad turística regional que ha venido creciendo en los últimos tres años. Durante el 2011 la ocupación hotelera a nivel departamental estuvo por el 50% mientras que en un similar periodo de 2010 las cifras solo alcanzaron el 30%.

Según palabras textuales de la Presidente de Cotelco capítulo Huila, “*existe un mayor interés de las grandes cadenas de hoteles de establecerse en la región y muestra de ello es que abrieron puertas hoteles en la ciudad de Neiva como El Poblado, Santa Catalina y Abadía Resort, entre otros. Así mismo, los hoteles han venido modernizando la infraestructura y los servicios para prestar un mejor servicio a los visitantes durante el 2012*”.

La ocupación hotelera en San Agustín estuvo por el orden del 95% durante la temporada de fin de año de 2011 y comienzo de 2012, generalmente llegan turistas alemanes, ingleses y nuevos visitantes asiáticos.

¹²⁰Tomado de: <http://www.diariodelhuila.com/noticia/23003>, Fanny Consuelo Ariza, Presidente Junta Directiva Cotelco capítulo Huila.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

En cuanto a la temporada vacacional en Neiva¹²¹ el promedio de ocupación hotelera entre el 24 y el 31 de diciembre fue del 30%, mientras que el municipio de San Agustín entre el 28 de diciembre al 31 de diciembre reportó un 90% de ocupación y Pitalito registró un 80%. En el puente del 6 de enero la ocupación promedio en estas dos localidades fue del 90%. El promedio de ocupación en la temporada vacacional en el departamento del Huila fue del 66,6 %.

Es importante precisar que esta información de ocupación hotelera suministrada por Cotelco no tiene un estudio técnicamente sustentado para determinar el indicador, más bien obedece a precisiones subjetivas que hace el gremio con sus afiliados. Fue muy difícil acceder a este tipo de información porque ni el gremio hotelero, ni mucho menos la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo llevan ordenadamente este tipo de indicadores.

Calidad en los servicios de los prestadores de servicios turísticos¹²²

Para realizar la actividad, se definieron listas de chequeo basadas en las normas técnicas sectoriales; estas fueron:

Normas técnicas sectoriales aplicadas

PRESTADOR	NORMA TÉCNICA SECTORIAL APLICADA
Establecimientos de gastronomía	NTS Usna-007 “Norma sanitaria de manipulación de alimentos”
Establecimientos de alojamiento y hospedaje	NTSH 006 categorización de hoteles de 1 estrella NTSH 007 posadas turísticas
Agencias de viajes operadoras	NTS av04 diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes
Guías turísticos	GT001 aGT 004 para la prestación del servicio de guianza

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

¹²¹Tomado de: <http://www.cotelco.org/comunicaciones/sala/noti-cotelco/356-asociacion-hotelera-y-turistica>.

¹²²Ver anexo Alojamientos, operadores, gastronomía, transportadores, guías.



Si bien la base de datos inicial seleccionó 98 visitas a realizar; algunas no fueron posibles, por las razones que se expresan a continuación:

Razones de no aplicación del instrumento

RAZÓN POR LA CUAL NO SE APLICÓ INSTRUMENTO	TIPO DE PRESTADOR	CANTIDAD	TOTAL
Establecimientos que no se encuentran en funcionamiento	Alojamiento	1	2
	Gastronomía	1	
No existe	Alojamientos	5	24
	Operadores	11	
	Otros prestadores	8	
No ejercen la profesión	Guía	8	8
TOTAL			34

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

a. Establecimientos de alojamiento y hospedaje (hoteles)

Porcentaje de cumplimiento hoteles

ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO	MUNICIPIO	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
Alsuper Hotel	Neiva	40%
Apartahotel Suites de Las Américas	Neiva	61%
El Portal del Sol	Rivera	86%
Estancia Campestre Villa Sayi	Rivera	86%
Estancia Casa Real	Rivera	58%
Hospedaje El Cacique San Agustín	San Agustín	55%
Hostal Santander Neiva	Neiva	25%
Hostería Rivera Zen	Rivera	60%
Hotel Bellavista	Neiva	84%

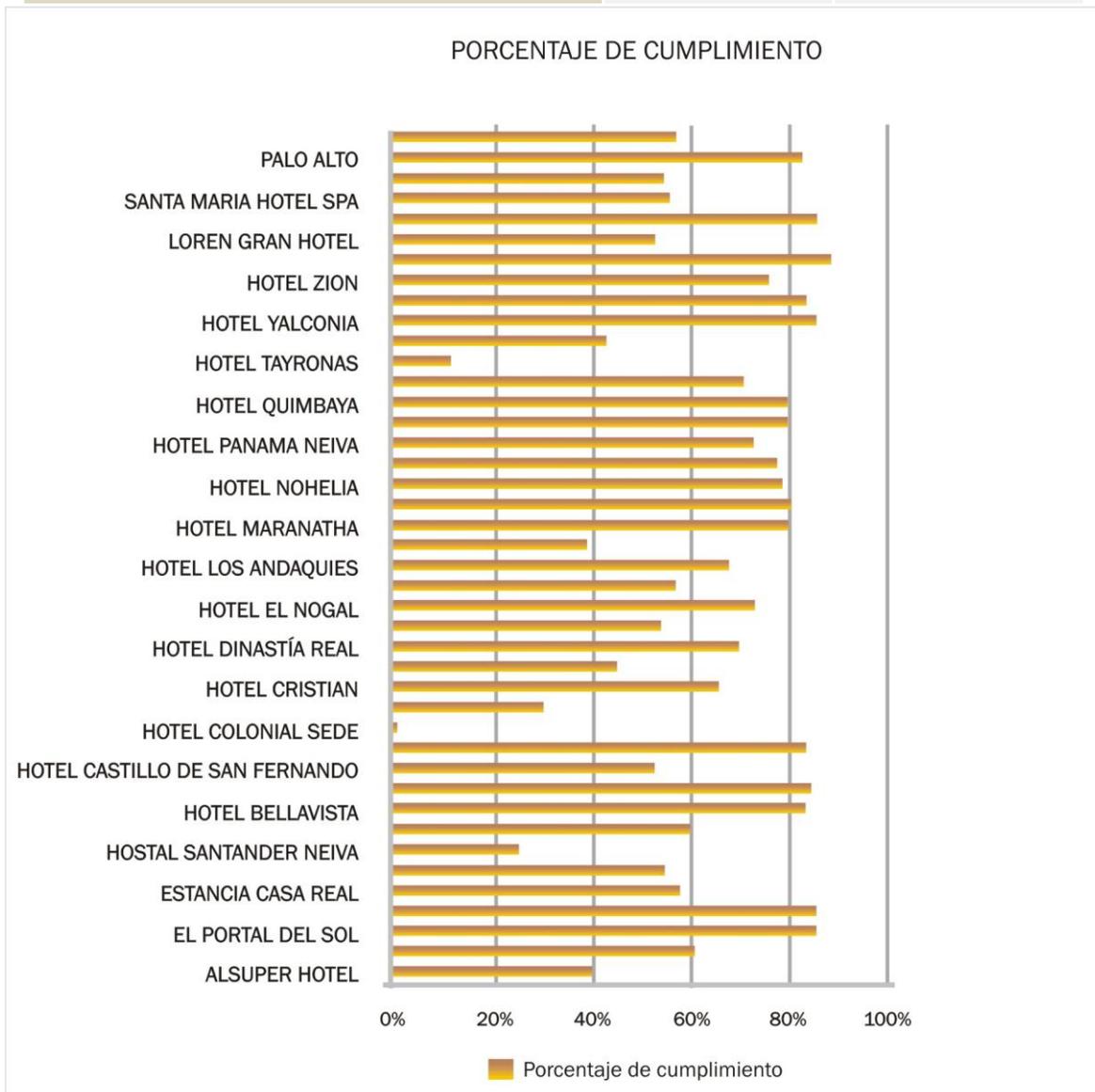
Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO	MUNICIPIO	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
Hotel Casa Elvirita	San Agustín	85%
Hotel Castillo de San Fernando	Tesalia	53%
Hotel Colonial Neiva	Neiva	84%
Hotel Colonial Sede	Neiva	0%
Hotel Copacabana Agencia de Viajes	San Agustín	30%
Hotel Cristian	Neiva	66%
Hotel del Desierto	Aipe	45%
Hotel Dinastía Real	Neiva	70%
Hotel El Encanto De Neiva	Neiva	54%
Hotel El Nogal	Pitalito	73%
Hotel La Casona Villavieja Huila	Villavieja	57%
Hotel Los Andaquies	San Agustín	68%
Hotel Los Timbales Del Huila	Neiva	39%
Hotel Maranatha	Pitalito	80%
Hotel Monaco	Pitalito	81%
Hotel Nohelia	Pitalito	79%
Hotel Orquídea Neiva	Neiva	78%
Hotel Panamá Neiva	Neiva	73%
Hotel Preferencial	Pitalito	80%
Hotel Quimbaya	Pitalito	80%
Hotel Resort de Kaley	Neiva	71%
Hotel Tayronas	Neiva	11%
Hotel Valladolyd	San Agustín	43%
Hotel Yalconia	San Agustín	86%
Hotel Yuritania	Pitalito	84%
Hotel Zion	Pitalito	76%
Huaca-Yo	San Agustín	89%
Loren Gran Hotel	Neiva	53%
San Agustín Internacional Hotel	San Agustín	86%
Santa Maria Hotel Spa	Neiva	56%
Tierra & Mar Restaurante y Hospedaje	Neiva	55%



ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO	MUNICIPIO	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
Huilense		
Palo Alto	San Agustín	83%
Punto 20		57%

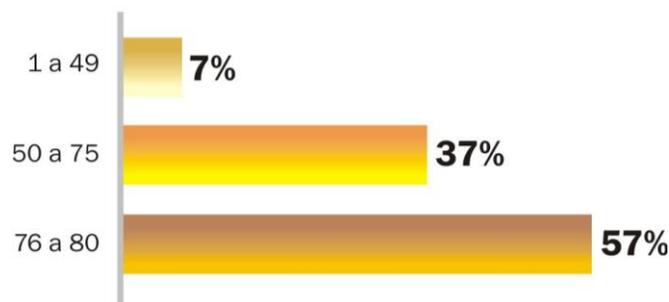


Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

Capítulo 1 - Diagnóstico

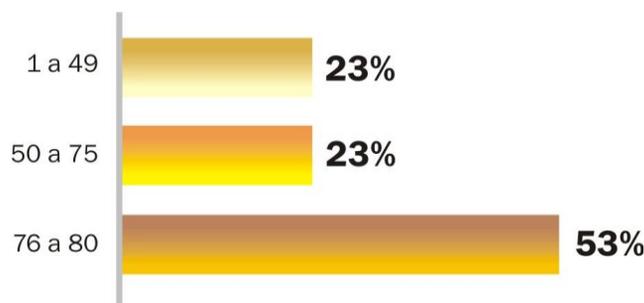
Huila

Los establecimientos de alojamiento encuestados cumplen con los requisitos de la norma NTSB 006 categorización para los hoteles de 1 estrella, en un promedio de 64%.



Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

Se observó que gran parte de los establecimientos de hospedaje, representados en un 57% cumplen entre un 76% y 80% con los requisitos de factores de planta descritos en la norma NTSB 006 para categorización de 1 estrella; un representativo 43% se ubicó en rangos inferiores al 75% (37% entre 50% y 75% y 7% entre 1% y 7%). En relación con los factores de planta identificados como de cumplimiento crítico, se mencionan los relacionados con la falta absoluta de programas de mantenimiento correctivo y programa de control de plagas, igualmente las adecuaciones de planta para accesibilidad a personas en condición de discapacidad.

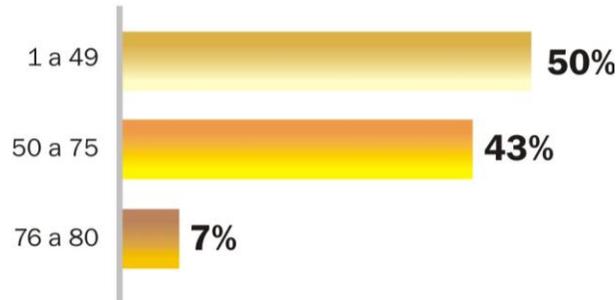


Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

El 53% de los establecimientos de alojamiento presentó un adecuado cumplimiento, ubicándose en el rango de 76% y 80% de los requisitos de factores de servicio establecidos en la norma NTSB 006 categorización para hoteles de 1 estrella; el 46% se situó en rangos inferiores al 75% (en porcentajes iguales del 23% del 50% al 75% y del 1% al 49%). En relación con los factores de servicio identificados como de



cumplimiento crítico, se destacan los relacionados con la prestación de servicio de A&B y los protocolos de servicio al cliente en áreas sociales, igualmente la presentación del personal.



Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

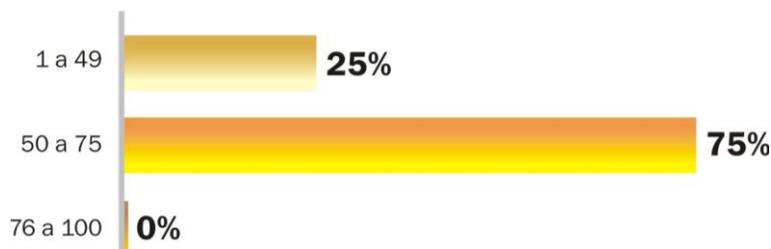
Se evidenció un compromiso aceptable por parte de los prestadores, concerniente a la cultura de turismo sostenible y a las iniciativas de difusión de los mismos en cuanto a buenas prácticas ambientales y la adopción de medidas para mitigar las anomalías sociales resultantes de la actividad turística. Se observó que el 50% reportó un porcentaje de cumplimiento entre el 1% y el 49%. Los hoteles cumplen con los requisitos mínimos para la prestación del servicio, están inscritos al Registro Nacional de Turismo; no incorporan estándares de calidad, de acuerdo con los requisitos de las NTS, no cuentan con personal competente para las labores que desempeñan, los insumos para la prestación del servicio como: sábanas, almohadas, colchones, toallas no cumplen con las especificaciones requeridas.

Posadas turísticas

Al analizar la gráfica se observa que el 75% de las posadas encuestadas cumplen con los requisitos de la norma NTS 007 entre el 50% y el 75%, el 25% se encuentra en el rango del 1% al 49%. Ninguna posada cumple a cabalidad con el total de los requisitos de alojamiento.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

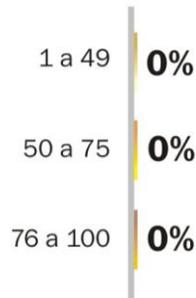
Todas las posadas cumplen a cabalidad con los requisitos de factores de servicio establecidos en la norma NTSH 007. El servicio se suministra a satisfacción con la respectiva dotación mínima de papel higiénico y jabón, se controla el acceso a la posada y a las habitaciones, las llaves solo se entregan las personas registradas. Las posadas que prestan el servicio de restaurante, presentan deficiencias en la aplicación de buenas prácticas de manufactura en área de producción, de acuerdo con la NTS USNA 007.



Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

En cuanto a los requisitos de sostenibilidad, no existe evidencia que indique la implementación de prácticas de sostenibilidad y planes de responsabilidad social empresarial (RSE), buen aprovechamiento del patrimonio cultural, conservación del medio ambiente, prevención de riesgos sociales asociados al turismo y apoyo al desarrollo de capacitación.

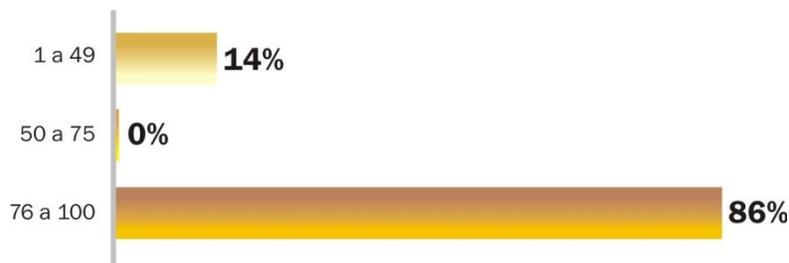




Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

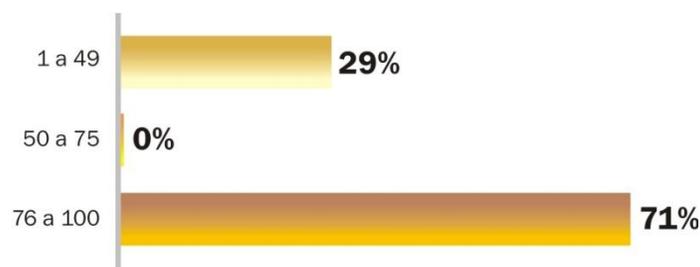
Alojamientos rurales

Se observó que gran parte de los establecimientos de hospedaje, representados en un 86% cumplen satisfactoriamente con la norma NTSH 008 para alojamientos rurales; un pequeño porcentaje correspondiente al 14% cumplen entre el 0% y 49% de requisitos de alojamiento. No hay aspectos críticos por mencionar, hay una adecuación satisfactoria del establecimiento.



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

La mayor proporción correspondiente al 71% de los establecimientos de alojamiento presenta un completo cumplimiento de la norma; el 29% se situó en rangos inferiores al 76%. En relación con los factores de servicio identificados como de cumplimiento crítico, se destacan la ausencia de planes de contingencia para caso de emergencia.

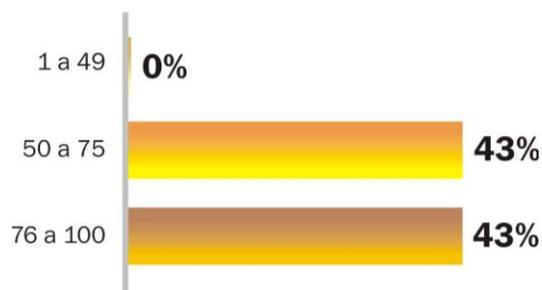


Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Respecto a los requisitos de sostenibilidad existe un cumplimiento proporcional. El 43% está cumpliendo ordenadamente con la adopción de políticas sostenibles para sus establecimientos. El otro 43% obtuvo desempeños entre el 50% y el 75%, no obstante hay un interés notable sobre la adopción de este tipo de programas.



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

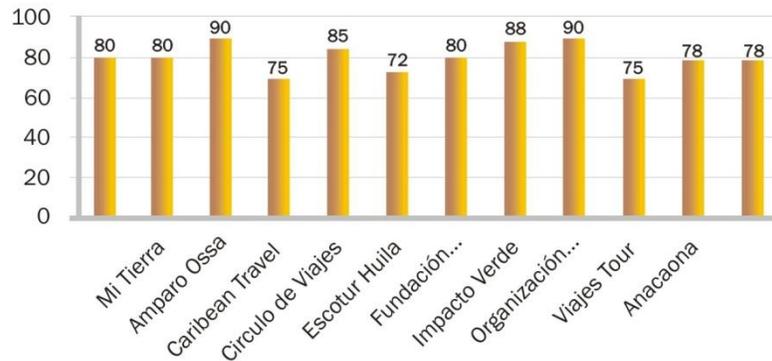
b. Agencias de viajes operadoras¹²³

Porcentaje de cumplimiento agencias de viajes operadoras

ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO	MUNICIPIO	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
Amparo Ossa Viajes y Turismo	Neiva	90%
Fundación del Presente y Futuro Solidario	Neiva	80%
Organización Turística del Huila Turishuila	Neiva	90%
Impacto Verde TurismoSostenible	Neiva	88%
Caribbean Travel Agencia de Viajes	Neiva	75%
Agencia de Viajes y Turismo Mi Tierra	Neiva	80%
Destino Aventura Huila	Neiva	0%
Viajes Tour	Neiva	75%
Mundo Viajes y Turismo	Pitalito	80%
Circulo de Viajes S.A.	Neiva	85%
Agencia de Viajes y Turismo Anacaona	San Agustín	78%
Agencia de Viajes Patrimonio Mundial	San Agustín	78%

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

¹²³Ver anexos Operadores



Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

Los operadores objeto de estudio cumplieron en un 75% con los requisitos para el diseño de paquetes turísticos. En su gran mayoría controlan el proceso de calidad del diseño y la revisión de este, además se adaptan y son flexibles a los cambios en los diseños. Aunque en menor proporción pero con un alto grado de cumplimiento se evidenciaron iniciativas para la implementación de prácticas de sostenibilidad, referidas al establecimiento de políticas y planes de responsabilidad social empresarial (RSE), buenas prácticas ambientales, conservación y buen aprovechamiento del patrimonio cultural así como prevención de riesgos sociales asociados al turismo.

c. Establecimientos de gastronomía¹²⁴

Porcentaje de cumplimiento establecimientos de gastronomía

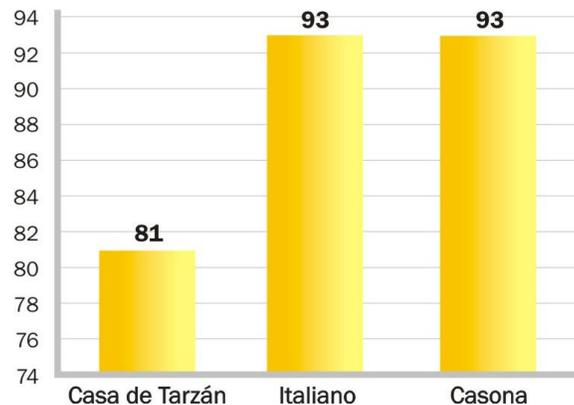
ESTABLECIMIENTO GASTRONÓMICO	% DE CUMPLIMIENTO
Bar Restaurante La Casa de Tarzán	81%
Restaurante El Italiano	93%
La Casona	93%

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

¹²⁴ Ver anexo Gastronomía

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

En los restaurantes en los cuales se aplicó la encuesta, se pudo identificar que trabajan cumpliendo los requisitos para la manipulación de alimentos; el personal del área de producción cuenta con los conocimientos necesarios para proteger la inocuidad de los alimentos. Cuentan con chef, quien dirige y prepara los platos y reconocimiento en los municipios donde se ubican. Existe una buena relación entre calidad-precio.

d. Transportes turísticos¹²⁵

Porcentaje de cumplimiento transporte turístico

Escotur Huila Ltda.	72%
---------------------	-----

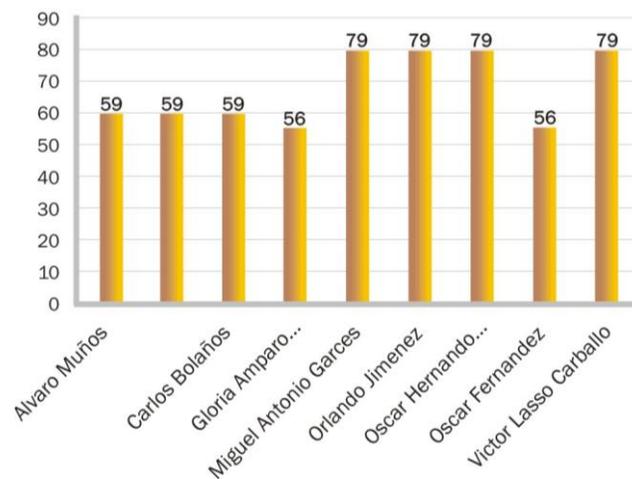
Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

Esta es la única empresa de transporte analizada, cumple regularmente (72%) con los criterios establecidos en la norma AV-09 (Calidad en la prestación de servicio de transporte turístico terrestre automotor). Sus falencias se concentran en aspectos básicos como la ausencia de protocolos de servicio y seguridad para el cliente. Respecto a la temática sostenible, no se promueven las buenas prácticas ambientales, ni se incentiva al consumo local a través de la compra a los artesanos de la región.

¹²⁵ Ver anexo transporte turístico

Guías turísticos

- Todos los guías encuestados portaban la tarjeta profesional de guía de turismo con el respectivo Registro Nacional de Turismo.
- Algunos trabajan de manera independiente y otros vinculados con agencias de turismo.
- La presentación de varios guías no es la adecuada, se identificó que no tienen la capacidad de manejo adecuado con los turistas.
- No documentan sus procesos ni conocen los procedimientos establecidos por agencias de viajes para la prestación de sus servicios.
- No diseñan programas de guianza ni le hacen seguimiento al mismo.
- Los guías solicitaron mejor capacitación y que la formación que ofrece el Sena sea más pertinente.



Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

1.3.1.3. Formación y capacitación

El estado del arte de la educación turística

La apuesta productiva del turismo, formulada en el marco de la Agenda Interna de productividad y competitividad del Huila en el año 2004, identificó la formación del talento humano y cultura como una necesidad o requerimiento para el desarrollo armónico del sector. Reconoce la limitada oferta de programas de formación turística en los diferentes niveles y modalidades de educación, como una debilidad para el cumplimiento de la meta de captar 2.2 millones de turistas anuales con atención de calidad.

En materia de formación para los oficios clásicos en la prestación de servicios turísticos, es decir: alojamiento, alimentos y bebidas, y guianza, tradicionalmente ha sido liderado por el Sena. La formación superior o universitaria, surgió definitivamente en el Huila en el año 2008 cuando las universidades Corhuila y CUN ofertaron sus programas de Administración Turística y Administración Hotelera y Turística, vale decir que estos programas no han tenido plena acogida en la comunidad huilense, pues no registran más de 80 estudiantes en los ocho semestres que han cursado.

Se podría entonces concluir que: los jóvenes huilenses no identifican el turismo como una actividad económica promisoría; no consideran el turismo como una actividad profesional equiparable con la medicina, el derecho, la ingeniería u otras disciplinas; no se observa en el departamento el auge en la construcción de equipamientos para el turismo que demanden talento humano cualificado para su operación, a la administración pública del turismo en los ámbitos departamental y municipales se llega por recomendación de políticos y no por competencia o conocimiento de la actividad.

La educación turística se convierte en una debilidad estructural del sector, pues no se identifica en el Huila, el eslabonamiento de la cadena de educación turística, las secretarías departamental y municipales de educación no han considerado la incorporación del turismo como un énfasis en los planes educativos Institucionales de los colegios, como si lo han hecho por ejemplo con informática en sus diferentes modalidades.



A manera de conclusión, se puede decir que siete años después la necesidad o requerimiento de formación del talento humano enunciado en la apuesta productiva del turismo, mantiene su vigencia y exige por supuesto que se analice a profundidad y se tomen las decisiones pertinentes que garanticen el armónico desarrollo del sector.

Calidad y cobertura de Instituciones que ofrecen programas en turismo en el departamento

La cadena de educación turística, está conformada por cuatro eslabones, la básica primaria que incluye el preescolar, la básica secundaria comprendida por los grados sexto a noveno, incluyendo la media vocacional que se implementa en los grados décimo y once, la formación superior que se oferta en tres modalidades: técnico profesional, tecnólogo y profesional; la educación posgradual comprende las especializaciones, maestrías y doctorados; cierra el círculo, la educación para el trabajo que oferta cursos para atender con eficiencia y calidad un oficio en las áreas productivas del sector.

Revisados cada uno de los eslabones, se encuentra, que en los dos primeros, es decir, la básica primaria y secundaria, no se identifican instituciones educativas con Plan Educativo Institucional en turismo, reconociendo que cuatro instituciones educativas: El Rosario de Tesalia, Luis Edgar Duran Ramírez de Paicol, Reynaldo Matiz de Neiva y Gabriel Plazas de Villavieja, con el acompañamiento del Viceministerio de Turismo a través del programa Colegios Amigos del Turismo trabajan en este propósito.¹²⁶

COLEGIOS AMIGOS DEL TURISMO-HUILA			
FUENTE: FUNDACIÓN HOCOL-DIC. DE 2011			
Colegio	Municipio	Docente	Estudiantes
El Rosario	Tesalia	33	540
Luís Edgar Duran	Paicol	62	600
Reynaldo Matiz	Neiva	13	180
Gabriel Plazas	Villavieja	30	520
TOTAL		138	1.840

Fuente: Fundación HOCOL

¹²⁶ Fuente: Observatorio de Educación Turística – Alumnos de Administración Turística – Corhuila-2011.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

La articulación a la media técnica la lidera el Sena, institución que reportó a través del Centro Agro turístico del municipio de La Plata, que para el año 2011 se realizaron 6 convenios interinstitucionales, beneficiando a 2 colegios en Neiva, 3 en Pitalito y 1 en San Agustín, que en suma, permitieron atender 160 estudiantes.¹²⁷

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA				
Articulación a la Media Técnica-Junio de 2011				
Municipio	Programa	Nivel	Número de Programas	Alumnos
Neiva	Técnico en operación de Reservas y Ventas de Productos Turísticos.	Integración a la Media	2	80
Pitalito	Técnico en Guianza		3	55
San Agustín	Técnico en Guianza		1	25
TOTAL			6	160

En materia de formación técnica¹²⁸ y tecnológica,¹²⁹ el Sena¹³⁰ representa la principal oferta, para el mismo periodo de 2011, donde se atendieron 5 programas, 1 de formación técnica en alojamiento en el municipio de La Plata; 4 de formación tecnológica, de los cuales 3 se desarrollaron en Pitalito con programas de Guianza, Administración y Gestión Hotelera y uno en Garzón en Administración Hotelera.

La educación superior¹³¹ está atendida por dos instituciones, Corhuila y la CUN, la primera, desarrolla el programa de formación profesional en Administración Turística, modalidad presencial, la primera cohorte cursa el noveno semestre y la última quinto semestre, en suma atiende a 40 estudiantes.

¹²⁷ Fuente: Observatorio de Educación Turística – Alumnos de Administración Turística – Corhuila-2011.

¹²⁸ Fuente: Informe Centro de Turismo SENA La Plata – junio de 2011.

¹²⁹ Fuente: Observatorio de Educación Turística – Alumnos de Administración Turística – Corhuila-2011.

¹³⁰ Fuente: Informe Centro de Turismo SENA La Plata – junio de 2011.

¹³¹ Fuente: Observatorio de Educación Turística – Alumnos de Administración Turística – Corhuila-2011.



Por su parte la CUN, desarrolla el programa de formación profesional en Administración Hotelera y Turística, modalidad a distancia por ciclos propedéuticos, la primera cohorte cursa noveno semestre, la última cursa sexto semestre, en suma atiende 30 estudiantes.

Actualmente, la Escuela Tecnológica de Neiva tramita ante el Ministerio de Educación Nacional el Registro Calificado para el programa de Gestión del Turismo Sostenible, modalidad presencial con salidas finales en Técnico Profesional en Operaciones Ecoturísticas y Tecnólogo en Gestión del Turismo Sostenible.

En formación para el trabajo,¹³² se identifica, además de la tradicional oferta del Sena, la de 5 instituciones con programas de administración hotelera, turística, operación de eventos, operación de paquetes turísticos (Comfamiliar del Huila, Teledata, Politécnico Grancolombiano, Instituto Global y el Instituto YES que oferta un programa de Administración Turística con contenidos bilingües). Los gremios del sector y la Cámara de Comercio de Neiva, ofrecen programas de capacitación para sus afiliados en temas de competencia laboral en las diferentes áreas de la actividad turística.

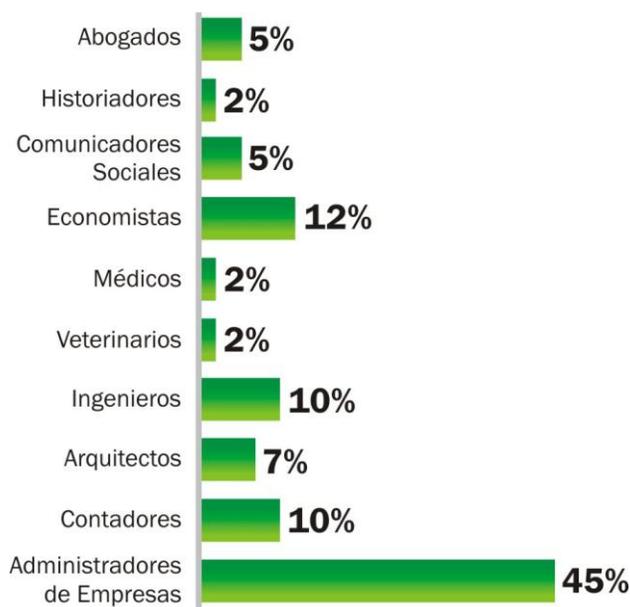
Nivel de calidad y cualificación del recurso humano en el destino

En cuanto a la vinculación laboral, la exploración realizada a los diferentes informes de Inventario Turístico no presenta caracterización de cualificación del recurso humano que se desempeña en la prestación de servicios turísticos en el departamento del Huila. Sin embargo, una investigación de los estudiantes de Administración Turística de Corhuila, ha permitido identificar que 42 profesionales de diferentes disciplinas, se desempeñan como docentes y consultores vinculados a instituciones de educación superior y en consultoría en el departamento del Huila. La gráfica que se presenta a continuación muestra el tipo de disciplinas profesionales de quienes actualmente ejercen en turismo.

¹³² Fuente: Observatorio de Educación Turística – Alumnos de Administración Turística – Corhuila-2011.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Fuente: Corhuila, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

La mirada al estado del arte, permite inferir que siete años después de la construcción colectiva de la apuesta turística, la educación turística sigue siendo una gran debilidad del sector en la búsqueda de su competitividad.

Disponibilidad de mano de obra calificada

En el nivel profesional no existe oferta de mano de obra calificada en disciplinas relacionadas con el turismo, cabe decir que las universidades Corhuila y CUN entregarán su primera cohorte en diciembre de 2012. Para el nivel técnico y tecnológico el banco de empleo del Sena presenta oferta para oficios relacionados con el servicio de habitaciones, cocina, venta y operación de programas turísticos.

- ¿Por qué los jóvenes huilenses no optan por la formación profesional en turismo?

Si bien es cierto, los huilenses han identificado incipientemente el turismo como una actividad económica promisoriosa, no se percibe una política pública de formación del capital humano en este tema.



La reflexión permite elaborar varias respuestas a la pregunta planteada, la primera se deriva del análisis del estado del arte de la educación turística en el Huila, que muestra una incipiente transformación de los planes educativos Institucionales de académicos a turísticos en el nivel de formación básica, esto sucede desde el preescolar hasta el grado once: situación que aún no le ha permitido al joven estudiante, identificar el turismo como una alternativa para su formación profesional, conduciéndolo a optar por la oferta tradicional de disciplinas académicas como el derecho, las ingenierías, las ciencias económicas, entre otras.

La segunda respuesta surge de la observación del desarrollo del sector, donde no se aprecia en el departamento el auge de la construcción de equipamientos para el turismo que demanden talento humano calificado para su operación; es decir, que de los proyectos considerados como estratégicos para la generación de demanda turística, hasta el momento ninguno ha iniciado la fase de construcción a pesar de contar con los estudios técnicos de pre-inversión. Situación que le permite al joven visualizar su campo laboral en oficios operativos, actividades para las cuales no necesita formarse profesionalmente sino capacitarse tomando cursos cortos.

Si bien, el campo de la administración pública del turismo en los ámbitos departamental y municipal es considerado como uno de los escenarios naturales para el desempeño de los profesionales en turismo, se percibe claramente que a estos cargos se llega por recomendación y no por competencia o conocimiento de la actividad, convirtiéndose en una tercera razón de desaliento para la toma de decisión al momento de elegir programa profesional.

La cuarta razón está relacionada con el emprendimiento, puesto que acceder a los fondos de apoyo no es fácil, quienes lo han logrado, se encuentran con un precario acompañamiento en la gestión de comercialización y promoción de productos y destinos, generando graves problemas para atender los compromisos financieros, lo cual afecta la historia crediticia del joven emprendedor.

Seguramente, existan otras razones, pero las expuestas se consideran como algunas de las más relevantes y reclaman soluciones que conduzcan a estimular la toma de decisión del joven por su formación profesional en turismo.

- ¿Cuáles son los retos inmediatos?

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

El sector educativo sin lugar a dudas tendrá que dar soluciones a las necesidades identificadas en la apuesta productiva del turismo, formuladas en el marco de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila y retomadas en el Plan Regional de Competitividad. Cumplir la meta: demanda de capital humano formado profesionalmente y capacitado en las diferentes competencias laborales que el sector requiere. Resulta oportuno debatir sobre el tema para incorporar las propuestas de solución en los planes de desarrollo tanto departamental como en los municipales, en aquellas localidades con vocación turística. Dichos planes que se implementarán en el periodo 2012-2015.

El primer reto, apunta a la ampliación de la cobertura en el proceso de rediseño de los planes educativos institucionales, la propuesta es hacerlo gradualmente a un ritmo de cuatro colegios por año, lo que le permitiría a la actual administración departamental, al finalizar periodo, contar con 20 colegios provistos de PEI Turístico, incluidos los 4 preexistentes. Esta acción, demanda la formación de docentes en turismo, pues no es un secreto la escasa oferta de profesionales en esta área, así como crear el ambiente necesario para que las universidades oferten especializaciones relacionadas con la línea turística.

Construir proyectos generadores de demanda turística se convierte en el segundo reto para el desarrollo de la educación turística. Es claro que el joven se entusiasma si ve el escenario de trabajo; esta premisa se valida con el auge de la educación petrolera y en salud, actividades en constante crecimiento que absorben la totalidad del talento humano calificado, bien sea como técnicos o como profesionales.

Sin pretender estimular el crecimiento del aparato burocrático, el tercer reto apunta, a que tanto el departamento como los municipios con vocación turística formen las oficinas departamentales o municipales de turismo vinculando profesionales del sector, escenario que estimule al joven a formarse profesionalmente en programas de Administración Turística.

El cuarto reto se enfoca en el fomento del emprendimiento, a los jóvenes se les debe direccionar a la formación de empresa, no es suficiente acompañarlos en el proceso de constitución y formalización, es necesario acompañarlos en la comercialización y promoción de sus productos. En el caso específico de turismo, se identifican



7 proyectos favorecidos con recursos de Fondo Emprender, que si bien están dispuestos técnicamente para la operación están estancados en la comercialización.

1.4. FACTORES DE GESTIÓN

1.4.1. GESTIÓN DEL MARKETING DEL DESTINO

El intercambio económico entre los agentes que componen el mercado de servicios turísticos muestra una similitud con los demás mercados en los cuales las familias (consumidores) participan. Para el caso de los servicios turísticos, estos poseen una serie de características especiales que lo diferencian de otros bienes y servicios. Estas disimilitudes son fáciles de encontrar enumeradas en la literatura, pero la más importante de ellas, corresponde al carácter de servicios complementarios, lo cual implica una relación de proporción entre el uso de uno de los servicios y los demás que componen la llamada cadena de valor del turismo.

En tal sentido, la medición y análisis del comportamiento de la demanda, le permite a las autoridades formular políticas encaminadas a la creación y potencialización de mecanismos eficientes para el impulso del desarrollo del sector, lo cual se traduce en líneas de acción y objetivos basados en la percepción de los consumidores efectivos.

Consecuente con lo anterior, el uso o consumo de los servicios ofrecidos dentro del mercado turístico dependerá, entre otras variables exógenas omitidas por la dificultad de la medición, de las condiciones socioeconómicas del turista, el precio, el nivel de ingresos, las expectativas y percepciones que el turista tenga con respecto a la gama de servicios recibidos o que espera recibir en el destino de su elección.

A continuación se presenta el análisis de los factores más relevantes que influyen en la demanda de servicios turísticos en el departamento del Huila, enfocado al estudio de la fidelidad y concentración, nivel de precios y canales de comunicación, así como el estado de la demanda actual y percepción de la demanda potencial, a través de la información aportada en las encuestas realizadas a una muestra de turistas que visitan el departamento.

Relación encuestas-política



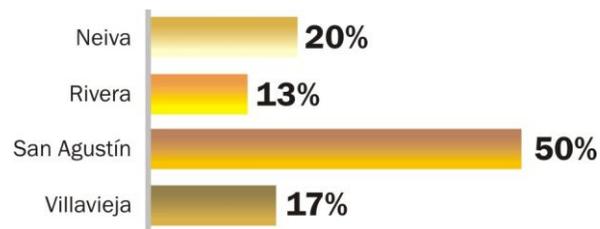
Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

La recolección de la información se realizó a través de una encuesta estructurada en cuatro secciones. Esta permitió obtener las variables de la caracterización del turista, las actividades realizadas, el alojamiento, los medios de información y compra, épocas de desplazamiento, gasto, calificación y percepción tanto del destino como de los atractivos.

La selección de las unidades de observación se realizó a través del método de sondeo, utilizando una muestra intencional¹³³. Del total de 100 instrumentos aplicados, la capital del departamento: Neiva representa el 20% (20 encuestas) del total de la muestra, San Agustín el 50% (50 encuestas), Rivera 13% (13 encuesta) y Villavieja el 17% con 17 encuestas aplicadas.

¹³³ Método no probabilístico, por ende las conclusiones solo son aplicables para la muestra seleccionada.

Distribución de encuestas aplicadas por municipio



Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

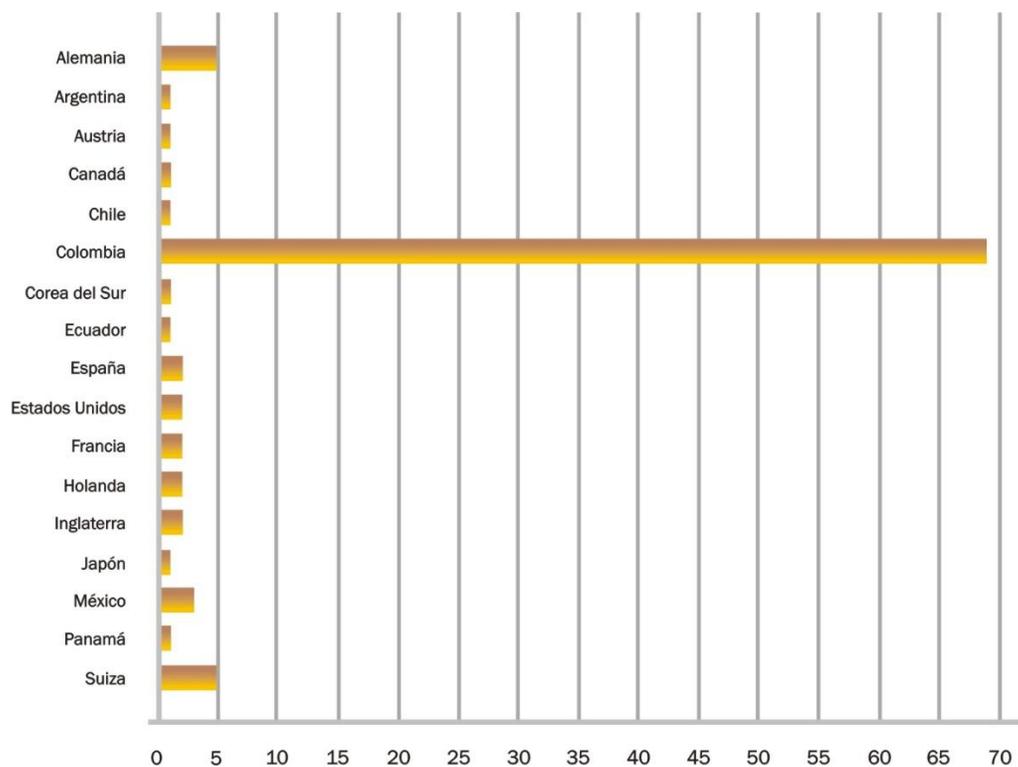
1.4.1.1. Análisis de demanda actual

Perfil del turista

De acuerdo con los datos recolectados, el 69% de los encuestados corresponde a turistas nacionales, frente a un 31% de visitantes extranjeros. Con respecto a los no residentes en Colombia, la gráfica evidencia que, después de Suiza y Alemania, los principales países emisores de turistas para el departamento del Huila son: México, España, Estados Unidos, Francia, Holanda, e Inglaterra. Es de resaltar que, aun siendo una muestra pequeña para la población total, la diversidad de países de procedencia es notoria, brindando un claro indicio de la preferencia por el destino para diversos perfiles de turistas.

Capítulo 1 - Diagnóstico

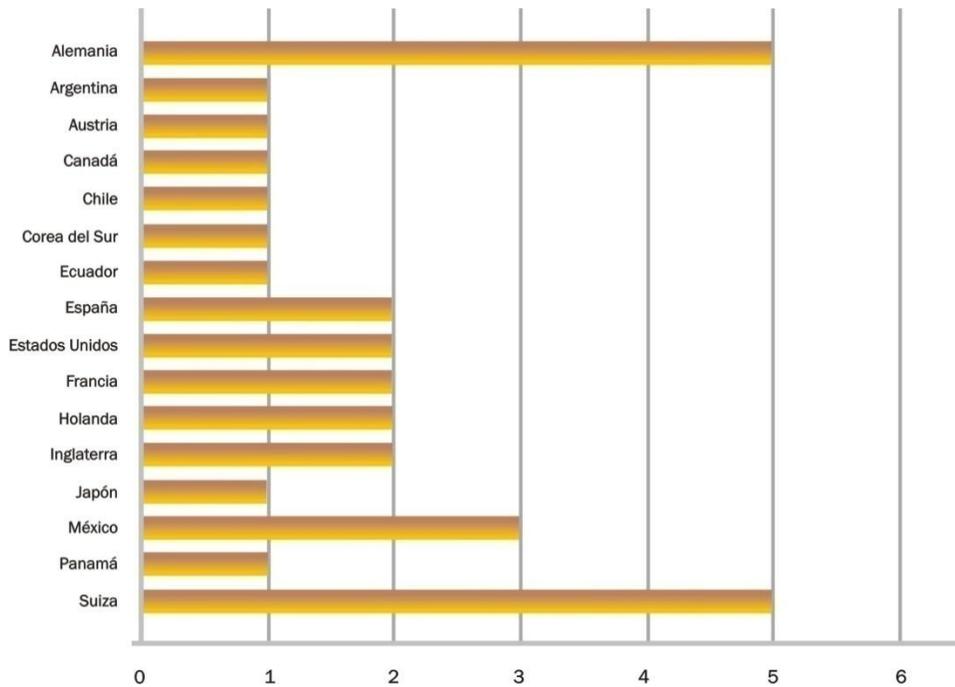
Huila



Flujo de turistas según país de procedencia

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la encuesta de demanda actual

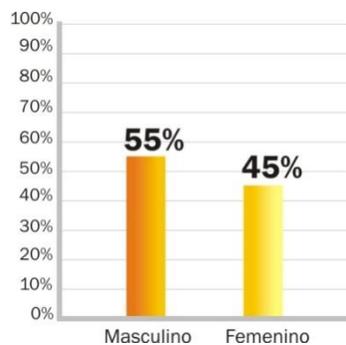




Flujo de turistas extranjeros según país de procedencia

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la encuesta de demanda actual

Por otra parte, dividiendo según género, el 55% de los encuestados corresponde a personas del género masculino, frente a un 45% de personas del género femenino. Aun siendo una desigualdad considerable en las proporciones, esta variable no es relevante en la segmentación de los datos, es decir la diferenciación entre las preferencias de hombres y mujeres tiene un comportamiento homogéneo.



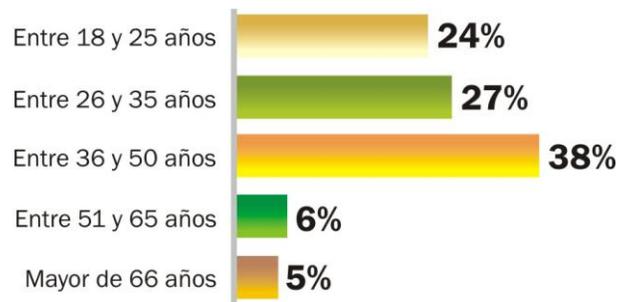
Encuestas por categoría de género

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

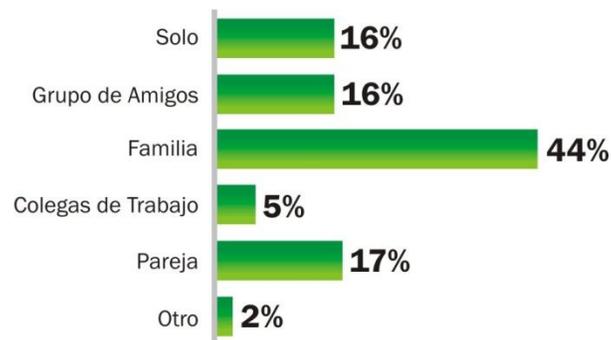
Teniendo en cuenta la siguiente gráfica, el análisis por grupos de edad, refleja una clara preferencia por el destino para el grupo de personas que se ubican en un rango de edad entre los 36 y 50 años (38%), seguido del grupo de 26 a 35 años (27%), mientras que las menores participaciones se encuentran en los rangos de 18 a 25 años (24%), y personas mayores a 51 con una representación del 11%.



Turistas por rango de edad

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Adicionalmente, según la información que brinda el sondeo, la mayoría de los visitantes de los destinos seleccionados en la muestra reflejan una notable preferencia a realizar sus viajes con la familia o en pareja. En tal sentido, el 44% señala viajar con sus familiares, mientras que el 17% informa realizar al viaje con la pareja. Las personas que prefieren viajar solas representan el 16%, a su vez otro 16% dice realizar sus viajes con grupos de amigos, mientras que un 5% viaja con colegas de trabajo.



Preferencias del turista con respecto a la persona o grupos de personas con quien prefiere viajar

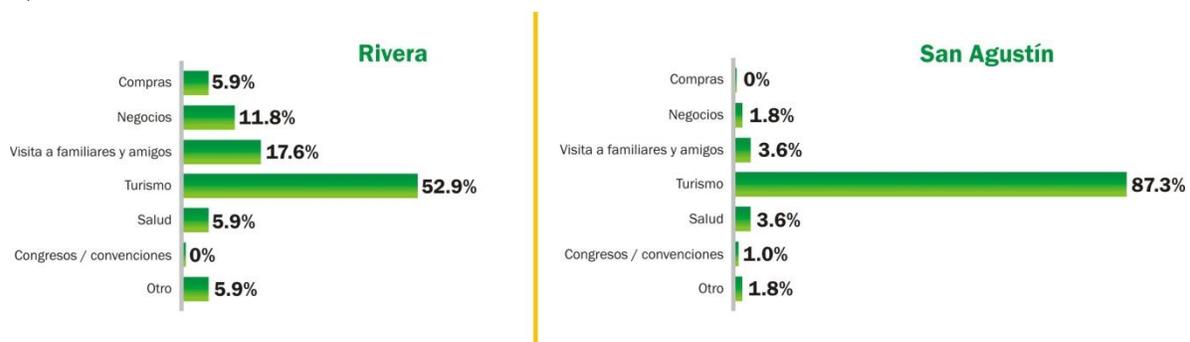
Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual



Al indagar por el motivo de visita al destino, aun siendo el turismo la principal razón, los resultados difieren en dos grupos, por un lado están Rivera y San Agustín con un turismo diversificado, mientras que Neiva y Villavieja tienden a concentrar sus actividades turísticas en unas cuantas opciones.

En el caso de San Agustín, la mayor proporción visita el destino por el motivo turismo (87,3%), seguido de los motivos: salud (3,6%), visita a familiares y amigos (3,6%), mientras un 5,4 % visita San Agustín por estudio, trabajo, negocios, congresos y convenciones.

Los turistas que llegan a Rivera buscan principalmente planes relacionados con el turismo convencional (52,9%), visita a familiares y amigos (17,6%), negocios (11,8%), mientras que un 5,9% lo hace por salud, e igualmente para compras y descanso con 5,9%.



Motivo de la visita Rivera y San Agustín

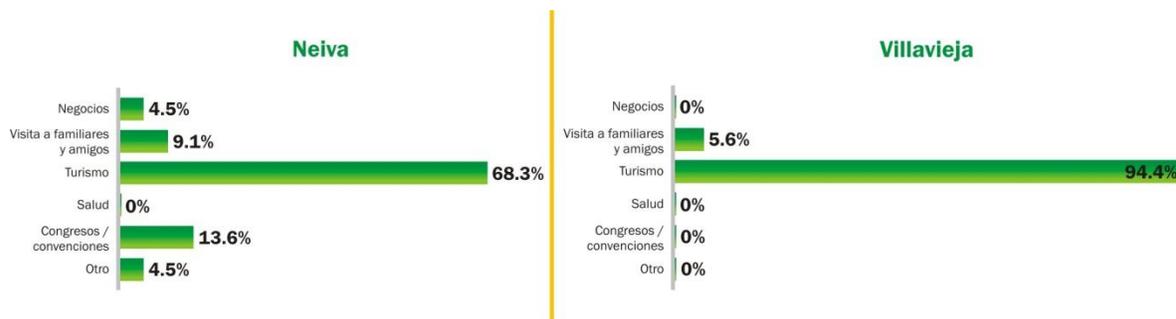
Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Por su parte, en Neiva, los motivos principales de la visita corresponden a turismo convencional (68,3%), congresos y convenciones (13,6%). Con el fin de visitar a familiares y amigos (9,1%), mientras que por negocios lo hace un 4,5% y por actividades histórico culturales otro 4,5%.

En cuanto a Villavieja, el 94,4% de los motivos corresponden al turismo convencional mientras que el restante 5,6% corresponde a las actividades relacionadas con la visita a familiares y amigos.

Capítulo 1 - Diagnóstico

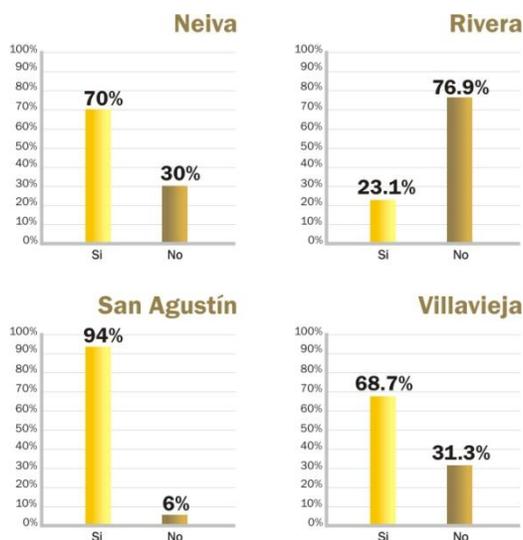
Huila



Motivo de la visita Neiva y Villavieja

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Con el fin de indagar la fidelidad de la demanda por los destinos seleccionados (medido por el porcentaje de personas que regresan al destino), se encontró que del total de encuestados, el 24,2 % (24 de 99 respuestas) corresponden a turistas que ya han visitado en alguna ocasión los destinos en mención. En el análisis, Rivera tiene la mayor tasa de retorno con un 76,9% de visitantes que regresan, seguida de Villavieja donde el 31,3% de las personas afirma haber visitado el destino en otra ocasión. En el caso de Neiva, el 70% de los encuestados afirman arribar por primera vez al destino, mientras que en San Agustín esta cifra es de 94%.



Personas que visitan por primera vez el destino

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

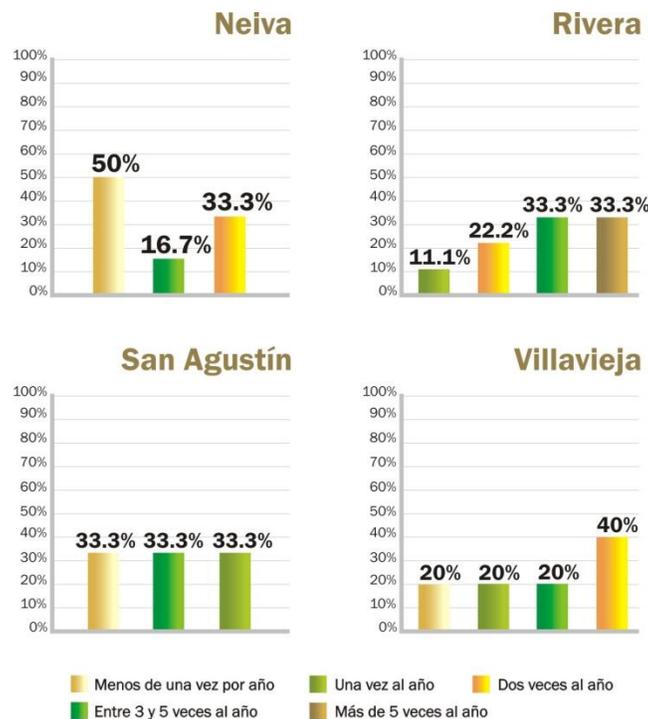


Dentro del total de personas que regresa a los destinos (24), en Neiva el 50% de los turistas que retorna lo hace en una frecuencia menor a un año, otro 33,3% lo hace dos veces al año, mientras que un 16,7% entre 3 y 5 veces por año.

En el caso de Rivera el 66,6% visita el municipio en más de 3 ocasiones por año, mientras que el otro 33,4% retorna entre una y dos veces al año.

Las frecuencias de retorno de las personas que visitan Villavieja se encuentran distribuidas de la siguiente forma: el 40% regresa dos veces por año, 20% menos de una vez por año, 20% una vez al año, mientras que el restante 20% lo hace con una frecuencia de entre 3 y 5 veces por año.

Finalmente, en San Agustín, el 66,7% de las personas que regresan al destino lo hacen con una frecuencia no superior a una vez por año, mientras que el restante 33,3% retorna en promedio de 3 a 5 veces.



Frecuencia de visita

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

En lo que se refiere a los días o épocas que prefieren para visitar los destinos, se concluye que, el 26,1% (6 de 23 respuestas) optan por viajar a los destinos durante fechas no convencionales como: entre semana o de acuerdo a los necesidades de desplazamiento por motivo de trabajo, académico o cada vez que se disponga de recursos, a su vez, el 21,7% visita los destinos los fines de semana, al igual que otro 21,7% que prefiere hacerlo durante los puentes festivos. El 26,1% de los encuestados también afirma visitar el departamento en épocas relacionadas con las vacaciones laborales o escolares, mientras que el restante 4,4% prefiere las fechas relacionadas con las festividades.



Días o época preferentes de visita

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

De esta manera, considerando lo antes mencionado, el perfil de turista del departamento del Huila, indistintamente si corresponde al género masculino o femenino, se puede resumir en la siguiente ilustración:



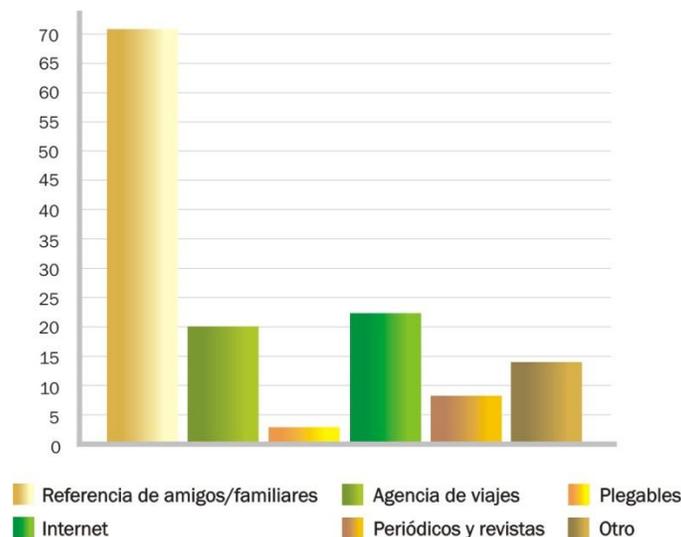
Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual



Por consiguiente, teniendo en cuenta los datos recolectados, se puede afirmar que, el turista que visita el departamento del Huila, es un persona que se encuentra entre los 25 y 50 años, que se desplaza principalmente en búsqueda de turismo convencional, negocios o visita a familiares o amigos, que viaja preferiblemente con la familia o la pareja en los fines de semana o puentes festivos y que, en caso de retornar, lo hace entre una y dos veces al año.

Canales de comunicación y comercialización

Los canales a través de los cuales se realiza la comunicación y comercialización de los servicios turísticos permiten orientar una estrategia de posicionamiento del producto, ya que es a través de estos medios que el turista establece un primer acercamiento con el destino de su preferencia y la forma en que se llegue al cliente determinará, entre otras variables de elección, su disposición para desplazarse.



Medios por lo que el turista se entera del destino

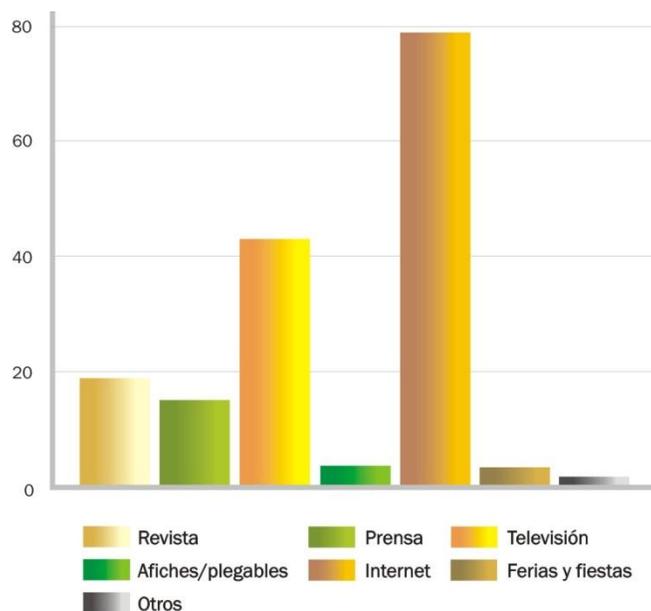
Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

La ilustración muestra que, el 51,4% de los encuestados (71 de 138 respuestas) manifiesta haberse enterado del destino por referencia de sus amigos o familiares (voz a voz), seguido de un 15,9% (22 de 138 respuestas) de los turistas que se enteran a través de internet. Las agencias de viajes (14,5%) y otros medios como información transmitida en colegios y/o universidades, igual que el lugar de trabajo (10,1%) son

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

otros dos medios importantes que sirven como fuentes de información para el turista que llega al Huila. Los métodos convencionales, periódicos, revistas o plegables, solo sirvieron de fuente de información para el 8% de las personas incluidas en la muestra. Lo anterior afirma la necesidad de generar un buen servicio orientado a la satisfacción del cliente, de tal manera que repercuta en el aumento de los referidos que llegan a los destinos.

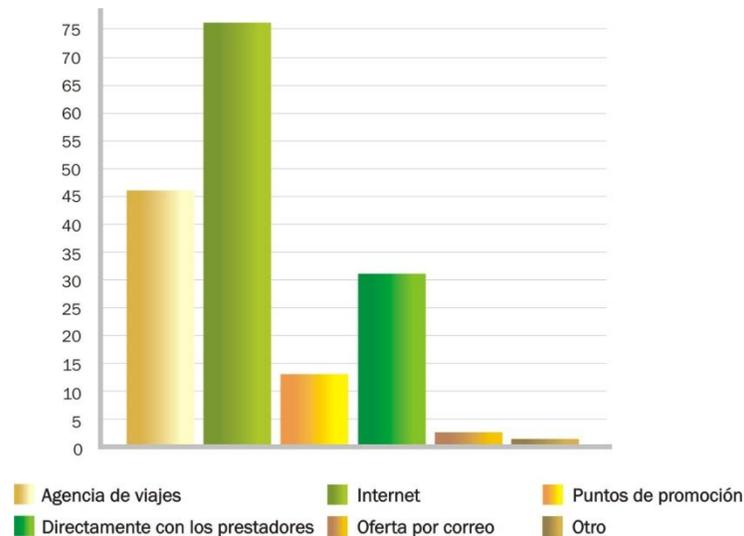


Método más efectivo para promocionar los nuevos servicios turísticos del destino según la demanda actual

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Dentro de este contexto, al preguntar al turista sobre el método más eficiente para promocionar los nuevos servicios turísticos que ofrezca el destino, se encuentra que con un 47,6% (79 de 166 respuestas), internet se convierte en la herramienta más importante para atraer una mayor demanda a los diferentes destinos del departamento. Por su parte, la televisión (26,5%) y las revistas (10,8%) serían buenas herramientas de promoción, mientras que los afiches o plegables (2,4%), prensa (9%) y las ferias y fiestas (2,4%) no permiten acceder a una gran masa de potenciales turistas interesados en explorar nuevos servicios.





Método más efectivo para comprar los servicios turísticos del destino según la demanda actual

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

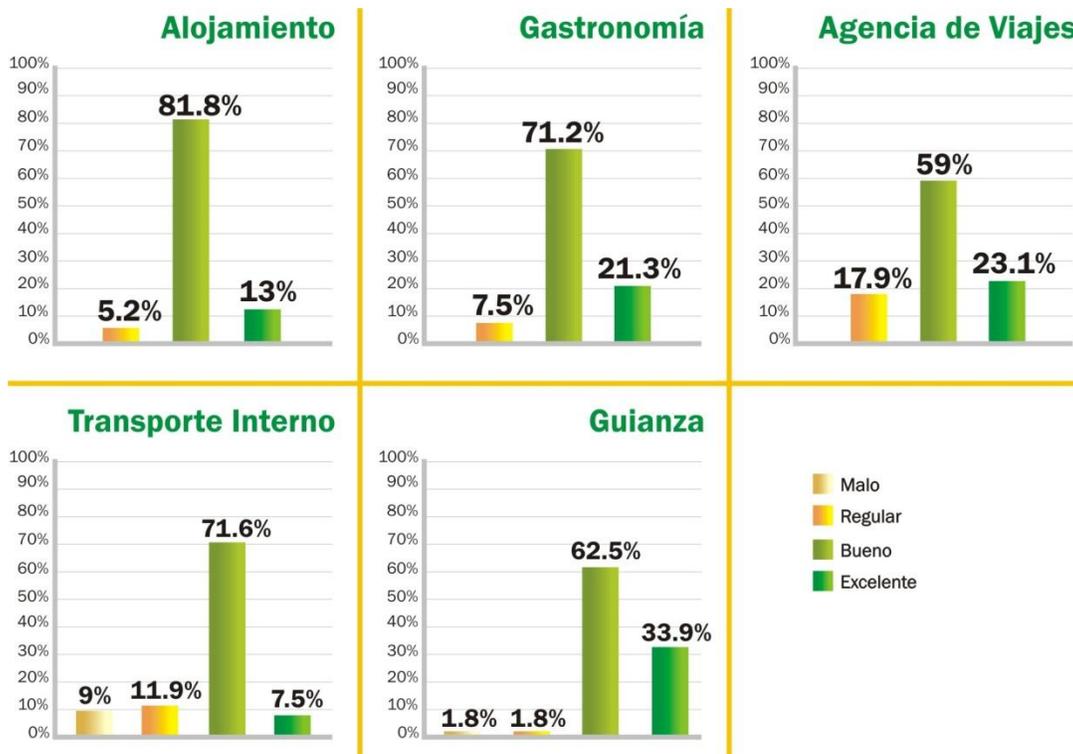
Los mecanismos que informan a los turistas actuales serían los más eficientes para comprar los servicios turísticos, se concentran en dos principalmente, el primero, el nuevo y revolucionario sistema de compra por internet con un 45% de preferencia (sobre un total de 169 respuestas) y las agencias de viaje (27,2%). Los medios menos utilizados son la compra directa con los prestadores, los puntos de promoción y ofertas por correo, con una manifestación de interesados de 18,3%, 7,7% y 1,2% respectivamente.

Uso y percepción de calidad de los servicios

Analizar el componente de mercadeo de un destino turístico implica, además de los factores de oferta, estudiar la percepción de la demanda con el objetivo de establecer mecanismos de mejora del diseño del producto. Con el fin de generar un acercamiento a la evaluación integral de calidad del producto, servicio y ambiente se preguntó a los turistas sobre la calificación asignada a cada servicio y característica del destino.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Calificación servicios y facilidades turísticas del destino

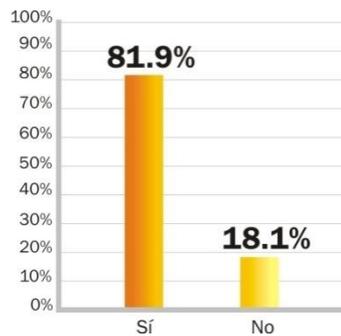
Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

La revisión de cada servicio o facilidad muestra que el servicio de alojamiento, con calificaciones de 5,2% regular, 81,8% bueno y 13% excelente (de un total de 97 respuestas), corresponde a la variable con la mayor percepción positiva para el turista actual. Otros dos aspectos bien calificados para el departamento, corresponden a los servicios relacionados con la gastronomía y las agencias de viajes. En el caso del componente de gastronomía, el 7,5% (de un total de 94 respuestas) considera una calificación regular, 71,2% como buena, y el 21,3% excelente. En cuanto a las agencias de viaje, los turistas encuestados brindan las siguientes calificaciones: 17,9% regular, 59% bueno y 23,1% excelente.

Por su parte, el servicio de guianza muestra una leve disminución de la apreciación positiva máxima en favor de un aumento leve en las calificaciones inferiores (con base en 56 respuestas). Las calificaciones para el servicio de guianza se distribuyen así: 1,8% malo, 1,8% regular, 62,5% bueno, mientras que el 33,9% considera una



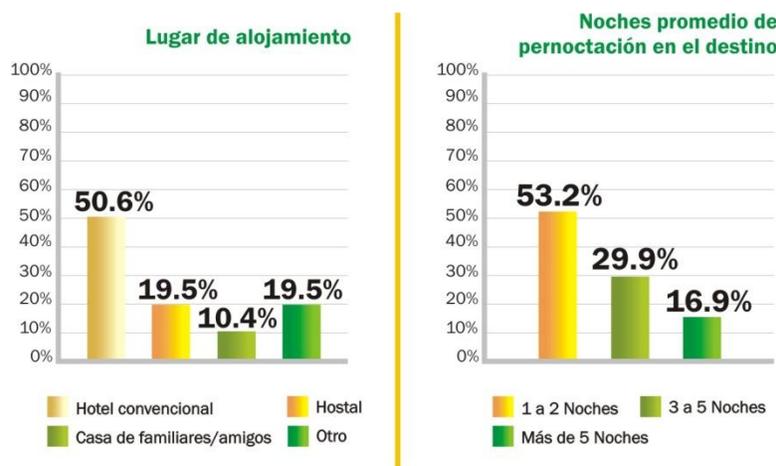
calificación de excelente. En cuanto al servicio de transporte interno, del total de 77 visitantes que responden la pregunta, el 9% califica el ítem como malo, 11,9% regular, bueno el 71,6% y excelente el 7,5%. La baja calificación de la variable, transporte, puede ser indicio de problemas en la red de infraestructura vial que permite la conexión entre los diferentes destinos del departamento, siendo un punto de especial atención para la política de desarrollo del sector.



Relación de turistas alojados en el destino

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Frente al uso del servicio de alojamiento y de acuerdo con los datos de la encuesta, el 81,2% de la muestra seleccionada, se encontraba alojada en el destino, de los cuales el 50,6% se hospedaba en hoteles convencionales, el 19,5% en hostales, otro 19,5% acampaba y el 10,4% en otros lugares como posadas, apartamentos y/o viviendas turísticas.



Lugar de alojamiento y noches promedio en el destino

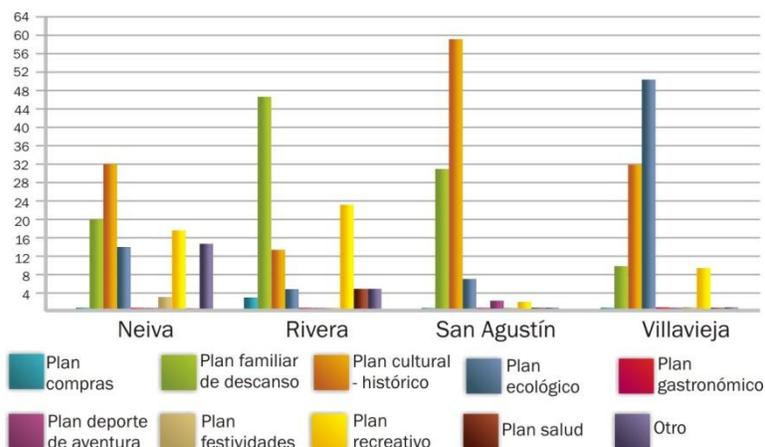
Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Ahora bien, 53,2% (de 84 encuestados) afirma alojarse en el destino entre una y dos noches, el 29,9% entre 3 y 5 noches, mientras que el restante 16,9% lo hace más de cinco noches, lo cual permite resaltar que la estadía en promedio en los destinos es relativamente corta.

Con respecto a los planes que el turista realizaba o había realizado, se muestra que los destinos analizados tienden a generar concentración de actividades sin mayor diversificación para el turista. En todos los destinos incluidos, la concentración se genera en los planes culturales, históricos, familiares de descanso y ecológico (ecoturismo), sobresale además el plan recreativo y de festividades.



Plan turístico realizado en el destino

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

En cuanto a la evaluación de las facilidades del turismo, se encuentra que, además de los planes que ofrece el destino, los visitantes de los destinos considerados en el Huila, buscaban otras actividades que no fue posibles suplir, entre ellas se destaca la búsqueda de deportes extremos y de aventura (46,7%) entre las que se subrayan: Bungee-jumping, canopy, escalada, parapente y rappel. Por su parte, el 26,7% (sobre 60 respuestas) manifiesta no encontrar actividades de esparcimiento, teniendo como no disponibles para el turista actividades relacionadas con: parques de diversiones, atracciones mecánicas, rumba y en general actividades nocturnas.



Mencione tres actividades no ofrecidas en el destino y que quisiera encontrar		
	Frecuencia	Porcentaje
Culturales	2	3,3%
Deportes extremos y de aventura	28	46,7%
Deportivas y recreativas	9	15,0%
Ecoturismo	2	3,3%
Esparcimiento	16	26,7%
Gastronómicas	3	5,0%
Total	60	100%

Actividades no ofrecidas en el destino que el turista quisiera encontrar

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Otras actividades no encontradas son: actividades deportivas y recreativas (piscinas, caballos y bicicletas) con el 15%, gastronómicas (5%), culturales (3,3%) y, ecoturísticas (3,3%).

Al preguntar a los turistas sobre los servicios complementarios no encontrados en el destino, la encuesta informa que los sitios carecen principalmente de servicios relacionados con el esparcimiento (piscina, bares, recorridos por la ciudad y spa) con el 26,3%, servicios bancarios y casas de cambio (19,3%), alquiler de vehículos y bicicletas (17,5%), servicio de baños (8,8%), servicios gastronómicos (3,5%), guía (3,5%), información y señalización (3,5%) y servicios especiales para personas discapacitadas (3,5%).

¿Qué servicios complementarios le hubiera gustado encontrar en el destino y no encontró?		
	Frecuencia	Porcentaje
Alquiler de vehículos y bicicleta	10	17,5%
Servicios bancarios y casas de cambio	11	19,3%
Baños	5	8,8%
Comunicaciones	8	14,0%
Esparcimiento	15	26,3%
Gastronomía	2	3,5%

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

¿Qué servicios complementarios le hubiera gustado encontrar en el destino y no encontró?		
Guía	2	3,5%
Información	2	3,5%
Servicios para discapacitados	2	3,5%
Total	57	100%

Otros servicios complementarios no encontrados en el destino

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Por otro lado, con el fin de obtener la percepción general del visitante, se le solicitó a cada encuestado evaluar las características del destino en un rango de 1 a 5, siendo 5 la máxima calificación, los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Calificación media de las características del destino				
	Neiva	San Agustín	Rivera	Villavieja
Seguridad	4,2	4,3	3,8	4,5
Aseo	3,2	3,6	3,8	4,1
Accesibilidad al destino	3,9	3,8	3,2	4
Vías de transporte y movilidad	3,4	3,1	3,1	3,8
Uso de espacio público	3,5	3,3	3,2	4
Puntos de información y señalización	2,3	2,8	2,2	3
Cuidado al patrimonio cultural, natural e histórico	4,4	4,8	3,7	4,2
Niveles de contaminación del destino	3,6	4,1	3,3	4,3
Calidad de las actividades ofrecidas en el destino	3,8	4,2	4,2	3,7
Actitud y amabilidad del residente frente al turista	4,5	4,3	4,4	4,4
Servicios médicos y centro de salud	4	3	3,2	2,5
Facilidades bancarias (cajeros, cambio de divisa)	4,4	3,5	2,3	2,8
Facilidades de pago (tarjetas y divisas)	3,6	2,1	2,4	2,7
Media	3,8	3,6	3,3	3,7

Calificación media de las características del destino

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual



1. **Rivera** es el municipio con menor calificación dentro de los 4 destinos estudiados en el Huila, con un promedio de 3,3 sobre 5. La falta de puntos de información y de señalización del destino, las pocas facilidades bancarias y de pago, el mal estado de vías de transporte, la movilidad y la dificultad para el acceso al destino, son las variables con la menor valoración, mientras que la actitud y amabilidad de los residentes con los turistas, la calidad de las actividades ofrecidas, el aseo del municipio, la seguridad y el cuidado al patrimonio cultural, natural e histórico, son los elementos mejor calificados.
2. **San Agustín** reporta una calificación promedio de 3,6 sobre 5, donde las facilidades de pago (tarjetas y divisas), la falta de puntos de información y señalización del destino, los servicios médicos y centros de salud, las vías de transporte y movilidad y el uso del espacio público, son las variables con la menor nota para los turistas actuales. Por su parte, los visitantes reconocen y dan buena calificación al buen cuidado al patrimonio cultural, natural e histórico, a la actitud y amabilidad de los residentes frente a los turistas, la seguridad, la calidad de las actividades ofrecidas y los bajos niveles de contaminación.
3. El municipio de **Villavieja** fue calificado con una nota de 3,7 sobre 5, siendo sus mayores debilidades, la falta de servicios médicos, falta de facilidades de pago y falta de establecimientos bancarios, ausencia de puntos de información y señalización y baja calidad en las actividades ofrecidas, mientras que sus mayores fortalezas se encuentran en la actitud y amabilidad de los residentes frente al turista, los bajos niveles de contaminación, el cuidado al patrimonio cultural, natural e histórico, el aseo del municipio y la accesibilidad al destino.
4. **Neiva**, dentro del análisis de los 4 destinos, corresponde al mejor calificado, con una nota de 3.8 sobre 5. De acuerdo con la encuesta de demanda actual, los principales problemas del destino son, la falta de puntos de información y señalización, desaseo de la ciudad, mal estado de las vías de transporte, mal uso del espacio público y las pocas facilidades de pago. Por su parte, la actitud y amabilidad del residente frente al turista, el cuidado del patrimonio cultural, natural e histórico, las facilidades bancarias, la seguridad y los servicios médicos y centros de salud son los aspectos mejor evaluados para la capital del departamento.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Problemas identificados en los destinos del Huila

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

De manera general, de acuerdo con la evaluación obtenida de los turistas actuales, el Departamento posee problemas generales relacionados con la no existencia de facilidades bancarias y de pago, falta de puntos de información y señalización, desaseo de los destinos, altos niveles de contaminación, mal uso del espacio público, mal estado de las vías y dificultades en la movilidad, siendo elementos fundamentales que deben ser considerados dentro de los planes de mejoramiento, que permita responder a las necesidades frente al aumento en el flujo de turistas, que en caso de no ser corregidos pueden convertirse en obstáculos para el desarrollo del turismo y por ende en una disminución de la competitividad turística del departamento.

Percepción del destino y nivel de precios

Con el fin de puntualizar la percepción que el turista tiene sobre el destino, a los encuestados se les preguntó si estarían dispuestos a regresar, el 91% respondió de forma afirmativa, mientras que 9 personas, 4 en San Agustín, 2 en Neiva, 2 en Rivera y 1 en Villavieja, afirmaron no estar interesados en volver al destino. El interés por conocer otros sitios, las condiciones naturales del destino, el alto costo, las dificultades para el acceso de las personas discapacitadas y lejana ubicación del destino, son los motivos por los cuales no regresarían. Frente al motivo por el cual regresaría, los resultados se muestran en la siguiente tabla, siendo el ambiente del



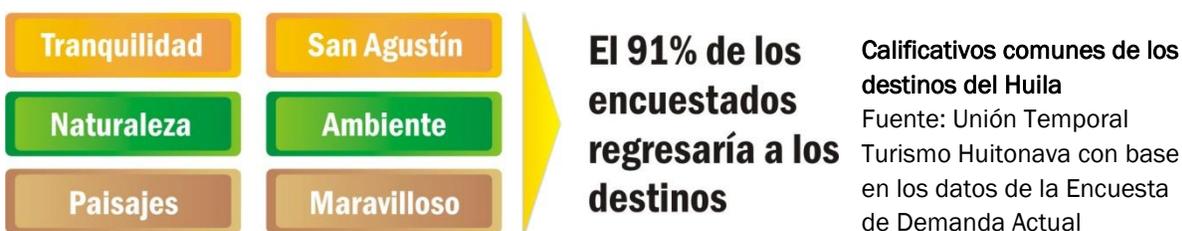
lugar (agradable, distinto, interesante, etc.) el motivo más recurrente (68,3%), seguido de la naturaleza (9,8%), los atractivos de los destinos (9,8%), regresar con la familia (8,5%), los negocios que se pueden desarrollar (2,4%) y el clima (1,2%).

¿Por qué estaría dispuesto a regresar?		
	Frecuencia	Porcentaje
Ambiente	56	68,3%
Naturaleza	8	9,8%
Atractivos	8	9,8%
Familia	7	8,5%
Negocios	2	2,4%
Clima	1	1,2%
Total	82	100%

Motivo por el cual estaría dispuesto a regresar al destino

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Dentro del análisis del motivo por el cual regresaría al destino, se encuentran de forma recurrente los siguientes calificativos:



Ahora bien, buscando determinar los elementos de asociación positiva y negativa para cada uno de los destinos, se les solicitó a los encuestados, palabras de asociación positiva y negativa relacionadas con el sitio donde desarrollaban la actividad turística, de lo cual se obtienen lo siguiente:

1. Los principales problemas de **Neiva**, percibidos por los turistas, corresponden a dificultades relacionadas con el desaseo de la ciudad (14,71%), el mal ambiente percibido (actitud de las personas) con el 14,71%, el mal estado de las vías y problemas de movilidad (14,71%), el alto costo de los servicios ofrecidos (11,76%), la

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

mala atención (resaltan los turistas la mala atención por parte de los taxistas) con 11,76%, el clima (8,82%), la contaminación (8,82%), la inseguridad (8,82%), el desorden de la ciudad (2,94%) y la falta de información (2,94%), mientras que entre los aspectos positivos más resaltados por los turistas se encuentran: el buen ambiente (64,10%), la naturaleza (20,51%), los aspectos culturales de la ciudad (7,69%), la historia (5,13%) y los negocios que se pueden desarrollar (2,56%). Cultura -los negocios (10,71%), los atractivos del destino (3,57%) y los aspectos relacionados con la historia y cultura de la ciudad (3,57%)-. Para el caso de Neiva, es interesante notar que, el ambiente percibido por el turista, es juzgado como positivo por el 64,10% (sobre 39 respuestas) de los encuestados, pero a la vez es visto como negativo por el 14,74% (sobre 34 respuestas).

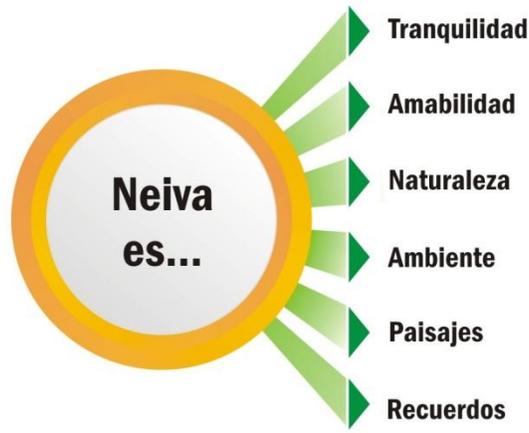
ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL DESTINO: NEIVA					
Positivo	Frecuencia	Porcentaje	Negativo	Frecuencia	Porcentaje
Buen ambiente	25	64,10%	Clima	3	8,82%
Naturaleza	8	20,51%	Contaminación	3	8,82%
Cultural	3	7,69%	Costoso	4	11,76%
Historia	2	5,13%	Desaseo	5	14,71%
Negocios	1	2,56%	Desordenado	1	2,94%
Total	39	100%	Falta de información	1	2,94%
			Inseguridad	3	8,82%
			Mal ambiente	5	14,71%
			Mala atención	4	11,76%
			Vías y movilidad	5	14,71%
			Total	34	100%

Aspectos de asociación positiva y negativa para Neiva

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual



Las principales palabras positivas con las que los turistas definen a Neiva son:



Palabras de asociación positiva del destino Neiva

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Las principales palabras negativas con las que los turistas definen a Neiva son:



Palabras de asociación negativa del destino Neiva

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

2. Rivera, muestra problemas relacionados con transporte y movilidad (mal estado de las vías de acceso) con el 33,33%, mala atención (tanto de los taxistas como de los hoteles) con el 27,78%, mal ambiente percibido (actitud de las personas) con el 11,11%, la localización (5,56%), la falta de información y señalización (5,56%), el desorden del municipio (5,56%), el desaseo (5,56%), y la contaminación (5,56%). Los aspectos positivos de Rivera, resaltados por los turistas, son su buen ambiente (64,0%), la naturaleza (28,0%), la gastronomía (4,0%) y las actividades de esparcimiento que allí se encuentran (4,0%).

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL DESTINO: RIVERA					
Positivo	Frecuencia	Porcentaje	Negativo	Frecuencia	Porcentaje
Buen ambiente	16	64,00%	Contaminación	1	5,56%
Naturaleza	7	28,00%	Desaseo	1	5,56%
Gastronomía	1	4,00%	Desordenado	1	5,56%
Esparcimiento	1	4,00%	Falta de información	1	5,56%
Total	25	100%	Lejos	1	5,56%
			Mal ambiente	2	11,11%
			Mala atención	5	27,78%
			Vías y movilidad	6	33,33%
			Total	18	100%

Aspectos de asociación positiva y negativa para Rivera

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Las principales palabras positivas con las que los turistas definen a Rivera son:

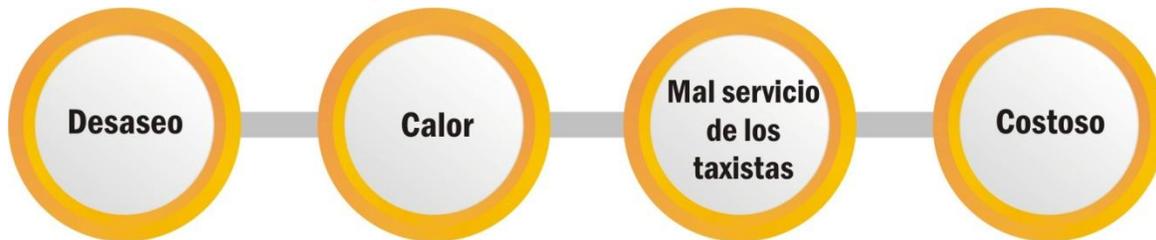


Palabras de asociación positiva del destino la Rivera

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual



Las principales palabras negativas con las que los turistas califican a Rivera son:



Palabras de asociación negativa del destino la Rivera

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

3. Los puntos fuertes de **San Agustín** son, según los turistas encuestados: El buen ambiente percibido en el lugar (44,44%), la historia del lugar (18,18%), la cultura (16,16%), la naturaleza (14,14%), el clima (4,04%), la arqueología (2,02%), y los atractivos del destino (1,01%). Por su parte, los turistas resaltan como negativo: El desorden del municipio (23,05%), la falta de puntos de información y señalización (20,0%), el desaseo (12,31%), el acoso de los vendedores (9,23%), el hecho de encontrarse muy lejos de otras ciudades (9,23%), el mal ambiente (actitud de las personas) con el 9,23%, el mal estado de las vías de acceso (7,69%), el alto costo de los servicios ofrecidos (4,62%), la contaminación (3,08%) y la inseguridad (1,54%).

ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL DESTINO: SAN AGUSTÍN					
Positivo	Frecuencia	Porcentaje	Negativo	Frecuencia	Porcentaje
Buen ambiente	44	44,44%	Acoso de los vendedores	6	9,23%
Historia	18	18,18%	Contaminación	2	3,08%
Cultural	16	16,16%	Costoso	3	4,62%
Naturaleza	14	14,14%	Desaseo	8	12,31%
Clima	4	4,04%	Desordenado	15	23,08%
Arqueología	2	2,02%	Falta de información	13	20,00%
Atractivos	1	1,01%	Inseguridad	1	1,54%
Total	99	100%	Lejos	6	9,23%
			Mal ambiente	6	9,23%
			Vías y movilidad	5	7,69%
			Total	65	100%

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

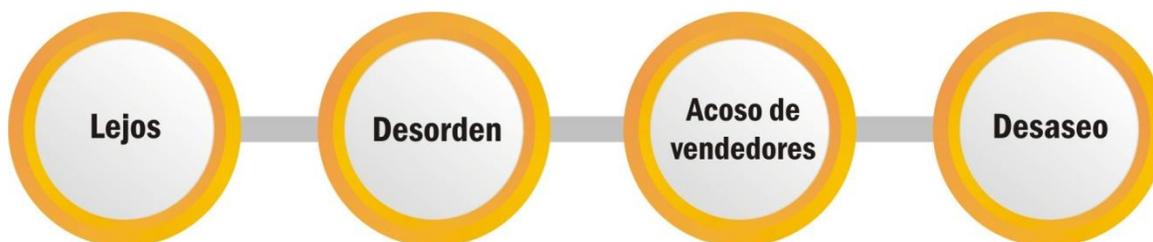
Las principales palabras positivas con las que los turistas definen a San Agustín son:



Palabras de asociación positiva del destino San Agustín

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Las principales palabras negativas con las que los turistas califican a San Agustín son:



Palabras de asociación negativa del destino San Agustín

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

4. Villavieja, es asociado de forma positiva con el ambiente percibido en el destino por parte del turista (64,52%), además de la naturaleza (29,03%), la cultura (3,23%) y el clima (3,23%), mientras que los aspectos negativos, según los turistas, están en los problemas de la mala atención (18,18%), el clima (18,18%), el alto costo de los servicios (18,18%), el desaseo del destino (18,18%) y el mal estado de las vías de acceso (18,18%).



ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL DESTINO: VILLAVIEJA					
Positivo	Frecuencia	Porcentaje	Negativo	Frecuencia	Porcentaje
Buen ambiente	20	64,52%	Clima	2	18,18%
Naturaleza	9	29,03%	Costoso	2	18,18%
Cultural	1	3,23%	Desaseo	2	18,18%
Clima	1	3,23%	Mala atención	3	27,27%
Total	31	100%	Vías y movilidad	2	18,18%
			Total	11	100%

Aspectos de asociación positiva y negativa para Villavieja

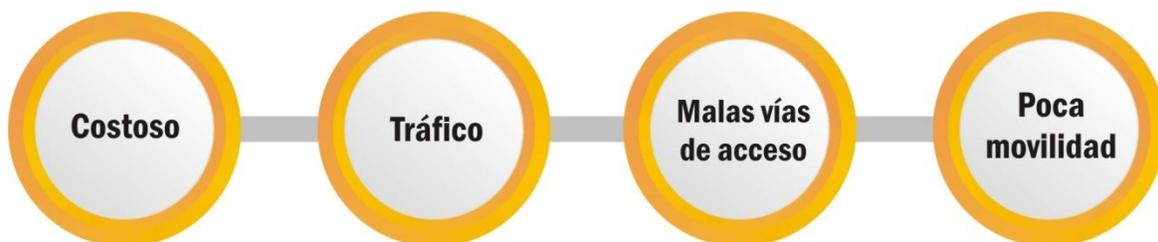
Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Las principales palabras positivas con las que los turistas definen a Villavieja son:



Palabras de asociación positiva del destino Villavieja

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual



Palabras de asociación negativa del destino Villavieja

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

A cada turista se le solicitó mencionar tres atractivos turísticos del destino y una calificación de 1 a 5 para cada uno de ellos. En tal sentido, a continuación se muestran los cinco atractivos mencionados con mayor frecuencia para cada destino y su calificación media entre paréntesis. Se resalta que las impresiones de ubicación geográfica son trasladadas de forma intencional, para reflejar las respuestas de la misma manera que se registró al interrogar al turista, en tal sentido, los errores de ubicación de los destinos se deben principalmente a que los turistas no reconocen la ubicación de los mismos.

En cuanto a los destinos de mayor popularidad entre los visitantes, encontramos que para Neiva, los encuestados reconocen y califican los siguientes atractivos: San Agustín (4,0), Rivera (3,3), Los Termales (3,3), el Desierto de la Tatacoa (3,3) y el Parque Arqueológico (3,5).



Principales atractivos evaluados desde Neiva

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Para el caso del municipio de Rivera, los turistas identifican y califican los siguientes atractivos: Termales (3,2), San Agustín (4,0), Desierto de La Tatacoa (4,0), Yaguará (2,0) y el Parque Arqueológico (4,0).





Principales atractivos evaluados desde Rivera

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Por su parte, para el municipio de San Agustín, el Parque Arqueológico, la Chaquira, el anillo turístico, el Estrecho y los tres chorros, son los atractivos identificados por los turistas, con calificaciones promedio de 3,7; 4,0; 3,6; 3,5 y 4,0 respectivamente.



Principales atractivos evaluados desde San Agustín

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

En Villavieja, los visitantes identifican y califican, los siguientes atractivos: Observatorio Astronómico (3,2), el desierto de la Tatacoa (3,8), Termales (3,5), Cusco (3,3) y, Los hoyos (3,5).



Principales atractivos evaluados desde Villavieja

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

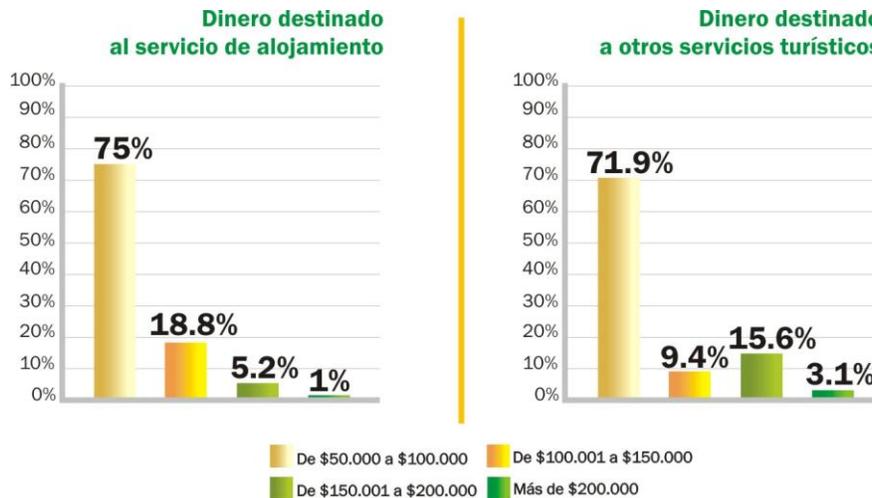
Nivel de precios

Finalmente, al considerar la variable precios, como un determinante fundamental de la demanda, se encontró que la mayor proporción de las personas encuestadas, está en disposición de asumir un precio entre \$50.000 COP y \$100.000 COP (75%) por el servicio de alojamiento por noche y por persona, mientras que otro 18,8% pagaría entre \$100.001 COP y \$150.000 COP, y el restante 6,2% pagaría más de \$150.001 COP.

En cuanto a la disposición de pagar por otros servicios turísticos, por día y por persona, (tales como gastronomía, transporte, tours, etc.), el 71,9% pagaría entre \$50.000 COP y \$100.000 COP, el 9,4% entre \$100.001 COP y \$150.000 COP, el 15,6 % entre \$150.001 COP y \$200.000 COP, mientras que un 3,1% pagaría más de \$200.000 COP.

El cambio en la disposición a pagar entre los dos grupos analizados, corresponde a la valoración que el turista da a los servicios incluidos, además de las distancias que se deben recorrer en el caso de que los destinos disten considerablemente de la ciudad emisora.

En cualquiera de los casos, la menor proporción de los encuestados están dispuestos a asumir un precio superior a los \$200.000 COP, coherente con un nivel de ingresos promedio de la población que no permite el aumento del gasto de forma considerable.



Dinero destinado para el servicio de alojamiento y otros servicios turísticos

Fuente: Unión Temporal Huitonava con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

1.4.1.2. Análisis de la demanda potencial

A continuación se presenta un análisis descriptivo de la demanda potencial por servicios turísticos, en la cual se enmarca la conducta de los consumidores de las cinco principales ciudades emisoras de turismo (Bogotá, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Cali). Los descriptivos aquí presentados permiten delinear un perfil de dicho turista potencial, desde una perspectiva de preferencias actuales y de capacidad de pago.

Diseño de la muestra

Conocer los determinantes de la demanda por servicios turísticos, permite articular planes de desarrollo coherentes con los gustos y expectativas de los turistas, quienes impulsados por una oferta organizada y una infraestructura adecuada, coadyuvan con el desarrollo de las regiones, una vez se entiende al turismo, como una serie de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

distintos a los de su entorno habitual, articulando un desarrollo económico bajo la cadena de valor de la actividad que la prestación de estos servicios genera.

Con el fin de conocer el perfil del turista de las principales ciudades emisoras (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga), se desarrolló e implementó una encuesta que se divide en 3 secciones, permite describir las condiciones socioeconómicas del consumidor turístico, las preferencias hacia los diferentes destinos nacionales, predilección de medios de información, comunicación y de compras, además de analizar la potencialidad tanto del consumidor como del destino, donde el primero se relaciona de manera directa con la capacidad de pago, mientras que el segundo se afecta con la percepción que tenga el turista de los atractivos que se encuentran en el lugar.

El diseño muestral se realizó bajo el método aleatorio simple (MAS), con una muestra total de 1050 encuestas distribuidas de la siguiente forma:

	Muestra	Error muestral*
Medellín	223	7%
Bogotá	237	6%
Cali	219	7%
Barranquilla	186	7%
Bucaramanga	185	7%
	1.050	3%

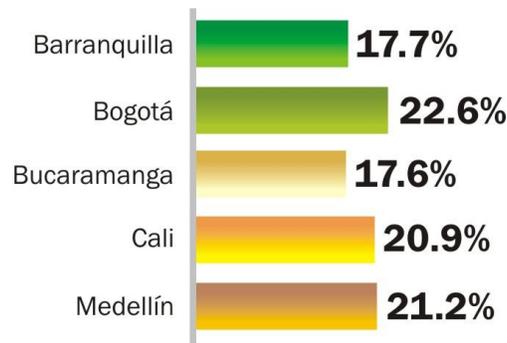
* Error muestral para la estimación de proporciones, en MAS, con un 95% de confiabilidad, asumiendo $p=0.5$.

** Las conclusiones solo son aplicables para la muestra y no pueden ser generalizadas para la población de referencia.

Diseño muestral encuesta demanda potencial

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA





Encuestas aplicadas por ciudad

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta de demanda potencial

La recolección de la información se realizó bajo el método de encuestas telefónicas, donde los participantes fueron seleccionados al azar de la base telefónica de cada ciudad. En caso que la persona seleccionada no estuviera en disposición de participar se realizaba un reemplazo con otra persona de la base, también seleccionada al azar.

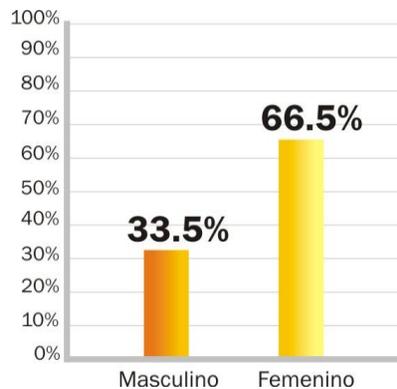
Perfil de la demanda potencial

El perfil de la demanda permite identificar, la existencia de consumidores potenciales de los servicios turísticos ofrecidos en cada uno de los departamentos, además de revelar las variables de preferencia determinantes en la decisión de consumo. Estas variables deberían ser un insumo fundamental para el delineamiento de políticas del sector turismo, que enmarcadas en un horizonte temporal de corto y mediano plazo, respondan a las expectativas y necesidades del mercado. En tal sentido en este primer inciso, se describirán las condiciones socio económicas de la muestra analizada, donde se identifican los elementos comunes de las poblaciones en referencia.

De acuerdo con los datos de la encuesta de demanda potencial, el 66,5% de los encuestados corresponde a mujeres mientras que el restante 33,5% corresponde a hombres, siendo evidente la participación del género femenino puesto que en su mayoría, las personas que se encuentran en la casa, en horarios diferentes a los laborales, corresponden a mujeres, además de pertenecer al grupo de la población con mayor disposición a participar dentro del estudio.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

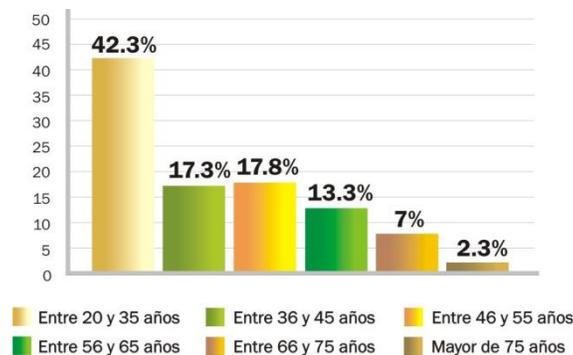


Distribución de encuestas por género

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta de demanda potencial

Por su parte, la variable edad informa que la mayor proporción de personas está entre los 20 y 35 años (42,3%), mientras que las personas entre 46 y 55 años representan el 17,8%.

El grupo con menor participación corresponde al rango de edad superior a los 75 años, seguido del grupo que se encuentra entre los 66 y 75 años, con un 2,3% y 7% respectivamente.



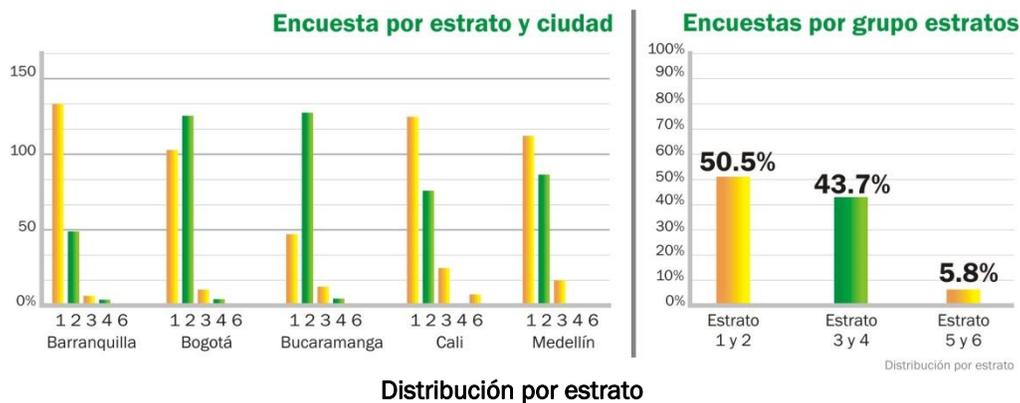
Distribución de encuestas por rango de edad

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta de demanda potencial

Respecto a la variable: estrato socioeconómico, la mayor participación de los encuestados está en los estratos 1 y 2 (50,5%), mientras que los estratos 3 y 4 representan el 43,7 los estratos 5 y 6 representan el 5,8% dentro del total de la



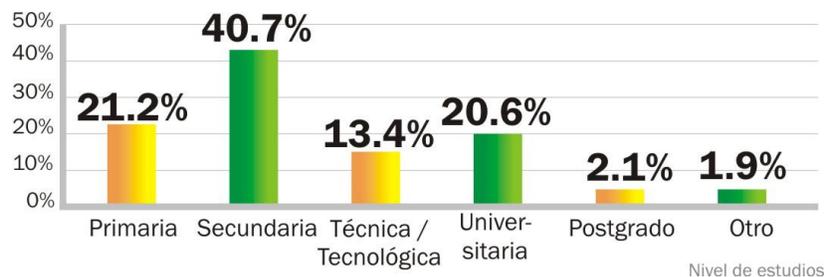
muestra. En las ciudades de Barranquilla, Cali y Medellín, el estrato 1 representa la mayor proporción, mientras que para las ciudades de Bogotá y Bucaramanga, el estrato 2 supera a los demás grupos. Cabe resaltar que la muestra se diseñó de forma aleatoria y que la baja participación de los estratos altos, corresponde a la negativa manifiesta por parte del grupo a responder la encuesta.



Distribución por estrato

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta de demanda potencial.

Ahora bien, al consultar sobre el último nivel de estudios aprobados, el 40,7% afirma haber culminado el ciclo secundario, seguido del 21,2% que ha alcanzado únicamente su formación en primaria. En el rango de estudios superiores, el 20,6% de los encuestados posee un título en formación universitaria, el 13,4% posee un nivel técnico o tecnológico, mientras que el 2,1% posee un nivel de posgrado (especialización, maestría o doctorado), mientras que el 1,9% afirma no tener ningún nivel de estudios.



Nivel de estudios

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta de demanda potencial

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

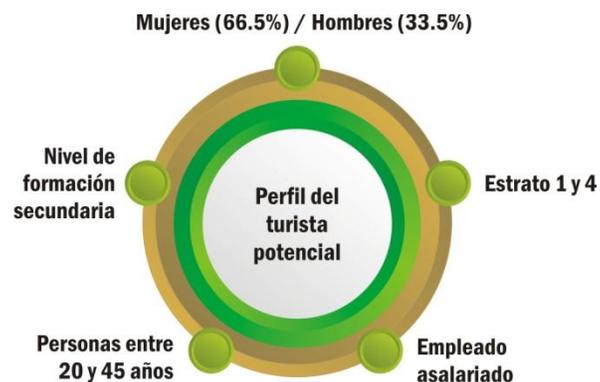
Por último se encuentra que el 31,7% de los encuestados corresponde a personas empleadas de forma asalariada, mientras que el 27,8% son amas de casa (lo cual explica el sesgo de la variable género, puesto que corresponde al grupo de la población más fácil de ubicar en los hogares). Los empleados independientes representan el 19,2% de la muestra, seguido de los estudiantes con un 8,3%, mientras que los desempleados agrupan el 5,8% y otros (especialmente pensionados) el 7,2%.



Ocupación del encuestado

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta de demanda potencial

De forma general, puede afirmarse a la luz de la encuesta aplicada, que el perfil de demanda de las 5 ciudades principales, corresponde a personas entre los 20 y 35 años, con un nivel de estudios secundarios, empleados de forma asalariada, cuyas viviendas se ubican principalmente en los estratos 1 a 4.



Perfil general del turista potencial

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta de demanda potencial



Nivel de preferencias de la demanda potencial

La encuesta de demanda potencial revela que, de un total de 2.690 respuestas, el 57,4% del turismo actual de las 5 principales ciudades emisoras de turismo (Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Barranquilla y Cali), el 57,4% (1453 respuestas) se concentran en 8 destinos así: Cartagena agrupa el 26,1% (sobre las 1453 respuestas), Santa Marta el 25,9%, Bogotá el 12,6%, Medellín el 10,1%, San Andrés representa un 9,6%, mientras que el Eje Cafetero, Barranquilla y Cali son preferidas por el 6,1%, 5,0% y 4,5% de los encuestados, respectivamente.



Destinos con mayor demanda potencial

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta de demanda potencial

En tal sentido se puede afirmar que, los destinos de sol y playa concentran la mayor parte del turismo, mientras que las dos grandes capitales (Bogotá y Medellín) aglutinan el 22,7% del turismo.

Ahora bien, al indagar por las fechas en las que los encuestados prefieren salir de vacaciones, se encuentra que, el 45,7% prefiere hacerlo al final del año (diciembre a enero), mientras que el 24,8% elige los meses de mediados de año (junio a julio). El 18,2% prefiere otras fechas, entre las que sobresalen los periodos de temporada baja, mientras que un 8,6% opta por visitar otros destinos en el periodo de Semana Santa y un 2,6% en días de puentes festivos.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

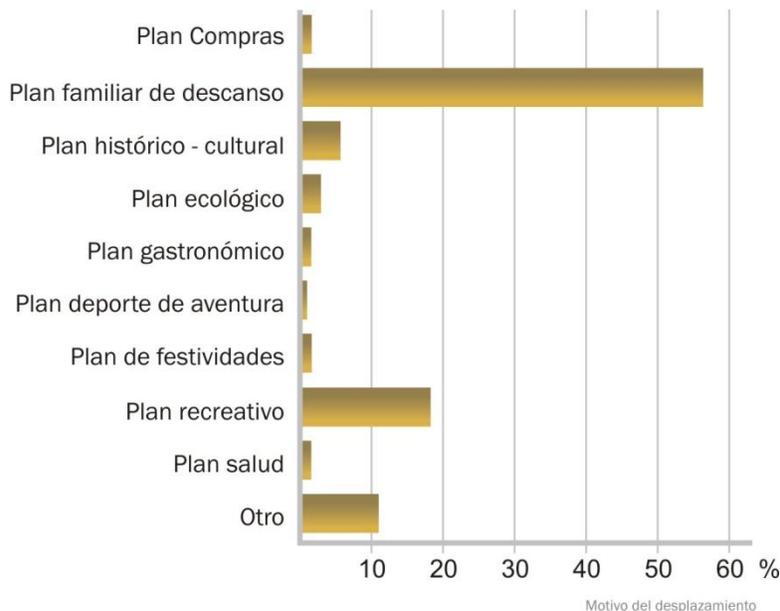


Épocas del año en que prefieren salir de vacaciones

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial

En cuanto al motivo que lleva a que los turistas encuestados se desplacen a los destinos de sus preferencias, se encuentra que el 53,3% (sobre una base de 1.381 respuestas) prefiere salir de vacaciones en búsqueda de un lugar de descanso con la familia, mientras que el 18,1% lo hace en búsqueda de actividades recreativas.

El restante 28,6% del turismo actual se concentra en las demás actividades listadas en la gráfica, siendo los planes gastronómicos, deporte de aventura y festividades, los motivos que menos impulsan la demanda real, de acuerdo con las respuestas de los encuestados.

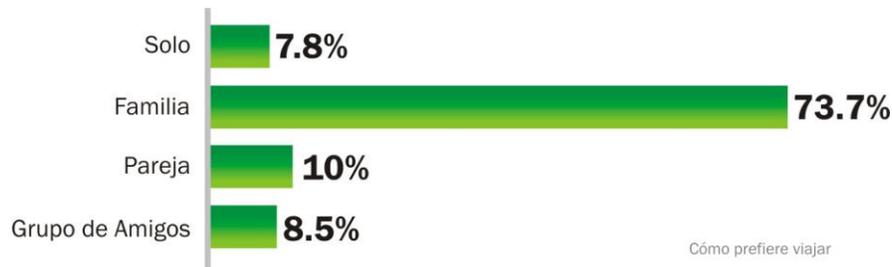


Motivo del desplazamiento

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial



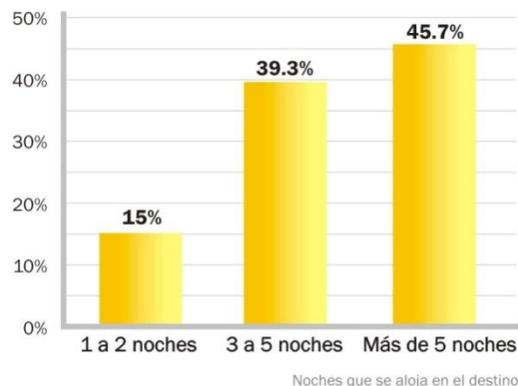
Siendo el motivo familiar el que conlleva a que los colombianos encuestados se desplacen a los destinos de su preferencia, se evidencia que al momento de viajar, prefieren hacerlo en compañía de su familia (73,7%), mientras que el 10% lo hace con su pareja, el 8,5% con su grupo de amigos, mientras que el 7,6% prefiere viajar solo.



Cómo prefiere viajar

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial

Por su parte, los colombianos encuestados manifiestan alojarse varios días en los destinos de su preferencia, siendo más de 5 noches el periodo más frecuente (45,7%), mientras que el 39,2% se aloja entre 3 y 5 noches y únicamente el 15% pernocta en el destino entre 1 y 2 noches.



Noches que se aloja en el destino

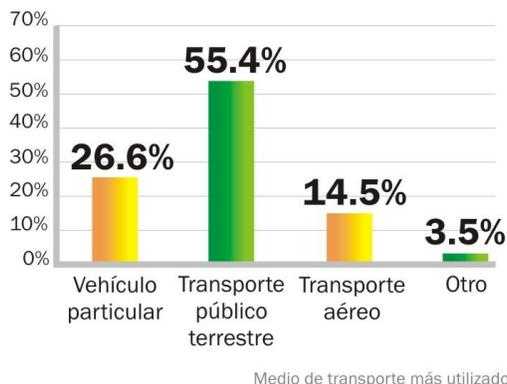
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial

A su vez, las familias colombianas encuestadas eligen realizar sus viajes utilizando principalmente el transporte público terrestre (55,4%) y vehículo particular (26,6%). Apenas el 14,5% de los encuestados se moviliza a través del transporte aéreo y el

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

3,5% lo hace por otros medios, entre los que se incluyen los expresos organizados por un prestador, como lo son las cooperativas y las cajas de compensación.



Medio de transporte más utilizado

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial

Puede concluirse a partir de los datos de la encuesta que en términos de la utilización de los servicios de transporte, la demanda de medios terrestres es considerablemente superior a los demás medios considerados, donde si bien es cierto que la participación del transporte aéreo es relativamente alta, su demanda aún es muy baja. Una hipótesis que puede apoyar lo anterior, tiene que ver con los altos precios de los servicios, que aplicado a la ley de la demanda, conduce a una disminución de la cantidad de la misma, generando un desplazamiento positivo en la curva de demanda de los medios que le son complementarios, como el transporte terrestre (público y particular).



Preferencias del turista potencial

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial



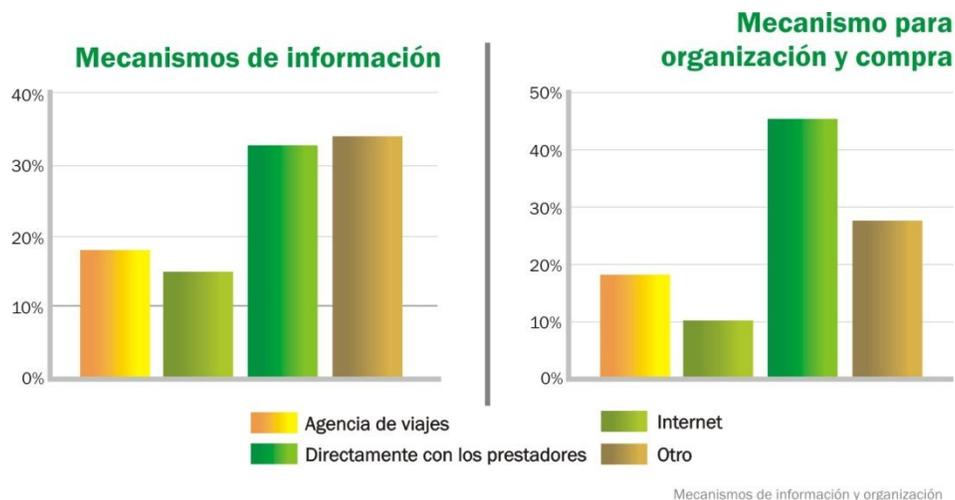
Por consiguiente, puede afirmarse, dentro del perfil del turista potencial que, los colombianos encuestados prefieren destinos en los cuales puedan realizar actividades relacionadas con el turismo de sol y playa, acompañados principalmente de sus familias o pareja. En cuanto a las fechas o periodos, es evidente una fuerte tendencia a viajar durante las vacaciones, demandando principalmente el medio de transporte público terrestre o utilizando el vehículo particular.

Mecanismos de información y comercialización

En cuanto a los mecanismos de información y comunicación más utilizados por la muestra seleccionada, se encontró que la mayor proporción se informa, organiza y realiza su compra directamente con los prestadores, mientras que internet, uno de los medios de información de mayor crecimiento en la última década, evidencia una desconfianza por parte del consumidor al momento de realizar su compra. En tal sentido, el 14,9% de las personas encuestadas afirman informarse a través de internet para tomar la decisión de viaje, solo el 9,9% realiza la organización y compra por este medio. Por su parte, se resalta la utilización de otros mecanismos para la información y la compra, correspondiendo al 33,5% y 27,2% respectivamente, entre los que se destacan la información a través de terceros (por lo general familiares y amigos que ya han visitado el destino), cajas de compensación y cooperativas. En cuanto a la planificación de los viajes y correspondiendo con la proporción de encuestados que realizan los recorridos en vehículo particular, la familias prefieren realizar la organización por cuenta propia, sin la asesoría o intervención de los mecanismos tradicionales como las agencias de viaje, las cuales son utilizadas en mayor proporción como mecanismo de información (18,2%) y no de organización y compra (17,6%).

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



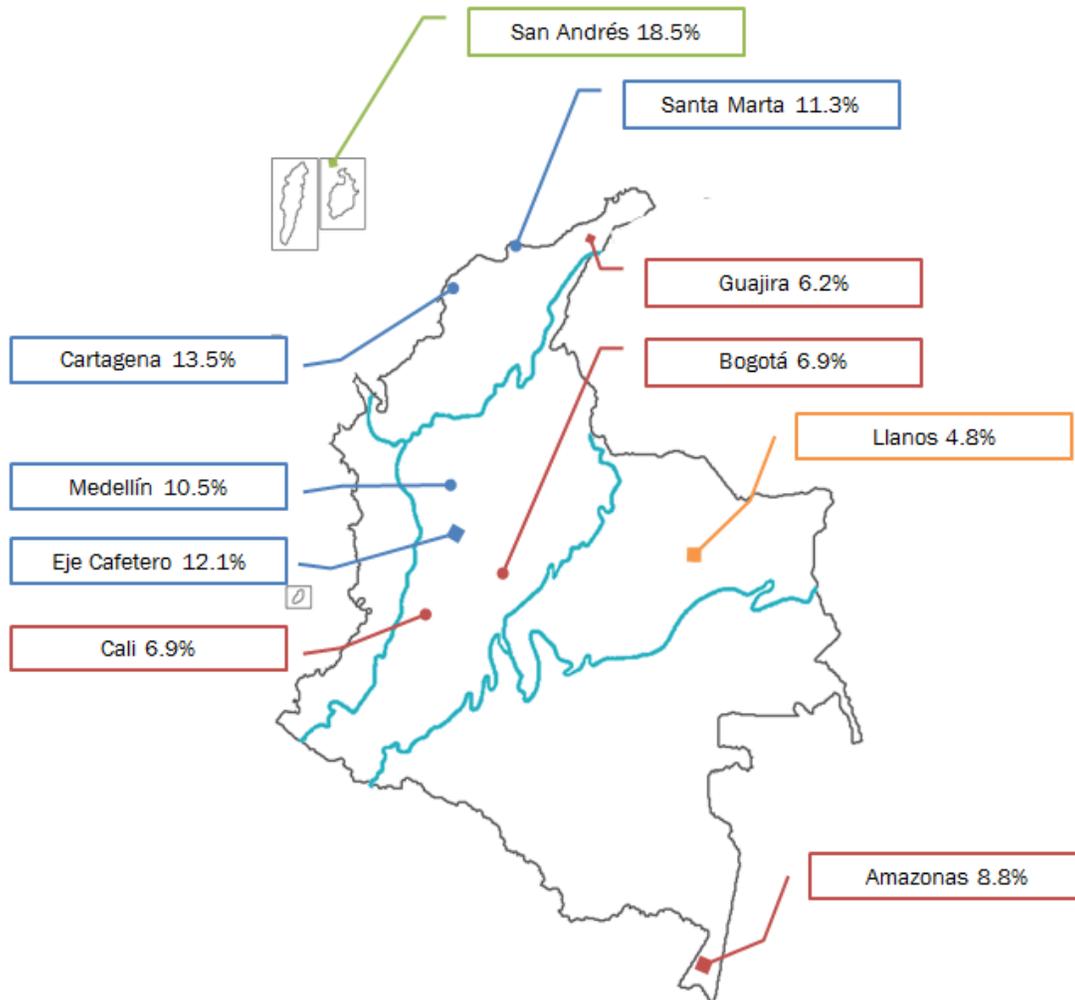
Mecanismos de información y organización

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial

Potencialidad de los destinos

Al indagar a las personas incluidas en la muestra, residentes en las 5 ciudades de referencia (Bogotá, Medellín Barranquilla, Bucaramanga y Cali) sobre los destinos que desearían conocer en los siguientes 5 años, se encontró que el 18,5% (sobre una base de respuestas de 1.774) desea visitar San Andrés, el 13,9% Cartagena, 12,1% el Eje cafetero. Continuando en el orden de preferencias se encuentra a Santa Marta con un 11,3% seguido de Medellín con 10,5%, el destino Amazonas es seleccionado por el 8,8% de los encuestados, mientras que Bogotá es la opción para el 6,9%, igualmente Cali es preferido por el 6,9%, la Guajira por el 6,2% y los Llanos Orientales de Colombia por el 4,8%. Los anteriores destinos concentran el 68,2% de las preferencias (1.174 respuestas de 2.639) donde se evidencia una relación directa entre los destinos más demandados actualmente y los destinos que serían preferidos en una nueva opción de viaje. Sobresalen Amazonas, Guajira y los Llanos, que no aparecen en el top 8 de la demanda actual, a su vez que San Andrés y Cartagena siguen manteniendo la tendencia en la preferencia de los colombianos encuestados, mientras que Barranquilla (una de las más demandadas actualmente) no aparece en el listado de las 10 ciudades con potencial de visita en los próximos años.





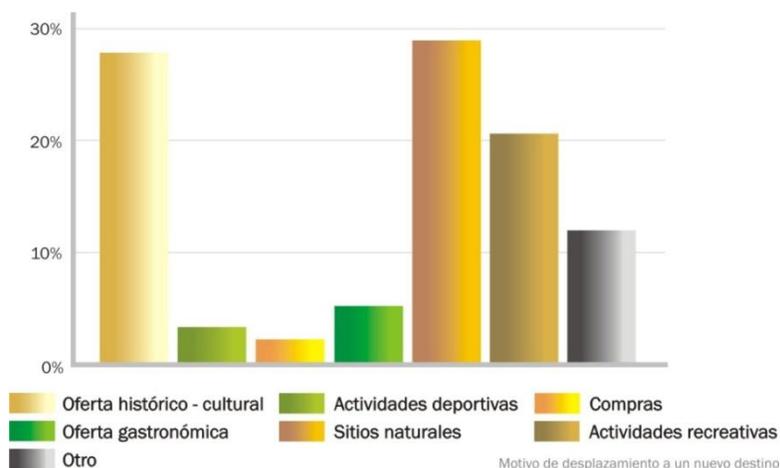
Destinos de mayor potencial

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITOAVA con base en la encuesta demanda potencial

Adicionalmente, los encuestados manifiestan estar interesados en realizar el desplazamiento a estos lugares motivados principalmente por los atractivos naturales (27,7%), tales como la selva en el Amazonas o la playa en el caso de los destinos de la costa Caribe, mientras que el motivo histórico cultural es preferido por el 26,8%, seguido de las actividades recreativas con el 20,1%.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila



Actividades que motivarían el desplazamiento a un nuevo destino

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial

De acuerdo con los resultados de la encuesta, las actividades que menos motivan a los colombianos encuestados para tomar sus decisiones de viaje, corresponden a los planes de compras (2,6%), actividades deportivas (3,2%) y la oferta gastronómica (4,9%). Entre los otros motivos que impulsan a los colombianos al momento de tomar la decisión de viaje se encuentra principalmente la búsqueda de nuevos destinos por conocer y el descanso.

	Palabras de asociación Positiva				
San Andrés	Mar	Playa	Bonito	Isla	Cultura
Cartagena	Mar	Playa	Bonito	Historia	Turismo
Eje Cafetero	Bonito	Paisaje	Café	Naturaleza	Cultura
Santa Marta	Mar	Playa	Bonito	Gente	Rodadero
Medellín	Bonito	Gente	Metro	Clima	Parques
Amazonas	Naturaleza	Fauna	Selva	Paisaje	Cultura
Bogotá	Frio	Capital	Bonito	Monserate	Cultura
Cali	Gente	Rumba	Salsa	Bonito	Feria
Guajira	Cultura	Paisaje	Desierto	Bonito	Indígenas
Llanos	Paisaje	Cultura	Clima	Gente	Ganadería

Palabras de asociación positiva para los 10 destinos con mayor potencial

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial



Finalmente, se le solicitó a los encuestados mencionar para cada uno de los destinos, tres palabras de asociación positiva y tres de asociación negativa. Los resultados muestran, como es de esperarse, que la mayor proporción de palabras sean calificativos positivos, dado que la gente no los conoce y desean realizar la visita, seguramente por la referencia positiva que han obtenido, ya sea por familiares, amigos o por algún medio de comunicación. Por consiguiente, se listan las cinco palabras con mayor frecuencia que los encuestados mencionan y las palabras negativas más comúnmente enumeradas por los encuestados. Es de resaltar que las respuestas a las palabras positivas suman 2.836 frente a las 897 de asociación negativa.

Palabras de asociación Negativa				
San Andrés	Riesgo	Inseguridad	Costoso	Aislado
Cartagena	Pobreza	Inseguridad	Playas sucias	Prostitución
Eje Cafetero	Drogas	Inseguridad	Costoso	Desorden
Santa Marta	Costoso	Inseguridad	Sucio	Contaminación
Medellín	Violencia	Inseguridad	Comunas	Drogas
Amazonas	Bichos	Inseguridad	Lejos	Clima
Bogotá	Frio	Inseguridad	Trancones	Lluvias
Cali	Sicariato	Inseguridad	Pobreza	Lejos
Guajira	Transporte	Inseguridad	Costoso	Lejos
Llanos	Clima	Inseguridad	Guerrilla	Acceso

Palabras de asociación negativa para los 10 destinos con mayor potencial

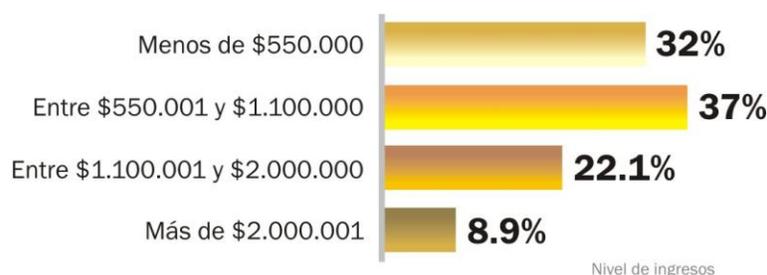
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial

En este contexto puede notarse que la mayor problemática a resolver en los diez destinos de mayor potencial son, la inseguridad la cual se enumera en todos los destinos como una de las principales preocupaciones. Por su parte, el costo de los servicios turísticos y los demás complementarios, se resalta según los encuestados como un aspecto negativo, quizá por el excesivo cobro que hacen de estos a los turistas, aprovechando las temporadas altas o cualquier otro factor que lleva al abuso en tal sentido. El descuido de los destinos, la localización y el clima son otros de los aspectos que los encuestados resaltan como aspectos negativos que analizarían antes de realizar su viaje a dichos lugares.

Precios y capacidad de pago

El precio corresponde a una de las variables más importantes, adicional a los demás determinantes de la demanda de servicios turísticos, en la toma de decisión de los agentes, estando correlacionado de forma directa con el ingreso, que a su vez limita el nivel de consumo.

Siendo el ingreso de las personas, una variable fundamental en la función de demanda, se encontró que, el 37% percibe un ingreso que va de \$550.001 COP a \$1.100.000 COP, un 32% recibe ingresos menores a \$550.000 COP, mientras que el 22,1% tiene ingresos en un rango de \$1.100.001 COP a \$2.000.000 COP, entretanto que solo el 8.9% afirma generar entradas económicas por un valor superior a los \$2.000.000 COP.



Nivel de ingresos

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial

Sin embargo, siendo consecuente con la capacidad de pago (variable que de entrada, puede contener grandes sesgos, pues por naturaleza las personas son renuentes a no revelar la información verdadera de su ingreso), y con el fin de obtener una aproximación de las disposiciones a pagar por parte de la demanda potencial, se solicitó a cada encuestado valorar los servicios de alojamiento y otros complementarios (transporte, gastronomía, tours, entre otros), encontrándose que la mayor disposición a consumir se encuentra en niveles de precios que van de los \$50.000 COP a \$100.000 COP, mientras que en el caso de otros servicios turísticos se aumenta la posibilidad de pagar un precio superior, considerando la cantidad de servicios que se incluyen (transporte, gastronomía, tours, etc.).



Disposición a pagar por servicios turísticos

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial

De la encuesta se concluye que los precios acordes al nivel de ingresos y disposición a pagar por parte de la demanda potencial, para el servicio de alojamiento (por persona y noche) se encuentran en un rango de \$50.000 COP a \$150.000 COP (85,4%), lo que es similar en otros servicios turísticos, donde igualmente corresponde al 73,6%.

En general, a través de este análisis descriptivo del sondeo, un plan de desarrollo turístico que apunte a potencializar el sector turístico de una región o destino, a través del aumento de la demanda,¹³⁴ debe considerar una demanda potencial interna que se interesa principalmente por aquellos destinos en los cuales pueda encontrar descanso, los cuales pueda visitar con la familia y cuyos precios sean asequibles para la capacidad de pago (a menor nivel de ingreso, menor precio), implicando de alguna manera la diferenciación de precios (que en el caso del sector turismo puede darse a través del primer y segundo grado, es decir por capacidad de pago y por cantidad-una vez se evidenció que la mayoría de los colombianos viaja siempre acompañado de su familia).

Otra conclusión importante de este análisis está en la necesidad del mejoramiento de las condiciones que propician el turismo, tal es el caso de la infraestructura vial (considerando que la mayor proporción se moviliza en medios terrestres) y el impulso del desarrollo del transporte aéreo con disminución considerable del nivel de precios,

¹³⁴ En tal sentido no debería dejarse de lado el análisis de las externalidad negativas, pues si bien es cierto que el turismo es un motor que impulsa el desarrollo económico, también es evidente el efecto que sobre la comunidad tiene el desarrollo del mismo, es decir, el efecto sobre la población (prostitución, desgaste de los recursos naturales, saturación, entre otros).

el mejoramiento de la percepción de seguridad, entre otros factores que determinan el comportamiento de la demanda por servicios turísticos.

1.4.1.3. Análisis del posicionamiento del destino: imagen corporativa e institucional

Se reportan 8 fuentes de información institucional referentes a los temas turísticos del departamento del Huila, consistentes en una página web y 7 documentos impresos. Se reseñan 4 documentos que se refieren al departamento, 2 a la ciudad de Neiva y 2 a destinos individuales como lo son el Desierto de la Tatacoa y San Agustín e Isnos.

- Secretaría Departamental de Cultura y Turismo del Huila
- Guía turística
- Mapa turístico del Huila
- Guía turística español/ inglés
- Folleto del Desierto de La Tatacoa
- Folleto Eco-arqueológico
- Folleto Neiva 50 años. Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco
- Neiva Capital del Rio Magdalena

No hay páginas de entidades departamentales en la red social de Facebook. Sin embargo, se pueden encontrar algunos emprendimientos privados.

Este departamento se encuentra reseñado en las guías turísticas nacionales de “Guía de Rutas por Colombia”, “Viaja por Colombia”, “Guía Proexport”, “Guía de turismo Verde”, “Posadas Turísticas de Colombia” y “Huila Destino Turístico y Cultural”. Neiva, la capital del departamento, se encuentra presente en todas las guías consultadas, resaltando atractivos como los museos de la ciudad, algunos monumentos, el Festival del Bambuco y las Fiestas de San Juan y San Pedro.

Otros municipios ampliamente ofertados son San Agustín por el Parque Arqueológico allí presente y Villavieja por el Desierto de La Tatacoa. De forma secundaria es nombrado el municipio de Yaguará gracias a la represa de Betania.



Secretaría Departamental de Cultura y Turismo del Huila

La página web de la Gobernación del Huila, posee un apartado correspondiente a Cultura y Turismo que incluye diferentes secciones, editada por la Secretaría de Cultura y Turismo del Huila.

Esta página está actualizada con información acerca del patrimonio cultural y natural del departamento, así como una vitrina artesanal y una muestra de gastronomía huilense. La categoría "Lugares Turísticos" es una guía a través del Huila, presentando los diferentes municipios a través de fotografías.

Contiene un mapa turístico detallando las rutas de interés arqueológico, las actividades de espeleología, de vocación religiosa, de aventura, gastronómica y artesanal, así como un detalle de las posadas turísticas existentes. Los lugares culturales comprenden arquitectura y museos; los naturales se clasifican por tierra, aire, agua y espacio y los sitios de interés incluyen museos y alcaldías.

Guía turística

Guía en español producida por la Gobernación del Huila. Este documento clasifica los atractivos turísticos por circuitos y municipios, contiene una gran cantidad de información, posee además un calendario de eventos departamentales.

Mapa turístico del Huila

Mapa a color del departamento editado por la Gobernación y la Secretaría de Cultura y turismo del Huila. Contiene información general del departamento referente a la altura, temperatura y distancias desde Neiva hasta cada uno de los municipios. Posee además información sobre los parques arqueológicos en San Agustín e Isnos, el Desierto de La Tatacoa en Villavieja, y Neiva, de la cual se presentan datos sobre el folclor, la música, la gastronomía y la diversión.

Guía turística español/inglés

Guía en español e inglés, editada por la Secretaría de Cultura y Turismo del Huila. Este documento inicia haciendo una introducción histórica del departamento, posteriormente se describen los atractivos de Neiva, los festivales, San Agustín e Isnos, el Macizo Colombiano, el Desierto de la Tatacoa y el resto de los municipios. Los productos turísticos del Huila se encuentran enmarcados en su Patrimonio Natural y Cultural.

La frase “De San Agustín a las Estrellas” aparece en los folletos editados por el departamento pero no está acompañada por ningún logo en particular.

Folleto del Desierto de la Tatacoa

Folleto a color promocional del Desierto de La Tatacoa, desarrollado por los municipios de Villavieja y Aipe. La información que contiene es réplica del Mapa Turístico del Huila”.

Folleto Eco-arqueológico

Folleto a color promocional de San Agustín e Isnos, que presenta el Parque Arqueológico que allí se encuentra. La información que contiene es réplica del Mapa Turístico del Huila.

Folleto Neiva 50 años. Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco

Pequeña guía editada con el apoyo de la Cámara de Comercio de Neiva, la Alcaldía de Neiva, la Alcaldía de Villavieja y la Alcaldía de Aipe. Tiene como premisa convertir al Huila en el primer destino turístico ecológico y cultural de Colombia para el mercado nacional e internacional. Se hace énfasis en San Agustín y el Desierto de la Tatacoa. Se presentan los atractivos turísticos de varios municipios del departamento que incluyen eventos, festivales, atractivos naturales, arqueológicos y religiosos.

En este caso la frase es San Agustín “Mágico y Sagrado” pero tampoco presenta un logo que acompañe.



Neiva Capital del Río Magdalena

Este folleto en español es producido por asociaciones de Neiva, en el cual también se destacan atractivos del departamento como el Desierto de La Tatacoa y el Parque Arqueológico de San Agustín e Isnos. Propone la capital como una ciudad de eventos, sede del Festival del río Magdalena, ciudad Peregrina y destino de Salud.

Marca Ciudad / city marketing

En el marco de la celebración del Día del Turismo, en septiembre del 2010, la Alcaldía de Neiva a través de la Secretaría de Cultura y Turismo presentó la nueva imagen de marca turística para la ciudad: “Neiva Capital del Río Magdalena”.¹³⁵



La Marca Ciudad está concebida dentro del Plan de Desarrollo Turístico que fue entregado a la ciudad en noviembre de 2009. Se contrató un estudio a través del experto Consultor Héctor López Bandera para que a través de charlas en grupo, entrevistas y encuestas se determinara una serie de referentes para la construcción de la Marca Ciudad. El baile del Sanjuanero Huilense y el río Magdalena son los dos elementos que predominan en la imagen que se empezará a posicionar en Colombia.¹³⁶

Conclusión

El departamento del Huila es posicionado institucionalmente como un destino de vocación arqueológica, de forma complementaria los destinos ecoturísticos y culturales tienen una promoción destacada. Los principales atractivos son los parques arqueológicos en San Agustín e Isnos, y el Desierto de la Tatacoa en Villavieja, estos son promocionados en prácticamente todos los documentos institucionales producidos por el departamento, incluyendo los museos de arqueología y paleontología presentes en dichos lugares.

¹³⁵Fuente: www.alcaldiadeneiva.gov.co.

¹³⁶www.lanacion.com.co.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Adicionalmente los PNN Paraca y Los Guácharos, el Macizo Colombiano, entre otros, y la espeleología, son atractivos con una presencia importante en la oferta institucional. Finalmente la ciudad de Neiva es promocionada frecuentemente gracias a sus festividades, atractivos religiosos y el turismo de salud.

1.4.2. GESTIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO HUILA

1.4.2.1. Mapa de actores estratégicos

A continuación se presenta un mapa que identifica a los actores estratégicos (públicos, privados, ONG, academia, entre otros) del nivel nacional, regional, departamental y local que apoyan la planificación, desarrollo, gestión, promoción, comercialización, formación y fortalecimiento del turismo en el departamento del Huila.

■ Nivel Internacional

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
Embajada de Rumania	Público		Apoyar proyectos de cooperación y hermandad en temas de turismo	Visita de la Embajadora de Rumania al Huila	Se adelantan acciones tendientes a suscribir el Convenio de Hermandad con una ciudad rumana y el municipio de Rivera en temas de Termalismo. Convenio de Cooperación Internacional para Marketing de Desarrollo Turístico en San Agustín





Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
Embajadas de España, Portugal, Reino Unido, Gran Bretaña e Irlanda del Norte, Suecia, República Federal de Alemania, Reino de Bélgica, República Checa, Rumania, República Popular China, Corea, Polonia e Italia	Público		Apoyar proyectos de cooperación y hermandad en temas de turismo	Visita de los embajadores para suscribir convenio para promoción del producto arqueológico por gestión del Gobierno nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Gestión de proyectos y recursos internacionales. Convenio de Cooperación Internacional para Marketing de Desarrollo Turístico en San Agustín.

■ Nivel Nacional

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Viceministerio de Turismo)	Público	Apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión	Viceministerio de Turismo: Concertar, ejecutar y evaluar la política turística, así como los planes y programas	Apoyo para acceder a proyectos de planeación, infraestructura, promoción; entre otros.	1. Recuperación La Chaquira: Llegada (tipo senderos). 2. Campaña Camino a Neiva por \$434.000.000 COP y San

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
		turística de las regiones del país, con el fin de mejorar su competitividad, su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado	derivados de esta. Coordinación del RNT		Agustín Destino Turístico por \$409.000.000 COP. 3.Promoción de Posadas Turísticas del Huila en la web, impresos y vitrinas. 4.Inclusión del departamento del Huila dentro de los cinco destinos que contaran con Guía de Promoción Turística. 5. Inclusión del Huila en el Plan Nacional de Señalización Turística.
Proexport	Público	La promoción de las exportaciones no tradicionales en mercados con potencial, la atracción de inversión extranjera directa en	Promoción Internacional del Turismo (promociona al país como destino turístico y se apoya a los empresarios de esta rama a vender sus	Apoyo de la Vicepresidencia de Turismo de Proexport para acceder a proyectos de promoción, gestión, y comercialización en ferias	1. Taller de Internacionalización de la Oferta Turística de San Agustín articulado con Proexport. 2. Viaje de Extensión con mayoristas





Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
		Colombia y el posicionamiento del país como destino turístico de talla mundial.	servicios).	internacionales; entre otros.	internacionales al Huila. 3. Viaje de Extensión con Vicepresidencia de Proexport y periodistas del Brasila a la zona Arqueológica y al Desierto de la Tatacoa.
Cotelco Nacional	Privado	Agremiar y representar a los empresarios de la industria hotelera en Colombia, uniendo esfuerzos que contribuyan a su competitividad y al desarrollo sostenible del sector turístico.	Educación hotelera	Capacitaciones, seminarios, implementación de sistemas de gestión y normas técnicas para el sector de turismo	Se desarrollaron competencias en los prestadores de servicios turísticos del departamento en temas como administración de costos hoteleros, calidad, normas técnicas sectoriales y categorización para hoteleros, rentabilidad de la operación hotelera y control y costos de alimentos y bebidas.
Caracol Televisión	Privado		Promocionar destinos	Programas con Caracol	Reconocimiento y

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
			turísticos del país a través del canal de televisión.	Internacional en donde promocionan los principales atractivos naturales y culturales del Huila.	posicionamiento del Destino Huila.
Fondo de Promoción Turística	Público	Servir eficientemente al desarrollo del país, propendiendo por el mejoramiento de la competitividad y la promoción turística de Colombia; de la mano del sector privado y las regiones, acorde a las políticas del Gobierno nacional.	Administrar los recursos de la contribución parafiscal y el impuesto al turismo, ejecutando planes de promoción y mercadeo turístico, mejorando la competitividad del sector.	Apoyo a planes de promoción, financiamiento para participación en ferias y eventos del sector.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fam con Medios de comunicación nacionales e internacionales. 2. Fam y Rueda de Negocios con agencias de viajes nacionales en Neiva. 3. Un proyecto de Punto de Información Turística aprobado para el departamento en el municipio de Pitalito.
Findeter	Público	Contribuir eficientemente al desarrollo territorial del país, mejorando la calidad de	Apoyo en líneas de tasa compensada para el sector turístico.	Apoyo a proyectos a prestadores de servicios Turísticos, legalmente constituidos bajo línea de Crédito	El éxito de esta línea generó que a finales del año 2010 la Gobernación del Huila decidiera firmar un nuevo





Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
		vida de los colombianos, mediante la asesoría, administración de recursos y financiación de proyectos de inversión de iniciativa pública y privada, en el marco de la política del Estado.		Tasa Compensada en articulación con la Gobernación del Huila.	<p>convenio en el cual aportó \$500.000.000 COP adicionales, creando una nueva bolsa por un monto de \$1.963.000.000 COP.</p> <p>Aproximadamente 30 hoteles nuevos y remodelados se han beneficiado de esta línea.</p>
Fedec (Federación colombiana de ecoparques, ecoturismo y turismo de aventura).	Privado	Agremiar y consolidar a los actores de la cadena productiva del turismo de naturaleza del país, fortaleciendo a través de procesos participativos e incluyentes, la asociatividad, competitividad y sostenibilidad de las	<p>Fortalecimiento de las regiones colombianas alrededor del desarrollo del Turismo de Naturaleza y Aventura principalmente de la mano de ecoparques y reservas naturales privadas.</p> <p>Hace parte de la junta directiva del Fondo de Promoción</p>	Encuentros para la conformación de la Fedec y la red de turismo de aventura.	<p>Conformación del capítulo sur de la Fedec.</p> <p>Realización de encuentros de turismo rural y naturaleza en Garzón Huila y Florencia Caquetá con la participación activa de los prestadores de servicios turísticos de los departamentos del capítulo sur (Huila-Caquetá-Putumayo-</p>

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
		regiones.	Turística.		Nariño)
ICANH (Instituto Colombiano de Antropología e Historia)	Privado	Es una organización científica y técnica que investiga, produce y difunde conocimientos en el campo de la antropología, la arqueología y la historia colonial y protege el patrimonio arqueológico y etnográfico colombiano.	Velar por la conservación y el mantenimiento de los parques arqueológicos de San Agustín e Isnos para que se encuentren en óptimas condiciones para el turista	Planes de contingencia para la preservación y conservación, dotación, adecuación, mantenimiento y manejo administrativo de los parques arqueológicos de San Agustín e Isnos.	Se desarrolló por parte de la restauradora del Instituto, el registro y diagnóstico de (1900 objetos arqueológicos y etnográficos) de las colecciones de arqueología y etnografía que conforman toda la colección de patrimonio mueble. Así mismo se entregó la información recogida a la Red Nacional de Museos. También se terminó de inventariar y registrar la estatuaría (120) de los sitios: plaza del parque de san Agustín, museo Casa de la Cultura, El





Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
					<p>Purutal, La pelota, El Tablón, La Chaquira, Alto de los ídolos, Alto de Guacas, Betania.</p> <p>Prospección geomagnética del sitio arqueológico de Mesitas, San Agustín, Huila, temporada 2010</p>
Cormagdalena	Privado	Garantizar la recuperación de la navegación y de la actividad portuaria del Río Grande de la Magdalena, la adecuación y conservación de tierras, la generación y distribución de energía y aprovechamiento y preservación del ambiente, los recursos	Recuperación del río Magdalena para el desarrollo de actividades de turismo de aventura, ocio y recreación en el afluente más importante del país.	Apoyo a proyectos de conservación (principalmente obras ambientales), infraestructura sobre la cuenca alta del río Magdalena	<p>Construcción de un muelle metálico en Neiva.</p> <p>El alto Magdalena se ha beneficiado con inversiones por el orden de los \$17.000.000.000 COP en obras como construcción de muelles malecones y en obras de recuperación ambiental (actualmente se está construyendo el</p>

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
		ictiológicos y demás recursos naturales renovables			muelle de Villavieja) Proyecto Ecológico y Turístico en la finca Marengo (parque turístico del Macizo Colombiano). Actualmente se está desarrollando el estudio de pre factibilidad de este proyecto por parte de la Corhuila.
Ministerio de Cultura	Público	Impulsar y estimular procesos, proyectos y actividades culturales y deportivas, reconociendo la diversidad y promoviendo la valoración y protección del patrimonio cultural de la Nación.	Facilitar un mayor acceso de la población al disfrute de bienes y servicios culturales, afianzando la identidad colombiana. El patrimonio cultural es un potencial para el desarrollo de actividades alternativas de turismo.	Convocatorias para proyectos de interés cultural y financiamiento a proyectos del sector.	Se identificaron bienes y valores de interés cultural tangibles o intangibles. El ministerio destinó \$10.000.000.000 COP para el parque de la Música 'Jorge Villamil Cordovéz' en la ciudad de Neiva. Apoyo a los





Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
					vigías del patrimonio cultural.

■ Nivel departamental

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
Cotelco Capítulo Huila	Privado	Agremiar y representar a los empresarios de la industria hotelera en Colombia, uniendo esfuerzos que contribuyan a su competitividad y al desarrollo sostenible del sector turístico.	Educación hotelera	Capacitaciones, seminarios, implementación de sistemas de gestión y normas técnicas para el sector de turismo	1. Capacitación a todas las unidades de Policía de la estación de San Agustín en Turismo. 2. Fam con 20 medios de comunicación de reconocimiento nacional e internacional al Destino Huila. 3. Una campaña de promoción para vender el clúster arqueológico
Fundación HOCOL	Privado	Es una entidad que promueve el Desarrollo Sostenible de las comunidades ubicadas en la	Programa de Generación de Ingresos y Desarrollo Empresarial (Fomento al	Diseñar, planear, ejecutar y coordinar programas en temas de fomento al turismo en la zona occidente del	Cuatro Colegios Amigos del Turismo (Tesalia, Paicol, Neiva y Villavieja) uno en cada

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
		zona de operación petrolera de HOCOL, liderando procesos de autonomía y autogestión, a través de estrategias de concertación, formación y educación interinstitucional	Turismo)	departamento, principalmente en los municipios de Tesalia y Paicol.	<p>municipio con total de 138 docentes y 1840 estudiantes vinculados al programa.</p> <p>Productos turísticos en Neiva, Tesalia y Paicol (espeleología, aventura sobre el río Páez y Magdalena).</p> <p>2 planes municipales de turismo formulados (Tesalia y Paicol) y 2 en construcción (Aipe y Palermo).</p> <p>Diseño del concepto de región turística "Territorio Páez" y formación de cultura turística a través de la cartilla <i>viajeritos</i>.</p>
Gobernación del Huila	Público	Promover difundir y formular políticas	Fomentar el desarrollo Turístico del	Plantación, asistencia técnica y capacitación y	Diseño de productos turísticos.





Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
(Secretaría Departamental de Cultura y Turismo)		y directrices en el campo de la diversidad cultural, formación artística y el turismo, implementando procesos de investigación, participación, coordinación, comunicación, reconocimiento del patrimonio y el desarrollo artístico, turístico y cultural que conlleven al respeto, la tolerancia y reconocimiento del otro.	departamento, mejorando la capacidad competitiva del sector, a través de la consolidación de la oferta y la demanda de nuestros productos turísticos articulados en los segmentos de historia y cultura, ferias y fiestas, ciudades capitales, agroturismo, aventura, y ecoturismo.	promoción. En cada una de las acciones adelantadas la secretaría realiza gestión y articulación con instancias del orden nacional, departamental y municipal.	Un convenio de competitividad turística suscrito. Un consejo regional de seguridad turística operando. Inventario de atractivos turísticos actualizado. Los logros en materia de asistencia técnica, capacitación y promoción fueron descritos en otras instituciones y gremios ya que fueron gestionados por la secretaría pero con el apoyo institucional y económico de otras instancias (Cotelco, Proexport, Viceministerio de

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
					Turismo, Fondo de Promoción Turística, entre otros).
Cámara de Comercio de Neiva	Privado	Gestiona la definición de políticas colectivas que permitan tener una región más competitiva y por ende una mejor calidad de vida para la comunidad.	Fortalecimiento empresarial del sector, Secretaría Técnica de la Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Competitividad	Conformación de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila, formulación del Plan Regional de Competitividad que incluye la apuesta productiva de turismo y conformación de la mesa sectorial de Turismo.	12 integrantes en la mesa sectorial (5 representantes de los prestadores turísticos y 7 de las instituciones de apoyo, los cuales se reúnen periódicamente para definir temas y proyectos de interés para el sector. Realización Jornada de Formalización en el Registro Nacional de Turismo con el apoyo del Viceministerio y Asocentro.
Sena Huila	Público	Invertir en el desarrollo social y técnico de los trabajadores colombianos, ofreciendo y	El Sena regional Huila imparte formación a los habitantes de todos los	Formación y capacitación, Acceso a Fondo Emprender, estrategia de gestión para el	Construcción de posadas biosostenibles a través del Programa de Jóvenes Rurales



Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
		ejecutando la formación profesional Integral gratuita, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país.	<p>municipios del departamento a través de sus diferentes Centros de Formación Profesional.</p> <p>En el Huila existe el Centro de Desarrollo Agroempresaria l y Turístico con sede en el municipio de La Plata.</p>	desarrollo sostenible local a partir del turismo ecológico y cultural.	<p>Emprendedores.</p> <p>Apoyo en emprendimientos a operadores de turismo en Íquira, Campoalegre, Teruel, Santa María, Villavieja, San Agustín, Pitalito, Garzón.</p> <p>Un proyecto de Turismo Astronómico con recursos del Fondo Emprender.</p>
Universidad Antonio Nariño	Academia	Formar ciudadanos idóneos y competitivos, éticos y humanistas, con pensamiento autónomo y crítico, y personas altamente calificadas y comprometidas con los procesos de	Programa de Arquitectura y Programa de Administración de Empresas Turísticas por ciclos modalidad virtual	Formación Profesional	No se encontró ninguna acción adelantada, específicamente para el sector turístico.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
		transformación positiva del país			
Universidad Corhuila	Academia	Se orienta a la oferta de oportunidades de formación de profesionales con espíritu emprendedor y reflexivo.	Programa de formación profesional en Administración Turística, modalidad presencial	Formación profesional, consultoría en temas de planeación y desarrollo turístico.	<p>40 estudiantes del semestre 1 al 9.</p> <p>Puesta en funcionamiento del Observatorio de Educación Turística.</p> <p>Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de Garzón.</p> <p>Elaboración de estudio de pre factibilidad del parque turístico del Macizo Colombiano.</p>
Universidad CUN	Academia	Institución de Educación Superior, innovadora, interdisciplinaria, competitiva y flexible, que contribuye a la construcción de conocimiento y a la formación integral de	Programa de formación profesional en Administración Hotelera y Turística, modalidad a distancia	Formación Profesional	30 estudiantes matriculados en el programa





Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
		líderes con visión empresarial global, al servicio del desarrollo armónico de la sociedad.			
Corporación Autónoma Regional de Alto Magdalena	Público	Liderar en el departamento del Huila una relación sociedad-naturaleza que garantice a las presentes y futuras generaciones la base de recursos naturales necesaria para sustentar el desarrollo regional y contribuir a la supervivencia del planeta	Programa de promoción y apoyo a procesos productivos competitivos sostenibles y aprovechamiento de la oferta natural de la región	Promoción y apoyo a los Mercados Verdes y la Producción más Limpia. Biocomercio sostenible	Realización de la feria Bioexpo (para promover el ecoturismo en el Huila). 9 convenios ejecutados de Producción más Limpia (incluye ecoturismo)
Departamento de Policía Huila	Público	Cuerpo armado permanente de naturaleza civil, a cargo de la Nación, cuyo fin primordial es el mantenimiento de las condiciones necesarias para	Policía de Turismo	Programa de Protección al Patrimonio Cultural. Ejecuta sus programas como apoyo a rutas seguras, frente de seguridad turísticos, Programa	Conformación del Consejo de Seguridad Turística

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas en los últimos cinco años	Impactos o logros
		el ejercicio de los derechos y libertades públicas, y para asegurar que los habitantes de Colombia convivan en paz		Quiero a mi Ciudad, recuperación de sitios turístico, seguridad turística e información turística con el objeto de promocionar los atractivos del departamento.	

■ Nivel local

Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas	Impactos o logros
Alcaldía de Neiva	Público	Garantizar el desarrollo integral de los habitantes del municipio de Neiva, construyendo entre todos un pacto donde se invierta en el ser humano de manera que puedan acceder a mejores oportunidades, aumentar sus expectativas de bienestar y calidad de vida; reactivar la economía a	Secretaría Municipal de Cultura y Turismo	Planificación, asistencia técnica, capacitación y promoción	<p>Formulación del Plan Sectorial de Turismo de la ciudad.</p> <p>Diseño imagen de Marca “Neiva Capital del Río Magdalena”.</p> <p>Diseño de cuatro productos turísticos (Neiva Salud, Neiva Peregrina, Neiva Aventura y Neiva Ciudad de Eventos y Convenciones).</p>



Actor	Tipo	Misión	Funciones relacionadas con el Turismo	Acciones adelantadas	Impactos o logros
		partir de políticas públicas municipales.			

1.4.2.2. Organización de la gestión

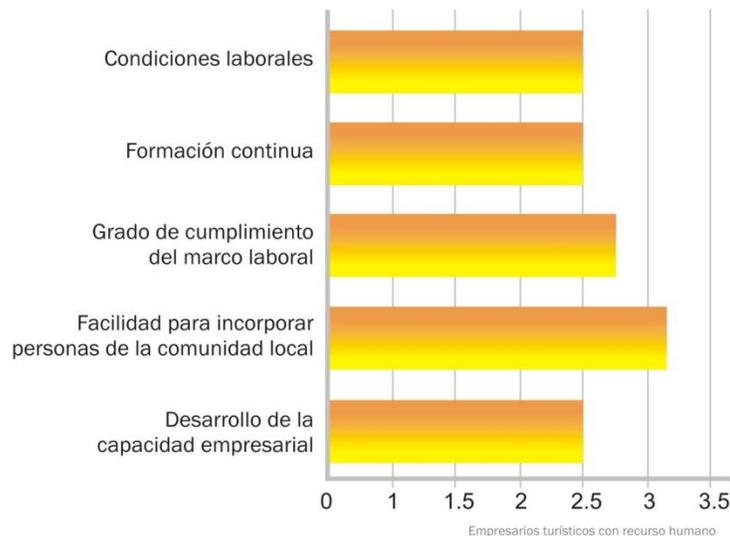
En este acápite de la gestión turística del Destino Huila es importante presentar un análisis de las relaciones entre los actores de este renglón económico del departamento, basados en una encuesta realizada a los actores involucrados que permitió conocer de primera mano el grado de cooperación existente entre ellos para el desarrollo del turismo en el departamento del Huila.

La encuesta (Formato 004 Niveles de relación entre actores locales) se estructuró en ocho preguntas, las cuales fueron evaluadas de 0 a 5, siendo 0 la mínima calificación y 5 la máxima, según las siguientes relaciones:

1. Empresarios turísticos-Empleados/ Recurso Humano presente en el destino.
2. Empresarios turísticos-Residentes/ Comunidad organizada.
3. Empresarios turísticos-Administración local (alcaldías, oficinas de turismo, etc.)- Gremios.
4. Administración local-Residentes/ Comunidad organizada.
5. Destino-Gobierno nacional.
6. Destino-Turistas.
7. Destino-Competidores.
8. Destino-Operadores y/o Mayoristas.

A continuación se presenta el análisis de las preguntas críticas y destacadas de cada relación propuesta:

1. Empresarios turísticos-Empleados/ Recurso Humano presente en el destino.



Fuente: Unión Temporal TurismoHUITONAVA

En la relación empresarios turísticos con recurso humano, se encuentran debilidades en la facilidad para el acceso a la formación continua, los empresarios turísticos aún no son conscientes de la importancia de que sus empleados desarrollen las competencias necesarias para ofrecer al turista una estadía placentera. Este parámetro, que fue el mejor calificado, solo obtuvo una calificación promedio de 2,5. Lo anterior evidencia la necesidad de crear estrategias para que las empresas desarrollen formación a sus empleados en el Destino Huila.

Lo positivo de esta relación es que las empresas turísticas están incorporando personas de la comunidad local en cargos requeridos, aquí la puntuación promedio fue de 3,2. En términos generales esta relación obtuvo un puntaje promedio de 2,7.

2. Empresarios turísticos-Residentes/Comunidad organizada.



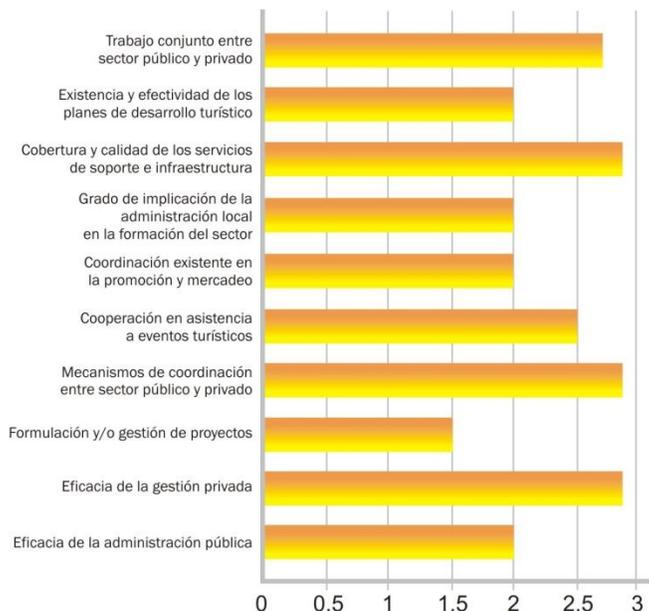
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

En la relación empresarios turísticos con comunidad, se presenta una gran debilidad en la participación de la comunidad local en decisiones estratégicas de desarrollo y gestión del Destino Huila.

Este parámetro obtuvo un promedio de 1,8, pero se ha identificado una participación más positiva de los empresarios en actividades de apoyo al destino en temas sociales, ambientales y culturales, aunque la calificación promedio solo fue de 2,3. En términos generales esta es una relación bastante crítica, ya que ninguno de los parámetros establecidos superó la calificación de 3. El promedio de esta relación fue de 2,1.

En este punto las estrategias deben enfocarse al esfuerzo del empresario turístico para asumir responsabilidad con la comunidad, participando en las actividades de su entorno y a su vez motivando a la participación en la toma de decisiones del Destino Huila.

3. Empresarios turísticos-Administración Local (alcaldías, oficinas de turismo, etc.)-Gremios.

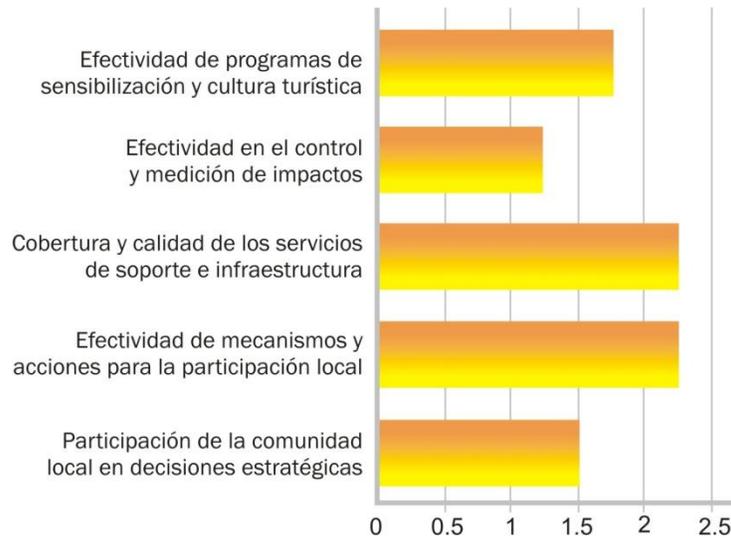


Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

En la relación de los empresarios turísticos con la administración local y gremios, se evidencia una percepción regular sobre la cobertura y calidad de los servicios de soporte e infraestructura como seguridad, sanidad, transporte, acueducto, alcantarillado, vías, etc., así como de los mecanismos de coordinación existente entre el sector privado y público, y de la eficacia de la gestión privada. Estos tres parámetros que fueron los mejores calificados obtuvieron tan solo 2,8 de promedio.

El punto más débil aparece en el grado de formulación y/o gestión de proyectos conjuntos para apoyo al desarrollo y gestión del turismo en donde tan solo se obtuvo un 1,5 de promedio. Como en el punto anterior, esta es una relación bastante crítica, ya que ninguno de los parámetros establecidos superó la calificación de 3. El promedio de esta relación fue de 2,3. Lograr una verdadera articulación público-privada se convierte en la principal estrategia para mejorar esta relación de actores claves del turismo en el Destino Huila.

4. Administración Local-Residentes/ Comunidad organizada.

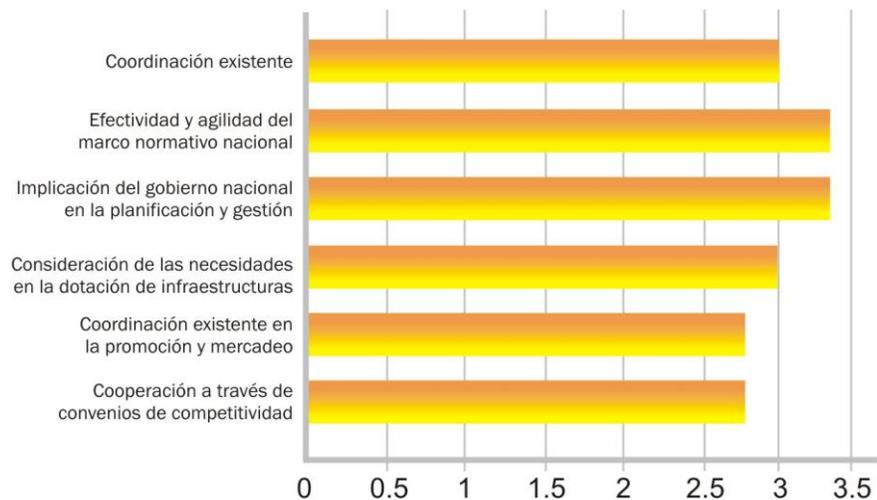


Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

En la relación administración local con comunidad organizada, se presentan las mayores debilidades, principalmente en el grado de efectividad en el control y medición de impactos generados o asociados al turismo en el departamento que obtuvo un puntaje crítico de 1,2, también en la poca participación de la comunidad local en decisiones estratégicas de desarrollo y gestión del destino con un puntaje promedio de 1,5.

Esta es la relación más crítica de todas, ya que ninguno de los parámetros establecidos superó la calificación de 3, estando casi todas en un rango de 1 a 2, quedando el promedio general en 1,8. Aun cuando la calificación es bastante mala, se puede percibir que los actores en general aprueban los avances en el mejoramiento de cobertura y calidad de la infraestructura de soporte del departamento, tema en el que las últimas administraciones locales y departamentales han invertido cuantiosos recursos económicos.

5. Destino-Gobierno Nacional



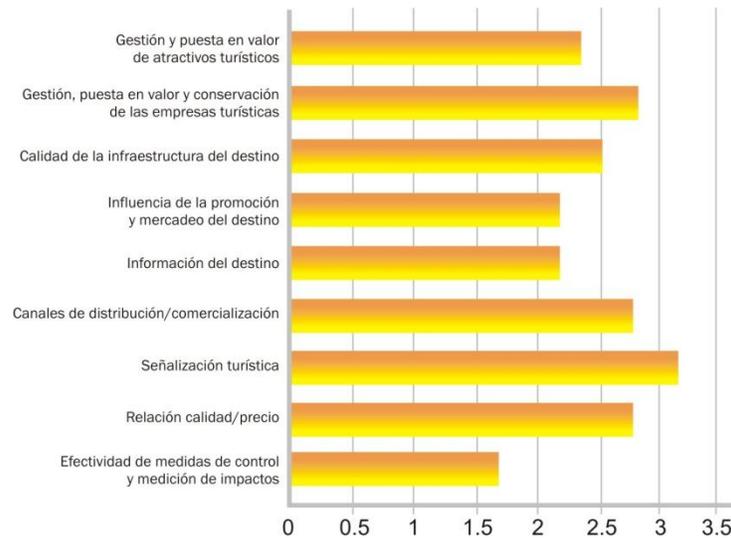
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Estos dos actores han logrado una buena articulación y coordinación en la ejecución de acciones e iniciativas claves para el Destino Huila, a diferencia de todas las relaciones analizadas hasta el momento, esta confirma la efectividad y agilidad del marco normativo nacional vigente y el positivo grado de implicación del Gobierno nacional en la planificación y gestión del Destino.

Esta relación obtuvo como puntaje mínimo 2,7 en el parámetro relacionado a la cooperación a través del convenio de competitividad turística. En términos generales obtuvo una calificación promedio de 3, ubicándola entre las mejores.

El Gobierno nacional debe apoyar más contundentemente procesos de promoción y mercadeo, tanto a nivel nacional como internacional para empezar a posicionar el Destino Huila.

6. Destino-Turistas



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

En la relación Destino Huila con los turistas, se puede evidenciar que el departamento tiene importantes puntos de atracción que permiten que el turista quiera visitarlo. Estos atractivos tienen una aceptable señalización turística que ha venido mejorando en los últimos años, principalmente en las vías primarias, con deficiencias en las secundarias y terciarias que comunican atractivos. Precisamente el parámetro de señalización turística obtuvo el mejor puntaje con un promedio de 3,2. Otro aspecto positivo es que el turista encuentra atractivos conservados, una buena oferta de empresas turísticas en alojamiento, gastronomía, guianza, transporte especializado, etc., que en términos generales cumplen con la expectativa del turista.

Las mayores debilidades que encuentra el turista son la infraestructura directa y de soporte, en la calidad de la prestación del servicio que impactan negativamente en su percepción.

En términos generales esta relación obtuvo un promedio de 2,5, lo que evidencia que se requieren fortalecer todos los aspectos del Destino Huila, cerrando las brechas de competitividad encontradas para que el turista viva una experiencia agradable, placentera y quiera regresar.

7. Destino-Competidores



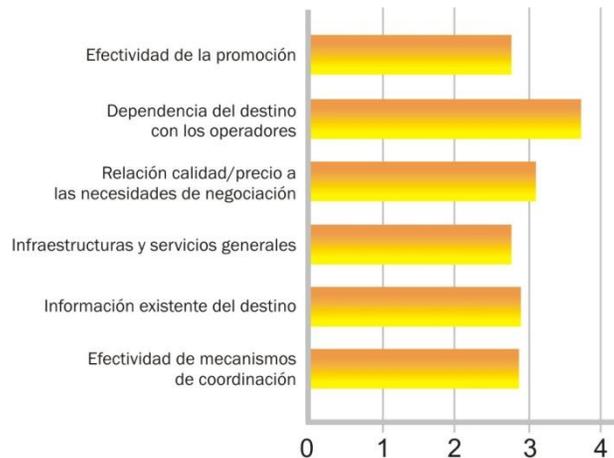
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

En la relación Destino Huila con los competidores, el departamento está mal posicionado, ya que otros departamentos con menor atractivo han logrado posicionar más rápidamente sus productos turísticos, desarrollando estrategias de promoción y mercadeo más efectivas, una relación calidad-precio más competitiva logrando una conectividad y accesibilidad más oportuna. Es importante precisar, y como se describió en el acápite de factores de Soporte, que el departamento del Huila ha logrado importantes avances en conectividad vial y aérea.

Lo anterior se valida con la calificación promedio de 3 que obtuvo el Destino Huila en la posición competitiva de la infraestructura con respecto a los competidores, y con un poco menos de importancia la posición competitiva de la oferta turística (alojamiento, gastronomía etc.). Por el contrario, aparece la consideración negativa en la elección de la estrategia de promoción del destino con una calificación promedio de 2.

En términos generales esta relación obtuvo una calificación promedio de 2.6, lo cual evidencia la necesidad de definir una estrategia conjunta y articulada que le permita al Destino Huila tener una posición más competitiva en el mercado nacional e internacional gracias a su clara vocación en Turismo Cultural (especialmente en arqueología y astronomía) y de Naturaleza.

8. Destino-Operadores y/o Mayoristas



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Al igual que la relación Destino-Gobierno nacional, esta también obtuvo un promedio general de 3, básicamente por el puntaje de 3,7 dado al grado de dependencia del destino con los operadores externos y/o mayoristas y al grado de ajuste de la relación calidad-precio a las necesidades de negociación del destino frente a dichos operadores.

El punto más crítico fue el de la efectividad de la promoción (posicionamiento, imagen de marca) en la capacidad de negociación del destino frente a los operadores con un puntaje promedio de 2,7. El Destino Huila debe convertirse en un jugador de primera línea con los operadores y mayoristas, siendo efectivo en la promoción y los mecanismos de coordinación.

Finalmente, la encuesta permitió obtener información valiosa para el análisis de la gestión del Destino Huila.

- Alianzas, acuerdos o convenios entre actores públicos, privados, academia u otros, que soporten el desarrollo del turismo en el Destino Huila.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Todos los actores encuestados coincidieron en afirmar que son conocedores de alianzas, acuerdos o convenios entre actores públicos, privados, academia u otros, que han soportado el desarrollo del turismo en el Destino Huila. Aquí destacan el Convenio de Competitividad Turística, el Consejo de Seguridad Turística, el Programa Colegios Amigos del Turismo y la Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Competitividad del Huila; entre otros. Así mismo enfatizaron en la necesidad que estas instancias realmente cumplan con su misión y logren impactar positivamente en la institucionalidad y el desarrollo armónico del sector.

- Proyectos estratégicos para el desarrollo turístico del Destino Huila

Entre otros destacan: Proyecto del Macizo Colombiano, Anillo turístico del Sur, Proyecto Vive la Aventura Yuma, mantenimiento y conservación de parques arqueológicos, Marketing de ciudad entorno al río, Campaña de Promoción del Destino Huila (cambio de percepción), Red de Museos del Alto Magdalena, navegación turística y conservación del río Magdalena, formación y capacitación en Cultura Turística, desarrollo de Infraestructura turística (muelles y embarcaderos) y de soporte, Parque Temático del Desierto de la Tatacoa, modernización de la oferta arqueológica del departamento, conectividad vial y aérea hacia los destinos turísticos.

- Proyectos que se encuentran en ejecución para el desarrollo turístico del Destino Huila y que se han adelantado de manera conjunta entre los diferentes actores del sector en los últimos cinco años.

El 50% de los actores encuestados confirman conocer proyectos en ejecución, los cuales se han adelantado conjuntamente entre instituciones del orden regional y local como la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo y el Departamento Administrativo de Plantación del Huila; por el sector privado, la Cámara de Comercio de Neiva y Cotelco; por parte de los gremios la Fundación HOCOL y la Fundación del Macizo Colombiano por parte de la empresa privada, y la Universidad Corhuila por parte de la academia, entre muchas otras instituciones que fueron encuestadas. Los proyectos mencionados fueron:

- Proyecto Parque del Macizo Colombiano
- Proyecto de Plan de Marketing Turístico
- Recuperación de La Chaquira (sendero)



La conclusión de este apartado es que finalmente el mayor peso dado a las relaciones entre los actores en el desarrollo del Destino Huila y la toma de decisiones turísticas estratégicas corresponde a la relación Empresarios turísticos-Administración local, Destino Huila-turistas y Destino Huila-Gobierno nacional; y que los proyectos destacados y otros más que se mencionaron en el desarrollo de este diagnóstico han requerido del trabajo articulado y consensuado de diferentes actores tanto públicos, privados y académicos. Aún los resultados no son los esperados y se requiere seguir fortaleciendo efectivamente la gestión turística del Destino Huila.

1.4.3. IDENTIFICACIÓN DE FUENTES DE FINANCIACIÓN PARA PROYECTOS ESTRATÉGICOS ¹³⁷

Al entender el turismo como una actividad económica, generadora de beneficios para sectores públicos y privados, la cual debe redundar en una oferta de calidad para el turista, es imprescindible contar con estrategias de financiación para el sector, sobretodo en el caso de los empresarios que carecen de la liquidez inmediata para su desarrollo y/ o mejora. La financiación de proyectos es necesaria para garantizar la competitividad en términos de infraestructura, adecuación de servicios y competitividad.

A continuación se presentan las fuentes de financiación a nivel nacional e internacional, a las cuales pueden aplicar tanto empresarios del sector como las entidades territoriales.

Fuentes de financiación a nivel internacional

a. Fuentes de financiación internacional multilateral

Fondos provenientes del Banco Mundial (MD) y Banco Interamericano de Desarrollo (BID) fundamentalmente, **Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del BID**, complementados con algunos de la Corporación Andina de Fomento (CAF), la Unión Europea (UE) y el Banco Europeo de Inversiones (BEI), aplicables a proyectos de infraestructura.

¹³⁷ Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

b. Fuentes de financiación internacional bilateral

Son los convenios de cooperación firmados entre Colombia y otra nación. Los países con los cuales se han llevado a cabo este tipo de acuerdos son España, Suiza y Japón.

Fuentes de financiación a nivel nacional

A continuación se presenta el esquema de entidades de financiación de proyectos públicos de infraestructuras que pueden actuar como inversionistas en el desarrollo del sector turístico:

- ▶ El presupuesto general de la Nación
- ▶ El situado fiscal
- ▶ Fondos especiales

Entre los fondos especiales se encuentran:

- ▶ Fondo Nacional de Turismo (Fondo de Promoción Turística)
- ▶ Fondo de Modernización e Innovación para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa – iNNpulsamipymes.
- ▶ Departamento Administrativo para la Prosperidad Social
- ▶ Fonade
- ▶ Finagro
- ▶ Fondo DRI
- ▶ Fonam
- ▶ Ecofondo
- ▶ Fondo Nacional de Garantías
- ▶ Fondo de Desarrollo Territorial
- ▶ Fondo de Compensación Ambiental
- ▶ Fondo Agropecuario de Garantías
- ▶ Colciencias

c. Entidades de financiación para proyectos de rehabilitación y modernización de la infraestructura turística existente

- ▶ Financiera de Desarrollo Territorial S.A. Findeter
- ▶ Fonade
- ▶ Bancóldex
- ▶ Fondo de Promoción Turística

d. Entidades de financiación para pymes del sector turístico y en otros sectores productivos relacionados

- ▶ Fondo Nacional de Garantías
- ▶ Bancóldex
- ▶ Findeter
- ▶ Finagro
- ▶ Innpulsamypimes (Bancóldex)
- ▶ Fondo Nacional de Turismo (Fondo de Promoción Turística).

e. Entidades de financiación para grandes proyectos privados de inversión en el sector turístico

- ▶ Bancóldex (como banco de segundo piso)
- ▶ Findeter (como banco de segundo piso)
- ▶ Banca privada
- ▶ Fonade

A continuación se presentan las líneas de financiación que define Mincomercio en su página web¹³⁸:

¹³⁸ Mincomercio año 2012

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

ENTIDAD	QUIÉNES SON	QUIENES ACCEDEN AL CRÉDITO	CÓMO ACCEDER AL CRÉDITO
<p>FINDETER</p>	<p>Con el objeto de impulsar el sector empresarial Pyme en el país, La Financiera de Desarrollo Territorial S.A., Findeter, la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias, ACOPI y el Fondo Nacional de Garantías, FNG, se unieron. Las tres entidades se comprometen a colocar a disposición de pequeños empresarios recursos crediticios de Findeter</p>	<p>Los beneficiarios son pequeñas y medianas empresas, inclusive las afiliadas a ACOPI. Serán beneficiarios de crédito, siempre y cuando su actividad corresponda a los sectores financiables por FINDETER que son los siguientes: Las medianas empresas cuyos activos totales se encuentren entre cinco mil uno (5.001) SMMLV y quince mil (15.000) SMMLV. Las pequeñas empresas cuyos activos totales se encuentren entre quinientos uno (501) SMMLV y menos de cinco mil uno (5.001) SMMLV</p>	<p>Estos dineros podrán ser destinados para infraestructura, capital de trabajo, desarrollo institucional, compra de bienes inmuebles y terrenos, dotación mobiliaria y tecnológica y aquellos gastos ocasionados en el desarrollo del proyecto, por ejemplo, impuestos, gastos de escrituración, etc. Beneficiarios de Crédito FINDETER podrá redescantar créditos a las entidades de derecho privado, para la realización de los programas o proyectos de inversión y preinversión dentro de los sectores financiables por FINDETER, entre los que se destacan salud, educación, servicios públicos domiciliarios, transporte, telecomunicaciones, turismo, medio ambiente, destinados a infraestructura, capital de trabajo, desarrollo institucional, adquisición de bienes inmuebles y</p>





ENTIDAD	QUIÉNES SON	QUIENES ACCEDEN AL CRÉDITO	CÓMO ACCEDER AL CRÉDITO
			terrenos, dotación mobiliaria y tecnológica, reconocimiento de gastos incurridos durante la ejecución del proyecto (gastos de ingeniería, impuestos y gastos de escrituración por adquisición de predios, impuestos y aranceles por adquisición de tecnología) y demás inherentes a la gestión empresarial de las pequeñas y medianas empresa PYMES.
BANCÓLDEX	El Gobierno nacional presentó el pasado 26 de noviembre (2011) el Programa “A Progresar”, mediante el cual crea un cupo especial de crédito por 1,5 billones de pesos para apoyo a la productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). La línea de crédito permite financiar, en moneda legal y en dólares, bajo el mecanismo de	Las personas naturales o jurídicas consideradas Mipymes, se podrán ver beneficiadas si cuentan con un plan de acción y están desarrollando o comienzan la implementación de un programa para mejorar su productividad y competitividad empresarial. Los recursos de crédito otorgados pueden destinarse a financiar las	Esto se puede hacer ya sea por iniciativa propia o a través de entidades como las cámaras de comercio, gremios o asociaciones, Colciencias, Sena, Proexport, Innpulsa Pymes, programas de los centros regionales de productividad.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

ENTIDAD	QUIÉNES SON	QUIENES ACCEDEN AL CRÉDITO	CÓMO ACCEDER AL CRÉDITO
	redescuento y operaciones de leasing, los proyectos de inversión derivados del plan de acción que el empresario defina.	inversiones en activos fijos y diferidos, requeridos en actividades como modernización y ampliación de la capacidad productiva, desarrollo, adquisición y transferencia de tecnología, aumento del valor agregado en productos, plan de expansión internacional y programas para el control y mejoramiento del impacto ambiental.	
FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA	La administración del Fondo de Promoción Turística está a cargo de una entidad administradora perteneciente al sector privado del turismo, elegida mediante licitación pública y contratada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; en la actualidad es el CONSORCIO ALIANZA TURISTICA, la entidad	Los recursos de la contribución parafiscal, que administra el Fondo de Promoción Turística, se invierten en proyectos de promoción, mercadeo y competitividad del turismo, Pueden acceder a estos recursos aquellas entidades territoriales, fondos mixtos, gremios,	. El acceso a estos recursos es a través de la presentación de proyectos por parte de los sectores aportantes de la contribución parafiscal, los gremios que agrupan a los aportantes de la contribución parafiscal, las entidades territoriales, las entidades mixtas de promoción turística, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo,



ENTIDAD	QUIÉNES SON	QUIENES ACCEDEN AL CRÉDITO	CÓMO ACCEDER AL CRÉDITO
	administradora, la cual se encuentra conformada por la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica-ACODRES y La Alianza Travel Network	asociaciones y alianzas empresariales y aportantes de la contribución parafiscal que presenten proyectos.	Proexport y la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística., Lo anterior de acuerdo con los procedimientos establecidos en el manual para la destinación de recursos y presentación de proyectos. Todos los proyectos deben ser aprobados por el Comité Directivo del Fondo.

Fuente: Mincomercio, 2012.

Así mismo, en este contexto, se anexa cuadro resumen de las fuentes de financiación más importantes a nivel nacional, especificando en cada una, las líneas de crédito, áreas de inversión y costo de financiación:

Entidad	Línea de Crédito	Áreas de inversión	Costo de la financiación
Fondo de Promoción turística ¹³⁹	<ul style="list-style-type: none"> Competitividad Promoción turística 	80% de la inversión la asume el Fondo de Promoción Turística y el 20% el proponente ¹⁴⁰	
FINDETER (Banca de segundo piso)	HOTELERO	Inversiones para atención al turista: hotelería y hospedaje, sistemas de tiempo compartido	Crédito bajo entidades

¹³⁹ <http://www.fondodepromocionturistica.com/descargas.php>

¹⁴⁰ Los porcentajes de financiación dependen del tipo de proyecto. Para ampliación del tema véase el manual de proyectos presente en la página web del Fondo de Promoción Turística de Colombia.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Entidad	Línea de Crédito	Áreas de inversión	Costo de la financiación
	ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDADES DE INTERÉS TURÍSTICO	Establecimientos de interés turístico: establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares, inversiones para la práctica de las modalidades de turismo, agencias de viajes y turismo, planes de mercadeo y promoción turística, transporte de turistas, operadores profesionales de congresos y eventos.	canalizadoras DTF vigente en adición al porcentaje TA para sector privado o público. En caso del sector público según el tiempo de financiación (años) el TA oscila entre el 2,75% al 4,05%. Para sector privado el rango es 2,85% al 4,15%
	PARQUES	Parques ambientales, parques temáticos.	
BANCÓLDEX (Banca de segundo piso)	LARGO PLAZO	Bancóldex cuenta con modalidades de crédito para atender las diferentes necesidades de todas las empresas en Colombia, a través de la red de intermediarios financieros, con plazos hasta de 10 años y periodos de gracia a capital hasta de 3 años.	Depende de la opción de financiación o línea de producto.
Entidades bancarias comerciales (Bancolombia, Banco Popular, BBVA, Grupo Aval y demás)	Microcrédito empresarial	Todas	30% efectiva anual sobre el valor total del préstamo.
	Crédito de consumo	Todas	Se ubica en un rango entre 1,08% a 2,05% efectiva mensual sobre el valor total del préstamo



Entidad	Línea de Crédito	Áreas de inversión	Costo de la financiación
Fondo Emprender	El Fondo Emprender financia iniciativas empresariales que provengan y sean desarrollados por alumnos del SENA o egresados de cursos de esta entidad en el programa de jóvenes rurales y líneas de formación de líderes del desarrollo; igualmente incluye a estudiantes de los dos últimos semestres de programas de educación superior reconocidas por el Ministerio de Educación.		Crédito con un plazo máximo de 3 años, el valor de la DTF oscila dependiendo del capital solicitado desde 2,5% a 3,3%.

Cuadro: líneas de crédito aptas para el turismo

Fuente: Unión Temporal Turismo Bolinorsagua, con base en información de la página web de Mincomercio, 2012.

Análisis de las fuentes de financiación

Las opciones de financiamiento para empresarios y sectores públicos principalmente son ofrecidas por la banca de segundo piso. Se entiende por banca de segundo piso las entidades que canalizan recursos a otras instituciones financieras para otorgar prestamos con tasas preferenciales bajo el subsidio y puesta de recursos monetarios del Estado.

Por ello, Bancóldex y Findeter no prestan directamente; para acceder a sus créditos es necesario acercarse a los bancos con los cuales tienen convenio. En el caso de Findeter existe la opción de canalizar recursos a los departamentos para sectores como el turismo con intereses especiales y tiempos de pago que involucran periodos de gracia previo convenio.

Los costos de financiación de los créditos emitidos por estas instituciones toman como base la tasa vigente de la DTF¹⁴¹ en adición a unos puntos estipulados según perfil del financiado.

¹⁴¹Es una tasa de interés que resulta del promedio ponderado de las tasas y los montos diarios de las captaciones a noventa (90) días

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Otra opción de financiación es dada por la banca comercial la cual suele ser la de mayor costo pues en el caso del microcrédito empresarial se cobra la máxima tasa estipulada por la superfinanciera del 33.45% efectiva anual. La razón para que este tipo de préstamo sea el más costoso obedece al alto riesgo con el que se califica a las microempresas.

La opción del crédito de consumo son los productos de libre inversión pero cuya opción de ser otorgados depende del respaldo financiero y crediticio del solicitante.

En términos generales, podría decirse que las fuentes de financiación están disponibles de manera inmediata para los solicitantes que presenten un respaldo financiero como propiedad y planta para ser puestos en garantía del valor solicitado del préstamo. Esto sucede en el caso de que se quiera acceder a las líneas de crédito de entidades comerciales bancarias, de régimen no especial. Esta fórmula de financiación no es asequible para microempresarios ya que se solicitan tasas de solvencia muy grandes para lo que ellos pueden asumir.

De igual manera, las entidades citadas en el párrafo anterior, ofrecen créditos con una tasa de interés superior al 25% anual lo que encarece el pago de la deuda y prolonga los abonos a capital permitiendo que el tiempo de amortización sea superior a cinco (5) años. En el caso de poder acceder a un microcrédito, el más aprobado para los empresarios, éste es catalogado de alto riesgo por lo que su tasa es la misma de usura fijada por la SuperIntendencia Financiera (33% anual).

En referencia a los créditos de fomento especial, existe una gran desinformación hacia los mismos. Lamentablemente las instituciones que los ofrecen como Bancóldexno hacen presencia a nivel municipal, lo que obliga a un desplazamiento a la ciudad, condición que afecta considerablemente la accesibilidad a la información de este tipo.

Por otro lado, aunque el Fondo de Promoción Turística es un buen aliado en la puesta de recursos para proyectos de turismo, los montos de financiación y la aprobación del mismo dependen del destino y uso de los fondos. Para acceder a esta financiación se deben formular proyectos bajo la metodología propuesta en el manual de proyectos de



la entidad. Vale la pena aclarar que para mejoras locativas en propiedad privada no se entregan recursos.

Después de este análisis de las fuentes o entidades que otorgan financiación de cualquier tipo para proyectos inmersos en la industria turística, se puede concluir que aunque las fuentes de financiación son suficientes, existen varios aspectos que retardan el acceso a las mismas; entre otros:

- 1) La falta de información por parte de los agentes del sector a la hora de conocer las fuentes de financiación que podrían desarrollar sus proyectos.
- 2) La falta de conocimientos a la hora de crear un plan de negocios, uno de los requisitos mínimos que se solicitan, en el que no solamente se debe realizar una descripción minuciosa del proyecto sino su viabilidad económica y financiera.
- 3) En ocasiones, los trámites administrativos se convierten en camisas de fuerza que dilatan la aprobación de los proyectos.

1.5. ANÁLISIS DOFA

La Matriz Dofa es un método de análisis de vulnerabilidad utilizado en ejercicio de planeación estratégica que se utilizará en este caso en particular, para determinar el desempeño del departamento del Huila en materia de competitividad turística.

La aplicación de esta herramienta busca generar información poderosa para la toma de decisiones de alto impacto en el destino así como para integrar procesos que se anticipen o minimicen las amenazas del medio, el fortalecimiento de las debilidades, el potenciamiento de las fortalezas internas y el real aprovechamiento de las oportunidades presentes.

El resultado de este ejercicio es un plan de trabajo conjunto e integrado a todo nivel del departamento, de tal manera que las actividades y compromisos de los actores desde lo público, lo privado, la academia y lo social se complementen para que todos los esfuerzos en materia turística vayan en un solo sentido.

Esta Matriz Dofa recoge por cada uno de los cuatro factores propuestos en la metodología (Crouch&Ritchie) la información secundaria recabada por el equipo

técnico departamental (antecedentes, condiciones del entorno, conectividad y accesibilidad, infraestructura, seguridad, comunidad receptora, estructura empresarial según RNT, formación y capacitación y gestión turística del destino); los análisis de las visitas de campo de los profesionales transversales (ambiental, mercadeo, POT y calidad); y finalmente, el análisis de las encuestas y entrevistas realizadas a actores institucionales, gremiales y académicos, prestadores de servicios turísticos, comunidad en general, turistas y demás actores que han participado activamente en los talleres realizados en la ciudad de Neiva y el municipio de San Agustín.

ANÁLISIS DE DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALEZAS Y AMENAZAS POR FACTORES.

1.5.1. FACTOR DE ATRACCIÓN

FACTOR	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ATRACCIÓN	Declaratoria de los parques arqueológicos como Patrimonio de la Humanidad.	Mal estado de las vías.
	Buena conservación de los parques arqueológicos (limpieza y señalización).	Falta de personal bilingüe.
	Cercanía del Desierto de la Tatacoa a Neiva.	Falta de cultura turística y desconocimiento de los atractivos.
	Hallazgos arqueológicos en todo el departamento.	Informalidad en la oferta de servicios.
	Actividades de turismo de aventura en los ríos Páez y Magdalena (Aunque en el río Páez debe hacerse nuevamente la investigación para hacer rafting ya que cambió el curso del río).	Falta de infraestructura y control de acceso dentro del Desierto de la Tatacoa. Falta de asociatividad entre los prestadores.
	Desierto de la Tatacoa: único lugar donde se puede hacer observación astronómica en el país.	Falta de especialización y diferenciación entre un destino arqueológico y otro (San Agustín e Isnos).
	Variedad de museos en buen estado.	Problemas en la oferta gastronómica. Dificultad para encontrar aquello que no es lo "típico".
	Tradición de Fiestas y Folclor.	Falta de promoción de los museos (sobre todo en Neiva).

Opciones de agroturismo en Loma Chata.	Ausencia de planes de manejo y capacidad de carga para los atractivos utilizados.
Destinos con atractivos naturales variados (ríos, quebradas, embalse de Betania, montañas, senderos, cuevas, cascadas, páramos y el Macizo Colombiano o estrella fluvial colombiana, con la bifurcación de las cordilleras Central y Occidental; los volcanes de Sotará, Puracé y Coconucos, y el páramo de las Papas).	Inexistencia de planes de manejo de residuos sólidos y líquidos.
Sistema Nacional de Áreas Protegidas, Sinap, Sistema Departamental de Áreas Protegidas SIDAP, Sistema Regional de Áreas Protegidas SIRAP, (reservas forestales, Reservas de la Sociedad Civil parques nacionales naturales, parques naturales regionales y Distritos de Manejo Integrado).	Desorganización para operar algunos destinos y/o atractivos.
Diversidad de Paisajes.	Falta de infraestructura básica en algunos destinos y atractivos.
Diversidad de especies de fauna y flora nativas con diferentes usos (gastronomía, medicina, industria, observación).	Desconocimiento de algunos atractivos turísticos del departamento
Oferta hídrica abundante (quebradas, ríos y humedales, aguas subterráneas), somos reserva de la biósfera declarada por la Unesco.	Dificultades de acceso.
	Hábitats destruidos para la siembra de cultivos ilícitos.
	La creciente tendencia a la deforestación aún en las áreas protegidas.
	Desarticulación entre las instituciones ambientales y comunidades usuarias de recursos de las áreas protegidas.
	Falta de administración eficiente en las áreas protegidas.
	Insuficiencia de recursos económicos para la prevención y mitigación de las amenazas naturales.
	Falta de regulación y reglamentación de

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

	accesos.
	Aumento en la degradación y transformación de los paisajes actuales.
	Poca organización comunitaria para el manejo de turismo rural o de naturaleza.
	Deficientes prácticas ambientales para el manejo de cadenas productivas.
	Falta de divulgación y publicidad sobre muchos atractivos del departamento.
	Biopiratería, uso de agroquímicos.
	Limitados planes de manejo para conservación y uso de las especies de interés. Existe una alta comercialización ilegal de especies, tanto para abastecer el mercado de madera valiosa, como por la tendencia a tener especímenes de fauna como mascotas o usarlos para consumo.
	Desconocimiento de la diversidad biológica.
	Falta de información para formular proyectos y programas con el fin de manejar y conservar la diversidad biológica y la que existe no es de fácil acceso.
	Falencias en la administración del recurso hídrico.
	Falta de continuidad en el desarrollo de proyectos ambientales sostenibles
	Falta de prácticas cotidianas de manejo ambiental (rural y urbano). El comercio de tierras indiscriminado corta procesos de conservación.
	Falta de incentivos económicos para la conservación.
	Pocos paquetes tecnológicos y económicos para implementar iniciativas de transformación agrícola, innovación, responsabilidad ambiental y dinamismo comercial,





AMENAZAS	OPORTUNIDADES
	Desconocimiento del concepto de Biocomercio. Ausencia de planes de manejo para algunos sistemas hídricos lagunares. Prácticas inadecuadas de riego arrastran partículas de suelo y aumentan la carga de sedimentos de las fuentes hídricas.
Problemas de seguridad	Potencialidad para desarrollar la ruta entre Neiva y San Agustín.
Falta de estudios de capacidad de carga.	Articulación de Tesalia y Paicol a través del producto Territorio Páez y del producto arqueológico con Tierradentro (Cauca).
El nuevo turista no quiere ir a destinos que no sean sostenibles.	Tendencia del turismo mundial hacia el conocimiento del patrimonio cultural de los destinos.
Actividades antrópicas mal orientadas (mal manejo del destino por parte de los operadores o usuarios-intervención de los atractivos, aumento de turistas).	Desarrollo de otros destinos arqueológicos que actualmente no están siendo visitados por problemas en las vías.
Procesos de colonización, que ocasionan la tala de los bosques y la vegetación de páramo para ampliar la frontera agropecuaria, y construcción de vías, lo que ha conlleva a un alto deterioro ambiental.	Turistas interesados en actividades agroturísticas.
Amenazas naturales (sismicidad, volcanes, remoción en masa, inundaciones).	Neiva como preámbulo a la oferta cultural del departamento.
Mega proyectos en áreas ambientalmente estratégicas.	Tendencia nacional y mundial por el turismo de naturaleza y de aventura.
Actividades minero energéticas sin el cumplimiento de normas ambientales.	Implementación del Plan de Gestión Ambiental Regional del departamento del Huila 2011-2023.
Incendios forestales.	Implementación del Plan de Desarrollo 2012-2015 "Haciendo el Cambio en el Huila".

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

El cambio climático (si no se actúa a tiempo, los atractivos o destinos pueden sufrir los efectos negativos del fenómeno).	Creciente inversión extranjera permite la ampliación del turismo comercial.
Fragmentación de las áreas naturales y aumento de usos inadecuados.	Plan de manejo y declaratoria del Desierto de la Tatacoa como área natural protegida del departamento.
La alteración de los páramos es responsable de la pérdida de su papel en el suministro de bienes y servicios ambientales	Incentivos económicos para el ecoturismo: exenciones tributarias. Decreto 2755 del 2003. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, expedido para un período de 20 años.
La sobreexplotación de los suelos y el uso de agroquímicos ha hecho que los suelos se degraden y se genera la necesidad de buscar tierras con mejores condiciones agrologicas.	El cambio climático (El mundo en general está proponiendo alternativas para la mitigación y adaptación al cambio climático, con herramientas y metodologías para trabajar en esta línea).
La apertura de corredores viales genera frentes de colonización en zonas con coberturas forestales no intervenidas.	Interés nacional por la protección de los recursos naturales.
Destrucción y pérdida de fósiles.	Desarrollo de programas de formación de guías y servidores en el turismo con enfoque en temas ambientales.
Deterioro natural y paisajístico del desierto (lluvias y vientos).	Programas de fortalecimiento comunitario nacional e internacional
Los TLC si no se establecen regulaciones y controles dinámicos que impida a investigadores foráneos extraer recursos biológicos (materia viva) y los patenten en sus países de origen.	El Plan Nacional De Desarrollo 2010-2014.
La desorganización comunitaria.	Acceso a recursos por pago de servicios ambientales.
Exploración petrolera cuando efectúan las detonaciones para las sísmicas y la contaminación industrial resultante de esta actividad.	Reactivación del Ministerio del Medio Ambiente.
Disminución de coberturas forestales en los nacimientos debido a tala y quema de bosques para ampliar la frontera agropecuaria. No se hace cumplir la norma de la margen ambiental en fuentes hídricas.	Los TLC porque se convierten en una oportunidad para implementar mecanismos adicionales de prevención a la biopiratería actual



	Posible contaminación de aguas por lixiviados generados en los sitios de disposición final de residuos sólidos.	Existencia del Proyecto Protección y Recuperación de Cuencas Hidrográficas y Administración del Recurso Hídrico. CAM (reglamentación de las corrientes río Aipe (Aipe), quebrada La Honda (Gigante), río Bache (Palermo, Neiva y Aipe), río Yaguará (Yaguará), quebrada Majo (Garzón), río Villavieja, río Guarocó, quebrada Las Vueltas y quebrada la Rivera, e integración al Sistema de Información Geográfico de la Corporación).
	Disminución de las áreas sembradas por falta de agua para riego, piscicultura y agroindustria.	Descontaminación Hídrica e Implementación y Monitoreo del Recurso (diseño e implementación de la red de monitoreo de calidad y cantidad del recurso hídrico del Alto Magdalena).
	Sedimentación del embalse de Betania.	
	Daños ambientales de la minería ilegal.	

1.5.2. FACTOR SOPORTE

FACTOR	FORTALEZAS	DEBILIDADES
SOPORTE	Posición geográfica, liderazgo en el Sur colombiano.	Migración de la población del campo a la ciudad por falta de oportunidades..
	Buen comportamiento de los indicadores económicos	Desplazamientos forzados del campo hacia la ciudad y en algunos casos de la ciudad al campo.
	Repunte de sectores como café y piscicultura, aumento de exportaciones	Aumento del desempleo en la región.
	Variedad de climas (diversidad de pisos térmicos, desde desierto a nevado).	Aumento de la economía informal.
	Punto de entrada para la conectividad del sur del país.	Aumento de la invasión del espacio público.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Buen estado de conservación y mantenimiento de la red vial primaria que comunica al departamento con el centro del país y lo atraviesa de sur a norte.	Baja dinámica del comercio exterior en productos no tradicionales.
Buena oferta de rutas, itinerarios y empresas de transporte aéreo para Neiva.	Rezago en incorporación de Ciencia, Tecnología e Innovación a procesos productivos para generar mayor valor agregado en productos y servicios.
Terminales terrestres y aéreas recién construidos, remodelados, con más comodidades para el turista (Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata).	Falta liderazgo, coordinación y voluntad de los dirigentes políticos, empresariales, gremiales, académicos y cívicos.
Buena infraestructura y cobertura de servicios públicos en la zona urbana (acueducto, alcantarillado, energía y gas).	Ausencia de desarrollo de proyectos estratégicos en el sector empresarial (falta cultura del emprendimiento).
La red vial primaria del departamento en buenas condiciones.	Condiciones laborales desfavorables
Condiciones naturales favorecen el uso de energías alternativas (eólica y solar).	Falta de inclusión de comunidad por parte de empresas.
Existe servicio de salud en buena parte de los municipios con vocación y demanda turística.	Políticas crediticias que no favorecen las inversiones en las pymes.
Se ha aumentado el pie de Fuerza Militar y policial para el departamento.	Presupuesto limitado para el desarrollo del sector turístico.
El huilense se caracteriza por ser gente tranquila, cálida, amable y hospitalaria con el turista.	Falta de mecanismos para fortalecer la atracción de inversiones en los renglones económicos identificados como sectores de alta potencialidad.
Hay interés de la población por aprender sobre el tema sectorial de turismo, principalmente en los municipios con dicha vocación.	Baja capacidad adquisitiva de la población.
	Bajos niveles de escolaridad de la población en educación técnica y superior.
	Baja calidad y cobertura en el servicio de transporte intermunicipal.
	Señal deficiente en algunas zonas del departamento en telefonía celular.





	Falta de cobertura en redes de banda ancha-conectividad a la red Internet (no funciona el programa Huila Digital).
	Altos costos de transporte aéreo .
	No hay un terminal de transporte en San Agustín.
	No hay vuelos comerciales a Pitalito.
	Faltan conexiones aéreas desde la ciudad de Neiva con otras ciudades diferentes a Bogotá.
	Ausencia de cajeros electrónicos en los municipios con vocación turística.
	Incumplimiento de los itinerarios por parte de las aerolíneas.
	Red vial secundaria y terciaria en regular y mal estado.
	Débil calidad y cobertura en la red de servicios públicos (acueducto, alcantarillado y energía y gas) en la zona rural.
	Escasa utilización de energías alternativas (eólica y solar).
	Falta de señalización vial y turística, principalmente en vías secundarias y terciarias.
	Muelles y malecones en mal estado.
	Falta de un centro para eventos feriales tanto en Neiva como en Pitalito, principalmente.
	Falta de espacios públicos para el disfrute.
	Falta de acceso y amueblamiento en los atractivos turísticos.
	Falta de puntos de información turística
	Deterioro del Patrimonio Histórico, Cultural y Arquitectónico en el departamento.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

	Débil infraestructura y equipamiento en la red hospitalaria.
	Insuficiente infraestructura turística.
	Activa presencia de grupos armados al margen de la ley.
	Percepción de inseguridad.
	Bajo pie de fuerza de la división de Policía de Turismo en el departamento (solo 12 unidades actualmente).
	Falta de aseguramiento en las actividades de aventura.
	Bajo equipamiento de la Policía para el cumplimiento de sus labores.
	Bajo conocimiento de los atractivos turísticos por parte de la fuerza pública.
	Baja articulación interinstitucional (programas) con la Policía de Turismo.
	Falta participación activa de los municipios en el Consejo de Seguridad Turística, de manera que se fortalezca y su gestión sea más efectiva.
	Baja coordinación de los organismos de socorro.
	Bajos niveles de seguridad en algunos atractivos turísticos.
	Poca conciencia de la importancia de la actividad turística en la economía departamental.
	Precaria cultura turística.
	Desconocimiento del territorio y de los atractivos turísticos.
	Desconocimiento de la oferta hotelera y gastronómica y de actividades complementarias para el turismo.
	Bajo sentido de pertenencia por su tierra y su cultura (Cultura Ciudadana).





	<p>Poco interés del recurso humano de calificarse y desarrollar competencias en temas turísticos.</p> <p>Baja valoración sobre la potencialidad del turismo.</p> <p>Desarticulación entre los actores sectoriales y la comunidad local.</p> <p>Baja organización comunitaria y sensibilización frente al turismo, conllevando a una poca o casi nula participación en las decisiones estratégicas del sector.</p>
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Altos niveles de informalidad.	Cercanía al mercado emisor más grande del país.
Deterioro del tejido social (drogadicción, prostitución, violencia, etc.).	Desarrollo de grandes proyectos de inversión de orden nacional que incluyen el departamento del Huila (El Quimbo, zona franca Surcolombiana, zona franca Biocafé; entre otros).
Mayores avances de conectividad vial en otros Departamentos.	Llegada de nuevas inversiones en proyectos empresariales (centros comerciales, almacenes de cadena, hoteles).
Desarrollo de nuevos productos turísticos en otros departamentos con similar vocación turística.	Desarrollo de proyectos VIS y gran dinámica del sector de la construcción.
Impulso del turismo con importantes recursos económicos en regiones aledañas.	Conectividad vial con los mercados emisores principalmente Bogotá, Cali, Medellín y Eje Cafetero.
Pérdida del patrimonio arquitectónico.	Localización geográfica estratégica
Contaminación de las fuentes hídricas de uso turístico por mal manejo y disposición de residuos sólidos y líquidos.	Integración Nación-región.
Brotos de delincuencia en el departamento	Continuidad del plan departamental de aguas.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Incremento del turismo sexual.	Destinación de recursos nacionales y departamentales para la recuperación de la red vial que se encuentra en condiciones regulares en algunos tramos debido al invierno.
La presencia de vendedores ambulantes y mendicidad entorno a los sitios turísticos.	Nuevos proyectos de inversión en infraestructura.
Incremento de amenazas, secuestros, delincuencia común, etc.	Importantes obras viales que se están adelantando (vías para la Competitividad) y otras más que se proyectan en el departamento.
Alteración del orden público en algunas zonas del departamento.	Recuperación de la navegabilidad del río Magdalena y desarrollo de actividades de aventura en el Alto Magdalena.
Descomposición social como efecto de un turismo mal planificado...	Conformación del Consejo de Seguridad Turística
Aumento del abuso sexual infantil	Voluntad del Gobierno por mantener la seguridad turística en los atractivos turísticos relevantes.
No consolidar la oferta turística local y los procesos comunitarios asociados, en mercados regionales y nacionales, puede generar falsas expectativas, frustración y rechazo en la población local.	Se tiene un concepto positivo sobre la hospitalidad del huilense.
	Creciente demanda a nivel mundial, relacionado con el conocimiento de las tradiciones y costumbres de las poblaciones.





1.5.3. FACTOR PRODUCCIÓN

FACTOR	FORTALEZAS	DEBILIDADES
PRODUCCIÓN	Disponibilidad de personal para trabajar.	Falta de diseño de paquetes turísticos por parte de las agencias operadoras.
	Desarrollo de programas de gestión empresarial.	Falta capacitación del personal para la prestación de servicio (especialmente formación especializada para guías).
	Variedad de hospedajes como: hoteles urbanos y rurales con RNT, con instalaciones agradables para prestar un buen servicio.	Bajo dominio de una segunda lengua.
	La oferta del alojamiento campestre se ha incrementad.	Falta de unión entre empresarios y comunidad.
	La unión que existe entre el sector hotelero en algunos municipios fomenta la comunicación y la seguridad para la prestación del servicio.	Falta de conocimiento de proyectos, planes de negocio y gestión empresarial.
	La demanda por el hospedaje campestre está en aumento.	Existen problemas de calidad en la prestación del servicio de alojamiento.
	Los precios ofrecidos son accesibles.	Falta de convenios de los hoteles con las agencias de viajes del departamento.
	Oferta de paquetes turísticos atractivos para los turistas y con valores agregados.	Falta de guías turísticos.
	Insumos de planeación como el Plan Regional de Competitividad (énfasis en desarrollo empresarial, emprendimiento para la apuesta turística).	Trato no cordial con los turistas en algunos atractivos.
	Demanda en la prestación del servicio hotelero sigue en aumento.	Poca responsabilidad con los servicios ofrecidos a los clientes ya que no cumplen con sus expectativas.
Alto grado de formalización de los prestadores de servicios turísticos de la región.	Altos costos que se manejan en temporada baja por parte de algunos prestadores de servicios turísticos.	

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Aumento de la competencia del sector hotelero por los servicios ofrecidos.	La calidad del servicio de restaurante no es proporcional a los precios en algunos establecimientos gastronómicos
Bajo costo de mano de obra.	Las instalaciones de los hoteles son deficientes no son del gusto de los clientes en algunos establecimientos de alojamiento y hospedaje.
El Sena ha fortalecido su oferta de capacitación técnica ampliando y diversificando los cursos que ofrece, especialmente a través del Centro Agro turístico de La Plata.	Bastante informalidad en la prestación del servicio hotelero.
Se cuenta con programas profesionales de Administración Turística y Administración Hotelera y Turística (Corhuila y CUN).	El sector hotelero tiene muy poco conocimiento de la legislación ambiental.
Se han vinculado 4 colegios al Programa Colegios Amigos del Turismo (Neiva, Villa vieja, Tesalia y Paicol).	Poco personal capacitado en el subsector de alojamiento rural.
Actualmente la Escuela Tecnológica de Neiva tramita ante el Ministerio de Educación Nacional el Registro Calificado para el programa de Gestión del Turismo Sostenible.	Número importante de empresarios del sector con una limitada formación en turismo.
Los gremios del sector y la Cámara de Comercio de Neiva, ofrecen programas de capacitación para sus afiliados en temas de competencia laboral en las diferentes áreas de la actividad turística y en formalización empresarial.	Baja formación en la gente vinculada a la prestación de servicios turísticos.
La Gobernación del Huila apoya económicamente oportunidades de capacitación para empresarios del sector.	Baja competencia en la fuerza laboral que ofrece la comunidad.
	Limitada oferta en la formación superior en turismo.
	Limitada oferta de docentes calificados.
	Dificultades para encontrar patrocinadores y empresas para realizar prácticas.
	Limitada oferta de capacitación en idiomas.



	Escasa oferta de profesionales bilingües.
	Falta articulación interinstitucional e intergremial para organizar la oferta de formación relacionada con el sector.
	No han considerado la incorporación del turismo como un énfasis en los planes educativos institucionales de los colegios.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Alteración del orden público a nivel nacional.	Voluntad del Gobierno por realizar actividades que incrementen el turismo en la región.
Incremento de la informalidad y el desempleo.	Llegada de inversión extranjera a la región
Precio del combustible en aumento.	Existencia de normatividad para las actividades turísticas.
Problemas de orden público que afecten la inversión extranjera.	Acceso a tecnología y sistemas de información.
Desconfianza del sector hotelero hacia los turistas.	Hay recursos económicos para capacitación y formación para la prestación de servicios turísticos.
Altos costos que se manejan en temporada baja por parte de algunos prestadores de servicios turísticos.	Recursos del orden nacional para la competitividad empresarial.
Falta de control y políticas a nivel regional por el incremento del turismo rural.	Recursos de cofinanciación del Fondo de Promoción Turística de Colombia para la incorporación de estándares y certificación en NTS.
Baja demanda en los programas de turismo lo cual está provocando el cierre de programas.	Expectativa de llegada de nuevas opciones académicas ofrecida por instituciones atraídas por el potencial que advierten en la región.
El sector turístico no cuenta con personal huilense capacitado para la laborar en el sector.	

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Deserción de los estudiantes en los programas académicos relacionados con el turismo.

1.5.4. FACTOR GESTIÓN

FACTOR	FORTALEZAS	DEBILIDADES
GESTIÓN	Buen posicionamiento en la mente de los turistas locales.	Solo se promocionan San Agustín y la observación de las estrellas en la Tatacoa. Los demás atractivos son poco conocidos.
	Presencia en todas las ofertas comerciales del país así como en guías nacionales e internacionales.	Falta de Marca Regional para promocionar el Destino Huila.
	Colegios Amigos del Turismo generan material de capacitación.	Desconocimiento del destino por parte de los turistas extranjeros.
	Contar con recursos culturales con reconocimiento: arqueología, gastronomía y folclor (clara atracción para el turista).	Falta de paquetes multidestino.
	Apoyo de la Cámara de Comercio de Neiva y gremios como Cotelco en la promoción del destino.	Falta de estadísticas confiables, oportunas y pertinentes.
	Se ha contado con el apoyo decidido del Gobierno nacional para proyectos del sector (Viceministerio de turismo, Proexport, Findeter; entre otros), Buena articulación destino Huila-Gobierno nacional.	Débil planificación turística en el departamento..
	Se cuenta con inventarios turísticos, pero deben actualizarse	Ausencia de diseños y actualización de productos turísticos según la vocación definida.
	Las empresas turísticas están incorporando personas de la comunidad local en cargos requeridos por ellas.	Débil investigación de mercados y estudios de caracterización de la oferta y demanda.
		Falta de planes de mercadeo y promoción.





	<p>Bajo grado de formulación y/o gestión de proyectos conjuntos para apoyo al desarrollo y gestión del turismo.</p> <p>Falta de definición de criterios de sostenibilidad ambiental y turística.</p> <p>Continuidad de las políticas públicas para el desarrollo del sector.</p> <p>Carencia de innovación en productos y servicios turísticos.</p> <p>Incumplimiento de la normatividad turística.</p> <p>Falta de estrategias de desarrollo y promoción del destino.</p> <p>Débil participación de la comunidad local en decisiones estratégicas de desarrollo y gestión del Destino.</p> <p>Falta de articulación entre el sector público y privado.</p> <p>Débil grado de efectividad en el control y medición de impactos generados o asociados al turismo en el departamento.</p> <p>No existen secretarías de turismo en municipios con vocación turística y en donde existen no están fortalecidas técnica ni económicamente.</p>
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
La gran mayoría de los turistas extranjeros se interesan por la región Caribe.	Creciente interés por Colombia en los principales mercados emisores.
El posicionamiento del destino con base en la arqueología y el desierto desdibuja el resto de los atractivos.	El destino es la puerta de entrada a la parte suroccidente del País.
Mayores exigencias de los turistas respecto al manejo ambiental.	Creciente interés de los mercados emisores por los sitios naturales.

Capítulo 1 - Diagnóstico

Huila

Baja competitividad en el destino.	Desarrollo del agroturismo (prácticamente inexistente en otras regiones).
Sector altamente desorganizado.	Interés de mercados puntuales por el turismo arqueológico.
Mayor exigencia del turista de infraestructuras cómodas.	Creciente interés por el turismo astronómico no científico.
La velocidad del avance en la tecnología deja obsoletas las herramientas usadas por el empresario.	Reconocimiento del folclor local a través de sus fiestas para impulsar el turismo de Neiva y demás municipios.
Mayor exigencia del turismo en la relación costo beneficio.	Acceso a nuevos mercados.
Otros departamentos con menos interés han logrado posicionar más rápidamente sus productos turísticos.	Consolidación del sector turístico.
	Participación en ferias y/o eventos internacionales.



Plan de Desarrollo Turístico Huila

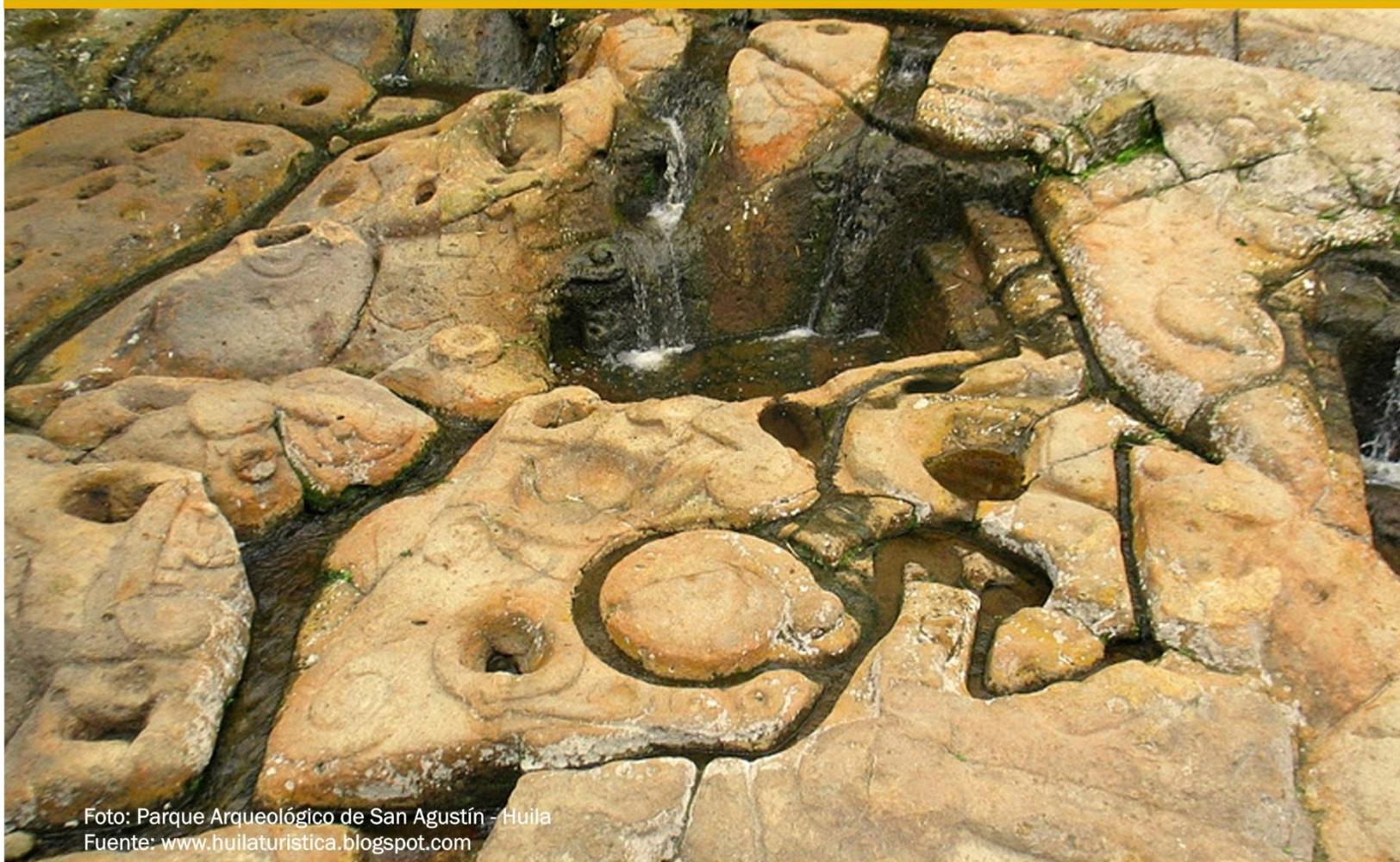


Foto: Parque Arqueológico de San Agustín - Huila
Fuente: www.huilaturistica.blogspot.com

Capítulo 2

Plan Estratégico

2.1. INTRODUCCIÓN

El presente plan estratégico tiene como sustento el análisis realizado en el capítulo anterior que detalla el estado en que se encuentra el sector turístico en el departamento del Huila. El estudio de los diferentes aspectos que inciden en el desarrollo del turismo, realizado de manera conjunta por una gran diversidad de actores del mismo, dio valiosos elementos para identificar el entorno competitivo que enfrenta y construir una matriz de sus principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (DOFA).

A partir de dicho análisis, se trabajó igualmente de forma colectiva en el diseño de las estrategias y las líneas de acción que pueden conducir al fortalecimiento del sector y de su oferta turística. Información que se condensa en un marco lógico, instrumento que resume claramente los diferentes programas, proyectos y subproyectos que pueden conducir al cumplimiento de los objetivos, como también señala de manera explícita las actividades que se recomienda llevar a cabo para alcanzarlos.

2.2. OBJETIVOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

2.2.1. Objetivo general

Posicionar al Huila como un destino turístico competitivo, especialmente en su oferta de turismo histórico cultural (arqueología, astronomía, ferias y fiestas), de naturaleza (ecoturismo, agroturismo y aventura) y eventos.

2.2.2. Objetivos específicos

- Consolidar y dar valor a los elementos esenciales (aspectos naturales, la cultura e historia, los eventos especiales, actividades de entretenimiento y ocio) y de equipamientos que atraen y motivan al turista o visitante a desplazarse al destino Huila.
- Incrementar el nivel de satisfacción de los visitantes y mejorar la experiencia turística integral en el destino Huila.



- Determinar las condiciones básicas que inciden en la mejora y efectividad de los factores de soporte y facilitadores en el destino Huila, dirigidos a satisfacer las necesidades de los turistas.
- Fortalecer la estructura productiva, empresarial, gerencial y cultural de los prestadores de servicios turísticos en el destino Huila.
- Implementar una dirección coherente, eficiente y estratégica de la política pública de turismo que incluye una gran estrategia de promoción y mercadeo y la articulación y coordinación del sector público y privado en el destino Huila.

2.3. VISIÓN TURÍSTICA DEL HUILA AL 2015

En el año 2015, el departamento del Huila será reconocido como un destino turístico competitivo con una oferta de productos históricos y culturales en arqueología, astronomía y ferias y fiestas, de naturaleza en ecoturismo, agroturismo y aventura, y en eventos, y se habrá posicionado en mercados especializados.

Los actores del sector turístico, públicos y privados, trabajarán de manera articulada, orientados desde la Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila y avanzarán especialmente en la gestión para estructurar mejores productos y destinos sostenibles y conseguir recursos para el sector.

El departamento tendrá un talento humano competente que responderá a las necesidades del sector como consecuencia de la articulación Academia-Empresa-Estado, que habrá logrado una oferta educativa pertinente, diversa y especializada. Personal bilingüe y capacitado en gestión de proyectos contribuirá al fortalecimiento del sector.

Los prestadores de servicios turísticos habrán consolidado procesos asociativos y la eficiencia de sus empresas habrá mejorado mediante un proceso de capacitación continua y aplicación de las normas técnicas sectoriales de sostenibilidad, que serán de obligatorio cumplimiento y permitirán ofrecer un servicio de calidad y valor agregado, generado por procesos de investigación aplicada, innovación y desarrollo tecnológico del sector.

2.4. ESTRATEGIAS DEL PLAN

Para alcanzar el objetivo previsto en la Visión turística del Huila se han identificado las diferentes estrategias que es preciso implementar en el departamento para que se superen las debilidades identificadas en el diagnóstico previo y que deberán impactar sobre cada uno de los factores que afectan de manera determinante la competitividad del sector turístico y, que de acuerdo con la concepción de Corach & Ritchie, son: soporte, atracción, producción y gestión, que en general se refieren a la infraestructura que soporta el sector, los atractivos del lugar, el empresariado vinculado al turismo y la promoción del destino.

A continuación se describen las diferentes estrategias propuestas, las cuales se presentan señalando en primera instancia los programas que agrupan una serie de proyectos, desglosados para facilidad de ejecución en diversos subproyectos, que de manera puntual se proponen para solucionar las situaciones problemáticas identificadas.

2.4.1. EJE ESTRATÉGICO:FACTOR ATRACCIÓN

El factor de atracción se desarrolla a través de dos (2) programas:

- **Destino Huila: equipado para el turismo**, que contempla el proyecto **Construcción y adecuación de equipamientos en los municipios con vocación turística del destino Huila** (con 7 subproyectos) y el proyecto de **Recuperación y amueblamiento del espacio público urbano para el turismo en los municipios con vocación turística del destino Huila** (con 2 subproyectos).
- **Destino Huila: Mágico pasado, maravilloso presente**, que contempla los proyectos **Estructuración del producto histórico cultural con base en la Arqueología, Astronomía, Ferias y Fiestas, y Gastronomía para el destino Huila** (8 subproyectos), **Estructuración de productos de naturaleza para el destino Huila** (5 subproyectos), **Desarrollo del turismo de congresos, eventos e incentivos en el destino Huila** (2 subproyectos), **Desarrollo de productos de turismo de aventura para el destino Huila** (1 subprefecto) y **Estructuración del producto de ocio, recreación y bienestar para el destino Huila** (2 subproyectos).



A continuación se presenta la descripción detallada de cada programa con sus respectivos proyectos y subproyectos:

PROGRAMA DESTINO HUILA: EQUIPADO PARA EL TURISMO

La infraestructura turística es una plataforma de soporte para la prestación adecuada de servicios y para el desarrollo de las actividades relacionadas. Es claro que esta infraestructura debe contar con personal calificado con el que se optimice su uso y se genere esa relación con el usuario/turista, alcanzando el nivel de satisfacción esperado.

Lograr esta atracción en gran escala es posible solo con grandes proyectos, es decir, aquellas atracciones culturales, recreativas, de aventura, ecoturísticas, etc., o una mezcla de las distintas modalidades de turismo, que garanticen un número importante de visitantes como los que exigen las metas que se han propuesto, sin desconocer que concretar una oferta de estas características exige importantes inversiones.

Contar con una infraestructura turística competitiva, funcional y moderna que dé soporte a la operación y prestación de los servicios asociados a los productos turísticos del destino Huila es uno de los principales objetivos de este programa, que se desarrolla a través de los siguientes proyectos y subproyectos:

PROYECTO: CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIÓN DE EQUIPAMIENTOS EN LOS MUNICIPIOS CON VOCACIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO HUILA

Se han priorizado grandes proyectos de infraestructura, principalmente en los clúster Neiva-Ciudad Región (con el objeto de convertir a Neiva en ciudad de eventos y negocios), arqueológico, así como en el microclúster Desierto de la Tatacoa, enfocados hacia la construcción y adecuación de equipamientos que permitan la consolidación de la vocación turística del destino Huila.

Subproyecto: Construcción del teatro Auditorio del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.

El teatro auditorio corresponde a la cuarta y última etapa del Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera el cual permitirá “articular en un mismo lugar lo

cultural, turístico, productivo, recreativo y educativo, convirtiéndose en un hecho urbano que le dé identidad a la ciudad”¹⁴². Como parte del proceso, el departamento dispone ya del anteproyecto elaborado por la Universidad Nacional. Los diez mil millones de pesos autorizados de endeudamiento permitirán proceder a contratar el proyecto final que involucra los estudios técnicos necesarios para su construcción.

El teatro auditorio tendrá una capacidad para 1.200 sillas, inclinado, con acústica, dos salones auxiliares para 160 y 135 personas, los cuales podrán utilizarse para música de cámara y ensayos de la Banda Sinfónica, escenario con tramoyas y equipos multimedia y técnicos; así como todos los servicios requeridos para este tipo de construcciones, una cafetería en el primer piso, restaurante en la terraza y parqueaderos. Tendrá una inversión inicial para la primera fase de 10 mil millones de pesos.

El proceso de construcción se realizará en dos fases: la primera contendrá la construcción del edificio incluyendo la caja bioclimática, el espacio público y los dos salones auxiliares. La segunda fase incluiría la construcción de la caja acústica, los equipos que hacen parte de la construcción, el amueblamiento y dotación de equipos multimedia.

Este es un proyecto que ha sido priorizado por la Gobernación del Huila como regalo de cumpleaños a la ciudad de Neiva que en el año 2012 cumple 400 años de existencia, con un costo aproximado de veintiocho mil millones de pesos.

Subproyecto: Construcción del Centro Ferial Surcolombiano

Este proyecto se construirá en las instalaciones donde actualmente funciona el ICA (a un costado del centro de convenciones), tiene todos los estudios realizados y diseños y cuenta con el 100% de los recursos económicos gestionados. Se convertirá en el principal centro ferial Surcolombiano y aportará para convertir a la ciudad de Neiva y al departamento del Huila en un destino para el turismo de eventos, congresos y convenciones.

¹⁴² Arquitecta Helena Borrero, Planeación departamental

Este proyecto también ha sido priorizado por la Gobernación del Huila como regalo de cumpleaños a la ciudad de Neiva que en el año 2012 cumple 400 años de existencia y tiene un costo aproximado de 12 mil millones de pesos. Pronto iniciará su proceso de construcción.

Subproyecto: Construcción y dotación del Parque de la Música Jorge Villamil Cordovés (concha acústica).

Este proyecto es un homenaje al compositor de las Américas Jorge Villamil. Se desarrollará en la actual concha acústica y la obra es una alegoría a Los Guadales, uno de los temas insignes del Maestro. Adicionalmente se tendrán diferentes espacios para la cultura, la recreación y el deporte, zonas verdes, modernas edificaciones, adoquines y fuentes de agua iluminadas de colores que llevarán los nombres de las diferentes obras del famoso compositor.

El Gobierno departamental cuenta con diez mil millones de pesos provenientes del Ministerio de Cultura para adelantar la primera fase del parque, así como con nueve mil millones de pesos de recursos propios y la Alcaldía de Neiva comprometida con quinientos millones de pesos. El valor total del proyecto es de treinta y dos mil millones de pesos. Los estudios y diseños de la obra para la ciudad los pagó el departamento.

Al igual que los primeros dos subproyectos, éste también ha sido priorizado por la Gobernación del Huila como regalo de cumpleaños a la ciudad de Neiva en el 2012.

Subproyecto: Construcción de museos de cuarta generación (Planetario de Villavieja, Parque -Museo de San Agustín).

Este proyecto ha sido priorizado en el plan de desarrollo 2012-2015 “*Haciendo el cambio*” y busca que en torno a dos importantes temáticas para el desarrollo turístico del departamento del Huila se construyan ambientes dispuestos a propiciar procesos de aprendizaje alrededor de la Ciencia y la Tecnología como formas de comprender y transformar el mundo.

Se pretende que estos museos estén concebidos de manera sistémica, es decir, como un conjunto de objetos articulados en torno a una intención comunicativa y pedagógica, donde se busca una alta participación individual y colectiva de las

personas y turistas que los visiten (lograr la interactividad mental, y de esa forma hacer que el visitante sea el protagonista). La Universidad de Antioquia sería la principal aliada para el desarrollo de estos proyectos.

El departamento tiene una proyección de recursos por el orden de diez mil millones de pesos para realizar estas infraestructuras en los municipios de San Agustín y Villavieja.

Subproyecto: Renovación del Parque Arqueológico de San Agustín en sus componentes museográficos y naturales

El Parque Arqueológico de San Agustín es sin duda alguna el atractivo histórico y cultural más importante del departamento del Huila. En el año 1993 fue declarado Monumento Nacional por el Consejo de Monumentos Nacionales, y en 1995 declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, reconociendo este sitio como testimonio único y excepcional de una civilización desaparecida.

El Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH) es la entidad del Estado encargada de administrar dicho parque y de garantizar la investigación, la producción y la difusión del patrimonio antropológico, arqueológico, histórico y etnográfico de esta importante zona del país.

Se hace necesaria, entonces, una renovación museográfica y natural que permita presentar a los turistas nacionales e internacionales un lugar actual y moderno sin perder la esencia y la mística del mismo. Le corresponde entonces al ICANH gestionar un proyecto para poner en valor los diferentes atractivos del parque.

La Gobernación del Huila reconoce la importancia y tiene priorizado este proyecto para su desarrollo durante los próximos cuatro años.

Subproyecto: Desarrollo del parque temático Desierto de La Tatacoa.

Un parque temático es una representación escénica que ofrece al visitante la ilusión de estar en diferentes ambientes o situaciones, con base en un concepto o guion argumental. Siguiendo este concepto el parque temático Desierto de La Tatacoa fue diseñado en el año 2005, con enfoque hacia productos turísticos en astronomía,



ecología, historia y aventura en agua, aire y tierra. Tiene un estudio de mercado que arroja la potencialidad de 240 mil turistas año y declaratoria como Parque Natural Regional desde el año 2008.

Para el desarrollo de este parque se requieren varias infraestructuras entre las que se destacan observatorios astronómicos, planetario, jardín de la astronomía, museo de ciencias naturales, puertos, anillo vial interno, entre otros.

El Gobierno departamental se ha propuesto la construcción de al menos dos de las infraestructuras mencionadas para darle vida a esta estratégica iniciativa: Construcción y operación del Observatorio Solar y Jardín de la Astronomía y renovación y mejoramiento del Observatorio Astronómico de El Cusco. Es por lo tanto prioritario para desarrollar el parque, contar con gestión para conseguir posibles inversionistas.

Subproyecto: Desarrollo del multidestino del río Magdalena en el Alto Magdalena (navegación turística Huila, Tolima y Cundinamarca).

Considerando la proximidad geográfica y la integración de los departamentos de Huila, Tolima y Cundinamarca en virtud del río Magdalena, se deben identificar actividades de turismo que fortalezcan esta unión. El turismo actual desconoce fronteras de países, así que mucho menos tiene en cuenta límites departamentales. Por lo tanto, debe evaluarse la pertinencia de crear actividades multidestino con un eje en común: el río Magdalena. Esta integración regional a través del río sería una gran evidencia de articulación de esfuerzos en torno a la navegación turística y el manejo ambiental y paisajístico, que impulsen el sector turístico y la recuperación del afluente en los tres departamentos.

Sobre este tema ya se vienen adelantando importantes gestiones para tener crear un proyecto de integración regional con base en el río Magdalena entre los tres entes territoriales.

PROGRAMA: DESTINO HUILA: “MÁGICO PASADO, MARAVILLOSO PRESENTE”

Todo destino que busque mejorar su competitividad debe tener una propuesta turística variada y sostenible. Para ello debe contar con una oferta diferenciadora que lo identifique tanto a nivel nacional como internacional. El mercado actual reclama una

especialización cada vez mayor, por lo cual es obligación de los profesionales elaborar productos que satisfagan las necesidades de un consumidor conocedor y exigente.

El Programa “Destino Huila: mágico pasado, maravilloso presente” tiene como objeto conjugar la tradición y la actualidad. Mostrar que el departamento posee, además de una gran riqueza arqueológica, un sinnúmero de posibilidades modernas que se integran perfectamente con su valioso pasado, sin perder su esencia.

La Visión, reflejo de la vocación turística del Huila y en conjunto con las otras potencialidades identificadas, debe ser plasmada a través de diferentes estrategias que pongan en valor sus posibilidades y posicionen el departamento. Con base en lo anterior, los proyectos y subproyectos planteados son:

PROYECTO: ESTRUCTURACIÓN DEL PRODUCTO HISTÓRICO CULTURAL CON BASE EN LA ARQUEOLOGÍA, ASTRONOMÍA, FERIAS Y FIESTAS, Y GASTRONOMÍA PARA EL DESTINO HUILA

La cultura es una constante en la mayor parte de los atractivos del departamento. Por un lado, el arte funerario ancestral de San Agustín y en el otro extremo el siempre vigente Sanjuanero huilense y las Fiestas de San Juan y San Pedro, reflejan la importancia que tiene la historia en este sitio. Es por ello que resulta imprescindible destacar este acervo cultural a través de productos turísticos que motiven el desplazamiento de los turistas.

Los siguientes son los subproyectos que se desprenden del producto histórico-cultural y que integran los diferentes clústers, microclústers, rutas y circuitos seleccionados por su interés turístico.

Subproyecto: Estructuración del producto cultural para la ciudad de Neiva con puesta en valor de los monumentos de Ciudad Villamil, Parque de Mitos y Leyendas y el Malecón.

Neiva, además de ser la puerta de entrada del departamento, es una ciudad destacada del suroccidente colombiano. Desarrollar dos rutas turísticas permitirá a los visitantes la posibilidad de conocer acerca de la historia del destino, enfatizando la



tradición musical tanto como la mítica. Para ello se deben identificar en un primer momento los atractivos que se vincularán por su relevancia. Entre ellos se destacan:

Ciudad Villamil: los diferentes monumentos que rinden homenaje al Maestro Jorge Villamil deben ser enlazados en una ruta musical correctamente señalizada y con un orden lógico desde el punto de vista geográfico, si es posible cronológico. El Museo Villamil se integra perfectamente en este recorrido brindando un soporte biográfico.

Parque de Mitos y Leyendas: limpieza y clasificación de las esculturas. Desarrollo de un guion explicativo al lado de cada una. Este paseo se complementa con la visita a la antigua estación de ferrocarril.

Malecón: puesta en valor del río Magdalena a través de recorridos en ferry y desplazamiento a la isla ubicada enfrente, tanto en lancha como por cable. Adecuación de la zona donde se encuentra el Monumento a la Cacica Gaitana; también resulta necesario el ordenamiento de los restaurantes que se encuentran sobre el malecón, así como de los puestos de venta de artesanías. También debe contemplarse el control de la venta ambulante y el acoso a los turistas que se acercan al lugar.

Una vez identificados y analizados los atractivos, es el turno de las diferentes actividades que se vincularán a la oferta. Para estas rutas es posible implementar caminatas y visitas guiadas en bicicleta. En el caso de salidas escolares se puede conjugar la parte turística con la educativa desarrollando juegos que incorporen las esculturas tanto del Parque Mítico como de Ciudad Villamil.

La evaluación de los atractivos determinará las necesidades de infraestructura y servicios requeridos para poder desarrollar una ruta con guiones adaptados de acuerdo con el interés y particularidades de los visitantes de la ciudad de Neiva.

En cuanto a los lineamientos de ordenamiento territoriales necesario realizar en primer lugar un diagnóstico técnico efectuado por un restaurador, en el que se establezca el tipo de acciones necesarias en los atractivos turísticos seleccionados, lo cual define si se requiere un proyecto de obras de emergencia, mantenimiento, consolidación, restauración, reforzamiento estructural, adecuación, rehabilitación o de otros tipos.

Subproyecto: Diferenciación de los parques arqueológicos de San Agustín e Isnos

Los parques arqueológicos son el motivo principal de desplazamiento de los turistas, ya que cuentan con un reconocimiento destacado a nivel nacional que se traduce en una afluencia constante de visitantes. La declaratoria como Patrimonio de la Humanidad, así como el hecho de poseer hallazgos arqueológicos a lo largo de casi todo el departamento constituyen un valor agregado al destino. Cabe destacar que dentro de las palabras de asociación positiva del departamento, San Agustín es una de ellas.

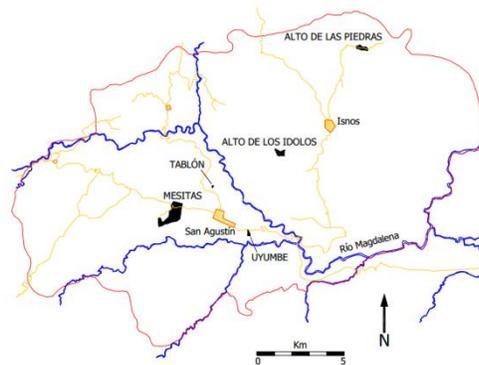
Para desarrollar este proyecto se requiere como primera medida caracterizar y valorar los recursos de los parques, para identificar las diferencias y singularidades tanto arqueológicas como naturales. Esto permitirá que cada uno se apropie de sus singularidades para luego complementarlas en lugar de sustituirlas. La ruta definida sobre los elementos particulares será reflejada a través de guiones interpretativos en tres idiomas, integrando a la comunidad para su elaboración.

De manera paralela al Plan de Manejo Arqueológico que se adopta al declarar una zona como de especial influencia arqueológica, equivalente al “Área de Protección” según la Ley 1185 de 2008, en la que también se incluyen zonas de influencia arqueológica en zonas de potencial construcción de obras que requieran licencia ambiental, se hace necesaria desde el componente ambiental, la evaluación de la capacidad de carga de los parques arqueológicos, orientados a la regulación del acceso del número de visitantes. Un estudio de capacidad de carga desde el punto de vista técnico y ambiental, es una herramienta de apoyo para el manejo de un área, porque articula la oferta con la organización para la entrada de visitantes y de igual manera coadyuva con el seguimiento de los programas ambientales para conservación de los atractivos naturales y arqueológicos de los parques.

Aunque los terrenos donde se estableció el parque son de reserva arqueológica y exhibición de bienes arqueológicos, poseen una vegetación de rastrojos altos, arbustos y pastos, por entre los que se demarcaron los caminos para los recorridos de visitantes; no hay deforestación, quema o actividades agrícolas y la única actividad económica es la del turismo. El exceso de visitantes o la utilización de senderos alternos a los caminos establecidos, pueden causar impactos de erosión, que afecten los vestigios arqueológicos.



Finalmente se diseñará una guía ambiental y cultural que explique la ruta arqueológica, poniendo en valor sus atractivos de diferente índole, fortaleciendo el conocimiento de lo ambiental y en la que se informe al visitante sobre el estado del parque, en qué tipo de ecosistema se halla, las especies de fauna y flora que en él habitan y los atractivos naturales.



Mapa del Alto Magdalena. Fuente: <http://parquesanagustin.googlepages.com/mapa1.htm> (en Plan de Manejo-Parque Arqueológico de San Agustín, Huila. ICANH, 2008)

Adicionalmente, se pueden adelantar gestiones para los estudios y diseños del Museo de la Cosmovisión y del Color de la Cultura Agustiniense en el municipio de Isnos y del Parque Arqueológico del Poblado Yalcón en Morelia, municipio de Salado Blanco.

Subproyecto: Implementación del multiproducto del Desierto de La Tatacoa, con los temas de astronomía, aventura, ecología e historia.

El Desierto de La Tatacoa, debido a su belleza e inmensidad, brinda la posibilidad de desarrollar diferentes productos que destaquen su potencial. Para ello, es necesario, en primer lugar, identificar y analizar los principales atractivos paleontológicos y de naturaleza que se vincularán a la oferta, así como las actividades a realizar en cada uno de ellos y los requerimientos de infraestructura y servicios.

Debido a las particulares condiciones del sitio, resulta indispensable hacer una valoración ambiental de las áreas donde se puedan establecer sitios de acampada para los turistas como complemento a la oferta de alojamiento existente.

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

En materia ambiental, el Desierto de La Tatacoa es una de las áreas más representativas e importantes del departamentodelHuila, ya que presenta condiciones únicas de paisaje, geológicas, paleontológicas, biológicas, culturales y ecológicas, además de las mencionadas arqueológicas e históricas. Por lo tanto, al visitante se le debe integrar la variable de naturaleza en su recorrido por el desierto, diseñar rutas en torno a ella e identificar qué actividades, además de la contemplación pasiva, se pueden realizar a lo largo de las rutas y en los atractivos reconocidos, teniendo presente que en el desierto, a medida que se adentra en él, se puede observar vegetación de bosques seco tropical y muy seco tropical, de tipo herbáceo y arbustivo, entre la que se encuentran cuatro especies de cactus: cola de zorro, cabeza de negro, arepo o pelá, y el tipo candelabro.



Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava y adaptado de <http://www.elalmanaque.com>





Diferentes especies de cactus. Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012

Por otra parte, se propone establecer sitios de campamentos para caminatas largas en travesías por el desierto, que permitan pernoctar e integrar las observaciones astronómicas. Estos lugares deben ser apropiados no solo para acampar sino para la observación nocturna.



Firmamento, vista desde la Tatacoa.

Fuente: A. [www. http://alicangarito.blogspot.com](http://alicangarito.blogspot.com), B. JRLuna, 2012.

Los sitios identificados para la adecuación de campamentos deben ser evaluados ambientalmente, de tal manera que le ofrezcan seguridad al visitante y que además no contribuyan a la degradación del ecosistema o riñan con el paisaje circundante. Un ejemplo de por qué se deben adecuar campamentos y rutas, camineras y carreteables, se muestra en la fotografía siguiente:

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila



Campamento ubicado en sitio no recomendado.

Fuente: <http://huilaturistica.blogspot.com>

También es importante evaluar la presencia de ganado caprino y bovino dentro del área del desierto, ya que estas especies, a pesar de la opinión de la comunidad sobre su permanencia tradicional, contribuyen a la degradación forestal, geomorfológica y faunística del atractivo, afectación que, sumada al cambio climático, agravará los problemas de desertización y erosión.



Ganado caprino y bovino en área del desierto.

Fuente: A Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012. Fuente: B. Adaptada de <http://www.flickr.com/photos>

Los guiones interpretativos a diseñar con el apoyo de la comunidad, deben contemplar los diferentes intereses de los visitantes, ya sea respecto a la oferta paleontológica, antropológica, de naturaleza y/o astronómica presente en el desierto (para guías especializados y material de apoyo para turistas). Es pertinente destacar que el lugar cuenta con la ventaja de ser el único lugar en Colombia donde se puede llevar a cabo este tipo de práctica. Las actividades con potencial serán incluidas dentro de la



propuesta. Además de la observación astronómica se estudiará la factibilidad de brindar clases de astrofotografía para principiantes, curiosos y fotógrafos profesionales.

También debe desarrollarse una carta celeste interpretativa en la que se aprecien las estrellas y constelaciones que se observan desde el desierto. De esta forma se podrá plasmar la vocación del departamento por el astroturismo, una de las bases de su competitividad.

Habiendo identificado y evaluado la calidad de los servicios turísticos presentes en la zona, se estructurará un plan de mejoramiento que incluya acompañamiento a los prestadores de servicios turísticos del casco urbano de Villavieja. Al momento se observa una gran informalidad en la zona que debe ser solucionada mediante programas de formación y capacitación.

Todo lo anterior debe trabajarse paralelamente con otras actividades estratégicas para un parque temático, como lo son el diseño de administración y operación, diseño de oferta cultural (música, danza, teatro, cuentería), diseño de oferta gastronómica, artesanal y de suvenires, y finalmente, el diseño de un sistema de transporte para el parque temático.

Subproyecto: Estructuración del producto turístico de Tesalia y Paicol como parte de la ruta a Tierradentro.

Tesalia y Paicol articulan su oferta turística con base en su cercanía a Tierradentro, ya que por la falta de infraestructura de servicios en este destino, resulta necesario para los visitantes alojarse en un municipio huilense en lugar de permanecer en el departamento del Cauca. Es por ello que ambos municipios han comenzado a desarrollar su oferta turística, intentado rescatar aquellos sitios de interés que puedan motivar el desplazamiento de los turistas. El proceso debe implicar el reconocimiento de los atractivos de mayor relevancia, tanto como las actividades a desarrollar en los mismos. Dado que los prestadores de servicios para la ruta a Tierradentro son oriundos de estos municipios, es necesario evaluar la calidad de los mismos para posteriormente estructurar un plan de mejoramiento. En caso de requerir financiación se los instruirá acerca de los mecanismos de crédito y los pasos a seguir.

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

Uno de los sitios más visitados para la práctica de deportes de aventura es el río Páez, que presuroso se descuelga del nevado del Huila, desde los 4.500 msnm y cuando pasa por Paicol y Tesalia forma los rápidos que disfrutan los practicantes de rafting. Otro de los atractivos es la Caja de Agua, caverna de grandes proporciones y de unos 500 m de longitud localizada a 3,5 km del casco urbano de Paicol, ideal para la práctica de espeleología, actividad muy atractiva para los turistas. La Caja de Agua es atravesada por la quebrada San Ignacio, que a su salida forma una cascada de 30 m aproximadamente y que alimenta el entorno paisajístico con frondosa vegetación ribereña. Por lo anterior se recomienda formular e implementar un plan de manejo de impacto para evaluar y corregir los daños que estas actividades pueden ocasionar, el objetivo es poder aprovechar el atractivo del río mediante el desarrollo de actividades, sin perjudicar su estado.



Cueva de la Caja de Agua. Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012,

En este proyecto se propone la identificación de los tramos del río Páez aptos para el rafting y su implementación de categorías (las repentinas avalanchas que ha sufrido el río han cambiado el rumbo y modificado los tramos que inicialmente se habían validado), la caracterización de todos los atractivos naturales de la región y las actividades que en ellos se pueden realizar. También es necesaria la elaboración de los estudios de capacidad de carga, ya que en lugares como la Cueva de la Caja de Agua, el desordenado ingreso de visitantes ha ido degradando la cueva con inscripciones en las rocas que alteran su originalidad, y extracción de material, afectando la fauna silvestre que la habita. La siguiente fotografía es una muestra de las intervenciones antrópicas.





Inscripción en una de las rocas. Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012

Tesalia y Paicol se unen a la oferta de naturaleza y aventura para el Huila a través de espacios naturales, terrestres y acuáticos en los cuales se puede realizar turismo de naturaleza como senderismo, fotografía, observación de aves, o de aventura en sus ríos, haciendo rafting y otras actividades.

Subproyecto: Diseño del producto de brujas en La Jagua-Garzón

La Jagua es reconocida en el imaginario colectivo como un pueblo de brujas, sin embargo, no existe ningún producto articulado alrededor de este mito. Con el objeto de poder implementar una propuesta atrayente y convocante, es requisito identificar en primer lugar a aquellas personas vinculadas a actividades de quiromancia y adivinación para incorporarlas a la oferta.

Por otra parte, deben evaluarse los servicios que ofrecen los prestadores de servicios turísticos presentes en la zona y mejorar o fortalecer aquellos aspectos considerados como debilidades.

Así mismo, se requiere diseñar una ruta con guion que incorpore actividades relacionadas. Este producto tiene mucho potencial dado que no existe nada similar en la región, hasta el momento solo se le da relevancia al tema en la Fiesta de Brujas.

Uno de los atractivos de La Jagua es el estudio del Maestro Emiro Garzón, quien con sus obras, le da al pueblo un aura mágica. Dentro de la ruta podría incorporarse la visita al taller, donde se puede apreciar al Maestro en plena labor.

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

Subproyecto: Fortalecimiento y consolidación de la oferta museística como complemento de la vocación histórica y cultural del departamento del Huila.

El departamento del Huila posee una oferta variada y completa de museos, los cuales se encuentran distribuidos a lo largo y ancho del departamento, ofreciendo temáticas diversas y representativas. Resulta imprescindible definir las necesidades de inversión en los museos seleccionados, entre ellos el museo Arqueológico Regional, el museo Jorge Villamil, el del Sanjuanero Huilense y el de Arte Contemporáneo en Neiva; el museo Paleontológico de Villa vieja y Obando y el museo Arqueológico en San Agustín. Los proyectos a estructurar deberán ser presentados a las fuentes de financiación identificadas para su aprobación.

Algunos de los aspectos que deben fortalecerse en beneficio del turismo son el bilingüismo, la consecución de recursos y la implementación de nuevas tecnologías multimedia. Uno de los grandes problemas en la atención de los museos de la ciudad radica en la inestabilidad de los horarios de atención que coinciden con los horarios de oficina en oposición de los tiempos que manejan los turistas.

Subproyecto: Fortalecimiento de las ferias y fiestas de los municipios vinculados a los clústers, microclústers, rutas y circuitos del destino Huila

Las ferias en el departamento constituyen uno de sus atractivos principales. Los turistas se desplazan al Huila especialmente con el fin de disfrutar de estas manifestaciones culturales como la música, la danza y otras expresiones artísticas en los diferentes municipios. Se destacan entre ellos: el Festival Folclórico, Reinado Nacional del Bambuco y Muestra Internacional del Folclor, en Neiva; El Reinado de la Alegría y las Ferias de Garzón; el Reinado Surcolombiano de Integración y la Feria Artesanal en Pitalito; el Reinado del Occidente, en La Plata; el Reinado Departamental del Turismo y las Fiestas del Agua, en Yaguará; el Reinado del Arroz, en Campoalegre, y demás ferias y fiestas realizadas a lo largo y ancho del Huila, cuya visita en las fechas puntuales puede transformarse en una excusa para conocer otros lugares del departamento.

Por lo tanto se propone en primer lugar evaluar la tradición y representatividad de las ferias y fiestas. De esta forma se podrán establecer planes de mejora de las mismas que permitan recuperar tradiciones perdidas. Una vez priorizadas las ferias y fiestas es



requisito definir los mecanismos que permitirán financiarlas y lograr mayor acogida y receptividad por parte de visitantes y turistas.

Subproyecto: Fortalecimiento de la gastronomía como atractivo turístico del destino Huila

La cocina huilense es el resultado de los intercambios de saberes acontecidos entre los diferentes pobladores del lugar a través de su historia. Saborear la comida del departamento es una invitación a viajar en el tiempo, mezclando la tradición española con la indígena basados en la riqueza agrícola de la zona. Entre los platos más reconocidos se destacan las achiras, el asado huilense, el sancocho y los tamales, seguidos del viudo de pescado.

Para que la gastronomía se constituya como atractivo es necesario realizar y/o actualizar un inventario de la oferta tradicional del Huila en el cual se identifiquen los alimentos en riesgo de quedar en el olvido. Es preciso recuperar las recetas tradicionales que han pasado de generación en generación. Una propuesta estaría encaminada a promover la elaboración de platos típicos en los restaurantes del Huila como parte de un concurso. Adicionalmente, se debe verificar que los establecimientos cumplan con los estándares de calidad y capacitarlos en buenas prácticas.

PROYECTO: ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS DE NATURALEZA PARA EL DESTINO HUILA.

Debido a las características del territorio colombiano, es posible encontrar atractivos naturales en todos los departamentos, es por ello que los productos que se estructuran en cada uno de ellos deben ser lo suficientemente atractivos para destacarse en escenarios de alta competencia, por su calidad, diversidad, cantidad y originalidad de los atractivos.

En el caso del Huila es posible individualizar productos relacionados con la flora, la fauna y el paisaje y complementar los con el desarrollo de algunas actividades. Es de recordar que al consultar a los turistas actuales acerca de los motivos para regresar al destino, destacaron especialmente el ambiente y la naturaleza. Considerando este insumo, se plantean los siguientes subproyectos:

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

Subproyecto: Fortalecimiento del producto agroturístico para la ruta Garzón - Gigante.

Por iniciativa propia, varios empresarios y dueños de fincas se han asociado con el fin de brindar servicios turísticos en áreas rurales. Como se mencionó en el diagnóstico, aún la demanda es incipiente debido al desconocimiento de esa oferta. Con el fin de impulsar este producto se precisa determinar las necesidades de infraestructura y/o servicios de las fincas vinculadas a la actividad agroturística. Este diagnóstico servirá como base para elaborar un plan de adecuaciones físicas y de calidad. Al momento los niveles de comodidad y prestaciones son muy disímiles entre un establecimiento y otro. Para obtener fondos se debe estructurar un proyecto dirigido al Fondo de Promoción Turística que servirá para apoyar los requerimientos relacionados con la mejora de la calidad. Una vez ejecutado el proyecto se debe promocionar a través de los canales adecuados para alcanzar los segmentos deseados. Cabe resaltar que el valor agregado que posee Loma Chata está en el embrionario desarrollo del agroturismo, el cual no es posible encontrar en otras partes del Huila.

Este enfoque agroturístico para el Huila, especialmente para los municipios de Garzón y Gigante, se constituye como una actividad de fortalecimiento de la identidad territorial huilense. Con el agroturismo se apoya la generación de empleos, la articulación de cadenas productivas, mejoramiento de los paisajes, prácticas agropecuarias y agroindustriales sostenibles, ampliación de la gastronomía y la conservación del ecosistema, al formar corredores de movimiento que favorecen el desplazamiento de la fauna y la flora.



Fincas agroturísticas de Garzón y Gigante: Fuente. <http://huilaturistica.blogspot.com>.



Subproyecto: Establecimiento de rutas ambientales para turismo de naturaleza en el corredor biológico Guácharos-Puracé

En el Macizo Colombiano (importante proveedor de recursos ambientales para los departamentos del Huila, Cauca y Nariño) se ubica el Parque Natural Regional Corredor Biológico Guácharos-Puracé. El proyecto surgió como una ambiciosa iniciativa de conservación y desarrollo sostenible sobre un área cercana a las 121.478 ha, la biodiversidad del área es notable tanto en especies vivientes como en servicios ecosistémicos.

Once municipios integran el corredor, en el que además de una gran variedad de fauna y flora silvestre y otros atractivos naturales, se viven múltiples experiencias comunitarias, fincas agroecológicas, reservas de la sociedad civil, y comunidad capacitada en diferentes actividades, entre ellas la promoción ambiental.

Por ello, se propone realizar la caracterización ambiental del Corredor Biológico Guácharos-Puracé, identificar las actividades a desarrollar e identificar las reservas de la sociedad civil localizadas en el corredor y caracterizar los productos y servicios que ofrecen cada una de las reservas.

El corredor biológico, a lo largo de los once municipios del Huila, posee atractivos de diferente naturaleza que permitirán el desarrollo de variadas actividades, además que las comunidades establecidas a lo largo de este trabajan en diferentes oficios y producen una variada oferta de productos agropecuarios.



Paisaje y caída de agua en el Corredor Biológico
Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila



Corredor Biológico Cueva de los Guácharos–Puracé.

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012

Subproyecto: Creación y construcción del Parque Turístico del Macizo Colombiano

La creación del parque nace de la iniciativa de un grupo de dirigentes comunales del corregimiento de Bruselas en el municipio de Pitalito que le presentó la idea al entonces presidente de la República Álvaro Uribe Vélez, quien solicitó al Viceministerio de Turismo hacer el debido acompañamiento para estudiar la factibilidad de la inversión.

Han transcurrido cuatro años desde que se presentó esta iniciativa y actualmente el proyecto está en la etapa de estudios de prefactibilidad para la construcción del parque los cuales fueron contratados con la Universidad Corhuila y financiados por el Fondo de Promoción Turística, la Gobernación del Huila y el municipio de Pitalito. Una vez se conozcan los resultados de este primer estudio, tanto el Comité Cívico de Bruselas, como las mismas autoridades municipales de Pitalito y las otras entidades que se han vinculado al proyecto como son la Cámara de Comercio de Neiva, Asocentro, el Viceministerio de Turismo, la Federación Nacional de Cafeteros, el Sena, la CAM, Cormagdalena, Comité Pro desarrollo Surcolombiano y la Fundación Mashiramo encaminarán sus esfuerzos en la consecución de recursos para el proyecto.

Subproyecto: Preparación de la comunidad para aprovechar turísticamente la represa de El Quimbo

Como ya se detalló ampliamente en el diagnóstico, esta represa se encuentra en proceso de construcción en un área geográfica comprendida entre los municipios de Garzón, Gigante, Altamira, Agrado, Paicol y Tesalia. Aunque su fin principal es la generación de energía eléctrica para abastecer la demanda del país, su espejo de



agua puede permitir el desarrollo de la actividad piscícola y turística que impacten positivamente a las comunidades del área de influencia.

Teniendo en cuenta la importancia de este proyecto, se busca a través de un estudio, identificar, capacitar y acompañar a estas comunidades para determinar las actividades turísticas que podrán desarrollarse en la represa. Finalmente se debe estructurar un plan de capacitación y acompañamiento dirigido a estas personas para poner en valor una oferta de servicios turísticos en torno al embalse.

Subproyecto: Estructurar producto de avistamiento de aves en el destino Huila

El departamento del Huila posee una gran variedad de pisos térmicos que van desde los 370 hasta los 5.500 msnm, sumado a la gran riqueza hidrográfica favorece el establecimiento de una amplia variedad de flora y fauna.

Las aves viven en ecosistemas naturales y agroecológicos (por ejemplo, los cafetales) de gran atractivo turístico que pueden proponerse a nivel de investigación científica y ecológica para docentes, guías turísticos y especialistas. Muchas de estas aves están asociadas a los sistemas agrarios tradicionales y, por tanto, su existencia tiene una relación directamente proporcional al estado de conservación de estos paisajes, los cuales se convierten por sí solos en unos de los principales atractivos turísticos del departamento.

A la fecha, los estudios más completos en este tipo de ecosistema se han adelantado en la zona cafetera del departamento, en colaboración con los caficultores e investigadores de CENICAFÉ, con el apoyo del Comité de Cafeteros, demostrando a través de los resultados obtenidos que existe una riqueza especial de aves en estos paisajes de conservación; por lo tanto se debe recopilar toda la información existente sobre aves en el departamento y priorizar las áreas a observar, teniendo en cuenta accesibilidad y endemismos. Así como se elaboró la Guía de aves de la zona cafetera del sur del Huila, debe elaborarse una guía por núcleos territoriales.

Para el fortalecimiento del producto de avistamiento de aves es necesario articular el programa de Promotores Ambientales de la Corporación Autónoma del Alto Magdalena, con la estructuración de grupos comunitarios de observadores de aves (*birdwatchers*), quienes podrán adherir a las actividades de naturaleza que se diseñen y realicen en

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

las regiones priorizadas del departamento, coadyuvando con las estrategias de conservación de la avifauna, patrimonio del Huila.



Avistamiento de aves. Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012

Proyecto: Desarrollo del turismo de congresos, eventos e incentivos en el Destino Huila

El sector corporativo está haciendo presencia de manera general en los diferentes destinos turísticos de Colombia. Este tipo de viajero gasta más que el turista que viaja por placer y es repetitivo en los destinos debido a sus compromisos laborales. Por otra parte, rompe la estacionalidad ya que los momentos en los que el ejecutivo se desplaza no corresponden necesariamente con las altas temporadas. Adicionalmente, debido a sus requerimientos especiales en cuanto a calidad, a infraestructura y tecnología, empuja el desarrollo de los servicios en los destinos.

Con base en estas razones las estrategias relacionadas con el segmento MICE (Meetings, Incentives, Conventions & Exhibitions) se tornan imprescindibles en un plan de desarrollo turístico competitivo.

Subproyecto: Desarrollo del glamping (camping de alto nivel para incentivos) en la zona de amortiguación del desierto de La Tatacoa

El *glamping* busca conjugar la naturaleza y el confort. Este nuevo concepto de *camping* con *glamour* permite acampar en los sitios donde se encuentran los atractivos sin privarse de las comodidades. Todos ganan, sobre todo los destinos, que pueden ser visitados de una manera ecoamigable y sustentable.

Actualmente, las posadas existentes en el área del desierto brindan un servicio muy básico, no adecuado para un turismo de incentivos que busca la sorpresa, la



originalidad y la privacidad. El *glamping* constituye una opción diferenciadora que cumple, sin lugar a dudas, con estos requisitos.

A modo de preámbulo se deben determinar las necesidades de infraestructura para poder incorporarlo a las ofertas. También es necesario articular a los prestadores de servicios turísticos y capacitarlos en el manejo del *glamping* debido a sus particularidades. Una vez superadas estas etapas se podrá promocionar en los canales adecuados.

Subproyecto: Conformación del club de producto de congresos, eventos e incentivos.

Un club de este tipo orientado al turista de negocios tiene como fin desarrollar nuevos productos dirigidos al segmento de mercado corporativo. Para lograrlo requiere que un grupo compuesto por actores, tanto del sector público como privado, se articule y trabaje de forma organizada.

Dentro de las actividades necesarias para la puesta en práctica de esta herramienta de gestión se requiere identificar la oferta de espacios para la realización de congresos y convenciones en Neiva, determinar las necesidades de adecuación de la oferta identificada y gestionar recursos de carácter público. Los empresarios deben ser asesorados en el trámite de créditos requeridos en caso de necesitar adecuar sus instalaciones. Ya conformado el club de producto se deberá planificar su esquema de trabajo y ponerse en marcha para poder atraer un mayor número de eventos. Finalmente se puede concesionar con una empresa especializada en eventos que administre las infraestructuras (centro de convenciones, recinto ferial y teatro Pigoanza).

PROYECTO: DESARROLLO DE PRODUCTOS DE TURISMO DE AVENTURA PARA EL DESTINO HUILA

Las conclusiones a partir de la encuesta de demanda actual del departamento muestran que la mayor parte de los turistas hubiesen querido encontrar actividades de deporte extremo que no pudieron conseguir ya sea por falta de disponibilidad o difusión de las mismas.

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

El turismo de aventura en el Huila se agrupa alrededor de las actividades desarrolladas en los ríos Magdalena y Páez. Ambos constituyen el escenario ideal para la práctica de deportes extremos, los cuales se llevan a cabo de manera artesanal. Es por ello que las estrategias con respecto a este producto ponen énfasis en la formalización de la prestación y promoción.

Subproyecto: Fortalecimiento del producto de aventura en los ríos Magdalena y Páez involucrando solamente prestadores certificados y fortalecimiento de operadores de otras modalidades de turismo de aventura.

Para comenzar, es requisito definir rutas y atractivos vinculados a las actividades de aventura. Este tipo de prácticas, cuando se desarrollan inadecuadamente, pueden impactar negativamente el ambiente y conllevan riesgo para los turistas. Este daño repercute en el éxito de la oferta ya que la misma deja de ser sostenible y perdurable en el tiempo, por ello la importancia de realizar una valoración ambiental del río Magdalena (Yuma) que nace a 3350 msnm, en el páramo de las Papas (Macizo Colombiano). Su cuenca alta discurre por todo el territorio del departamento del Huila, con una extensión de 19.890 Km². En la zona más alta, el cauce discurre entre cañones profundos hasta cerca de la población de Tarqui, mientras hacia el norte se forman valles aluviales que se amplían cerca de Neiva y el límite norte del Huila. En la actualidad, en el centro de este tramo, se encuentra la represa de Betania. Entre los 2.700 y 1.000 m de elevación se ubica la media montaña, hasta llegar a los valles, en cuyo recorrido se identifican paisajes diversos desde la montaña hasta el valle.



Río Magdalena y represa de Betania. Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012

Posteriormente se deben identificar los prestadores de servicios turísticos de aventura y evaluar si cumplen las condiciones de seguridad fundamentadas en las Normas



Técnicas Sectoriales. Los planes de mejora de los operadores de aventura a la luz del diagnóstico efectuado deben ser la base para certificarlos.

Considerando la proximidad geográfica y la integración de los departamentos de Huila, Tolima y Cundinamarca alrededor del río Magdalena, se deben identificar actividades de turismo que fortalezcan esta unión. Si el turismo actual desconoce fronteras de países, mucho menos tiene en cuenta límites departamentales. Por lo tanto, debe evaluarse la pertinencia de crear actividades multidesfío con un eje en común. Esta integración regional a través del río sería una gran evidencia de articulación de esfuerzos en torno a productos de aventura sobre agua que impulsen el sector y la recuperación del afluente en los tres departamentos. Sobre este tema ya se vienen adelantando importantes gestiones para realizar un proyecto de integración regional en torno al río entre los tres entes territoriales.

PROYECTO: ESTRUCTURACIÓN DEL PRODUCTO DE OCIO, RECREACIÓN Y BIENESTAR PARA EL DESTINO HUILA

La zona entorno a Neiva, que hace parte de la denominada Ciudad Región, contiene una diversidad de ofertas referidas tanto a la diversión, como al turismo de salud, con énfasis en el *wellness* o bienestar.

La presencia de aguas termales favorece el desarrollo de prácticas que promueven el mantenimiento y recuperación de la salud física, mental y espiritual de los visitantes. Adicionalmente poseen la doble ventaja de no ser afectadas por la estacionalidad turística y tener como objetivo diferentes segmentos de mercado según sus preferencias. Al momento, estos productos se integran de forma complementaria a los paquetes turísticos, siendo los habitantes locales quienes los están aprovechando en mayor medida.

Por otro lado, la existencia de parques recreacionales con atracciones, piscinas y juegos motiva el desplazamiento de aquellas personas alojadas en Neiva que buscan la relajación y el divertimento.

Subproyecto: Revisión, ajuste y/o diseño de actividades en Yaguará-embalse de Betania, Palermo y Rivera

El embalse de Betania, en el municipio de Yaguará, además de la oferta piscícola, ofrece actualmente un variado número de actividades acuáticas: paseo en ferry, en botes y deportes náuticos. Fuera del cuerpo de agua la oferta se amplía: senderismo, espeleología, avistamiento de aves, paisajismo, cabalgatas y fotografía, entre otras. Las mismas son brindadas por las personas de la zona, siendo la más organizada el servicio de ferry turístico que funciona sábados y domingos. Este sitio genera interés dado que ayuda a contrarrestar la sensación de calor de la ciudad de Neiva, siendo para los habitantes de la capital un destino de escape en el día o un lugar de segunda residencia.

Considerando la ya existencia del producto, la estrategia será revisarlo y ajustarlo, con el objeto de tornarlo más competitivo. Se requiere, para comenzar, identificar toda el área de influencia directa e indirecta del embalse para reconocer y caracterizar los atractivos naturales y fortalecer o proponer actividades en torno a ellos, e igualmente, realizar las evaluaciones ambientales de cada atractivo, con el objetivo de diseñar programas de recuperación o conservación ecosistémica de los mismos y planificar las actividades para no ocasionar deterioros ambientales. Sumado a esto se deben hacer estudios de capacidad de carga para fortalecer la planificación ambiental y uso del territorio, de esta forma se procura evitar el agotamiento de los sitios debido a la explotación indebida.

Por otra parte, el embalse soporta una gran carga orgánica, resultante de la disposición de aguas residuales domésticas, erosión, lixiviados de los productos químicos utilizados en las actividades agropecuarias, los residuos del manejo de la piscicultura en jaulas y los residuos de combustibles por el uso de embarcaciones a motor, por ello, es necesario realizar o actualizar los estudios físicos, químicos y orgánicos del agua, ya que conocer su condición potenciará la articulación del recurso con las actividades acuáticas y oferta gastronómica.

Las necesidades de infraestructura y servicios en los atractivos identificados estarán determinadas por la capacidad de carga definida tanto para el embalse como para otros atractivos de Rivera y Palermo que se prioricen. Para la adecuación de los atractivos se precisa gestionar los recursos ante el sector público en caso de ser de su



competencia. Si se trata del sector privado, entonces se asesorará a los empresarios para el trámite de créditos requeridos para las adecuaciones de sus instalaciones.

Subproyecto: Revisión del producto de bienestar alrededor de los termales de Rivera

Como se ha indicado, el producto termal se concentra en el área del municipio de Rivera, población cercana a Neiva. La mayor parte de las fuentes se encuentran en manos privadas dentro de complejos hoteleros y/o recreativos. Una vez realizado un inventario de la oferta termal del municipio, analizando sus debilidades y fortalezas, se requiere determinar las inversiones requeridas por los emprendimientos para alcanzar los estándares establecidos. Dado que se trata de empresas privadas es preciso aconsejar a los dueños sobre el proceso de préstamos para el mejoramiento de sus propiedades.

Comprendidos en el área de influencia se encuentran también diferentes estaderos donde se ofrece comida local y degustación de postres que se pueden incorporar a la oferta gastronómica del municipio, como complemento a la parte de salud (encaminados al bienestar).

2.4.2. EJE ESTRATÉGICO:FACTOR SOPORTE

Este factor de soporte se desarrolla a través de cuatro programas:

- **Destino Huila: conectado con el mundo**, que contempla el proyecto **Destino Huila: turísticamente accesible** (con 9 subproyectos) y el proyecto **Destino Huila: turísticamente digital** (con 4 subproyectos).
- **Con seguridad del Huila** que contempla el proyecto **Mejoramiento de las condiciones generales de seguridad en los clústers, microclústers, rutas y circuitos del destino Huila** (con 3 subproyectos).
- **El Huila eres tú**, que contempla el proyecto **Mejoramiento de la actitud del huilense frente al turista que visita el destino Huila** (con 4 subproyectos).

- **Destino Huila: Ordenado y Sostenible para el Turismo**, contempla el proyecto **Mejoramiento del ordenamiento territorial y uso apropiado de áreas turísticas de los municipios con vocación turística en el Destino Huila** (con 4 subproyectos).

A continuación se presenta la descripción de cada programa con sus respectivos proyectos y subproyectos:

PROGRAMA: DESTINO HUILA: CONECTADO CON EL MUNDO.

“La conectividad surge y se desarrolla de la existencia de vínculos entre territorios y actividades que se interrelacionan. De esta manera la representación física del concepto abstracto de conectividad es el de una estructura que está formada por una red de corredores que sirven para movilizar bienes, servicios, información y personas entre distintos puntos del territorio”¹⁴³.

Bajo este concepto, el programa pretende adelantar proyectos de conectividad física y conectividad tecnológica que permitan un territorio accesible y conectado para el disfrute del turista, motivado por el atractivo histórico y cultural, de naturaleza y de eventos del destino Huila.

PROYECTO: DESTINO HUILA: TURÍSTICAMENTE ACCESIBLE

Este proyecto pretende adelantar acciones en lo referente al mejoramiento de la infraestructura vial, aérea, fluvial, de senderos turísticos, aumento y mejoramiento de la señalización turística vial, peatonal e interpretativa, la implementación de puntos de información turística articulados a la red del Viceministerio de Turismo, construcción de muelles y finalmente, el desarrollo de infraestructura para personas en condición de discapacidad y la priorización de la construcción de una Terminal de Transportes para el municipio de San Agustín, dado el flujo de visitantes y turistas que tiene el clúster arqueológico.

¹⁴³ Publicaciones CEPAL, Patricio Rozas

Subproyecto: Adecuación, construcción y mantenimiento de vías para la conectividad turística en el destino Huila

Se propone la gestión y pavimentación de 46,8 km de vías secundarias del anillo turístico del sur y otros, con el fin de mejorar la conectividad turística del clúster arqueológico y demás clúster, micro clúster, rutas y circuitos. Este importante proyecto de conectividad vial comunica los principales atractivos turísticos de la zona arqueológica, empezando desde el municipio de San Agustín, Estrecho del río Magdalena, corregimiento de Obando, Parque Alto de los Ídolos, municipio de Isnos, Parque Alto de las Piedras, salto de Bordones, la laguna, municipio de Pitalito, regresando finalmente a San Agustín.

Este circuito ha sido priorizado, para presentar a los fondos de regalías, en el Plan Regional de Competitividad y en el Plan Departamental de Desarrollo. Con este soporte se deben gestionar los recursos, establecer comités de seguimiento y además involucrar a las comunidades beneficiadas.

También se deben tener en cuenta otros tramos priorizados.

Subproyecto: Mejoramiento de la infraestructura aérea del destino Huila.

Este subproyecto busca en esencia poner en funcionamiento el aeropuerto Contador del municipio de Pitalito que en la actualidad se encuentra construido y recientemente remodelado pero fuera de operación, ya que por el momento ninguna aerolínea comercial cubre esta importante ruta. Se busca también llegar a por lo menos 20 frecuencias diarias al destino Huila (Neiva y Pitalito).

Para lograr lo propuesto, se debe gestionar la realización de un estudio de demanda potencial del aeropuerto Contador y de una posible pista alterna en el municipio de San Agustín, un diagnóstico de necesidades de infraestructura del aeropuerto Contador, que permita llegar a un presupuesto de las necesidades de inversión requeridas, y de acuerdo con los resultados del análisis de la demanda potencial del aeropuerto, gestionar la vinculación de aerolíneas con vuelos comerciales y las inversiones requeridas por parte de la Aeronáutica Civil.

En cuanto a temas de ordenamiento territorial, se considera fundamental que en futuras revisiones del POT se incluyan disposiciones precisas sobre reglamentación de usos del suelo y tratamientos en las áreas aledañas al aeropuerto Contador. Asimismo, se sugiere incluir dentro del plan de ejecución, proyectos al respecto de su operación.

Subproyecto: Construcción, mejoramiento y adecuación de muelles y embarcaderos en el destino Huila

Con este proyecto se busca adelantar la construcción de un muelle y embarcadero en el municipio de San Agustín, en el sitio conocido como Sombrerillos, en el cruce hacia el municipio de Isnos; así mismo, otro en el corregimiento de Fortalecillas, municipio de Neiva, y la terminación del muelle y embarcadero en el municipio de Villavieja, todos sobre el río Magdalena, con el fin de mejorar la accesibilidad a la realización de deportes de aventura sobre agua, específicamente de rafting.

Para esto se debe hacer actualización o elaboración de estudios, diseños y presupuestos de construcción, elaborar los proyectos o ajustarlos si ya están formulados, y gestionar recursos económicos ante el Fondo de Desarrollo Regional, el Fondo de Promoción Turística y Cormagdalena.

En cuanto a la relación de estas iniciativas con los POT, Neiva es el único que presenta disposiciones normativas puntuales al respecto. El malecón aparece en el POT como una zona de desarrollo turístico prioritario y también se menciona un muelle en Fortalecillas.

En el municipio de Villavieja se establece como proyecto de desarrollo turístico, la construcción de un parque lineal malecón-embarcadero (actualmente en construcción). Por último, en el municipio de San Agustín, no hay ninguna referencia al tema.

De acuerdo con lo anterior, es recomendable que todos los municipios vinculados a este proyecto le den un espacio dentro de la revisión del POT a las disposiciones de ordenamiento de las zonas de muelles, puertos o embarcaderos, buscando que esta normativa sea coordinada, de manera que logre generar parámetros comunes para las intervenciones a realizar. Es evidente que el tema resulta de gran interés turístico, por

lo cual sería importante fortalecer la presencia y desarrollo de estos proyectos en el plan de ejecución de los POT.

Para la construcción o adecuación de muelles, puertos o embarcaderos, es preciso partir del reconocimiento de la dimensión de dichos elementos, ya que esto definirá el tipo de permiso ambiental que requieren y la autoridad ambiental frente a la que debe tramitarse.

En caso de que la obra se refiera a puertos marítimos que no son de gran calado o para la ejecución de obras privadas en la red fluvial nacional, la licencia ambiental debe solicitarse ante la Corporación Autónoma Regional correspondiente, en este caso, la Corporación Autónoma del Alto Magdalena (CAM).

Subproyecto: Mejoramiento y adecuación de senderos para el turismo en los municipios con vocación turística del destino Huila

Este proyecto propone realizar la adecuación y mejoramiento de cinco senderos peatonales tanto urbanos como rurales en el departamento del Huila. El objetivo es ofrecer al turista la posibilidad de realizar recorridos que le permitan el disfrute del paisaje y la valoración de sus atributos físicos y naturales en condiciones de seguridad y confort.

Principalmente se quieren atender senderos que ya han tenido algún nivel de avance en los municipios de Neiva (senderos urbanos), Villavieja, Rivera, Yaguará y Gigante con senderos rurales, y Garzón (urbano y rural). Pero es necesario levantar primero un inventario, luego priorizarlos, gestionar los recursos económicos para adecuarlos y mejorarlos, y finalmente involucrar a las comunidades beneficiarias.

Subproyecto: Señalización turística vial, urbana, peatonal e interpretativa para el destino Huila

La señalización turística es una responsabilidad que se debe asumir para valorar el patrimonio natural y cultural que tiene el territorio, siendo un elemento fundamental para la información y promoción de la oferta turística del destino Huila.

En este sentido, tal como se reseñó en el capítulo de diagnóstico de este plan, aunque el departamento ha recibido recursos para la implementación de señales turísticas viales para las vías primarias, se requiere atender vías secundarias que comunican los atractivos, servicios y actividades turísticas en el departamento. Para esto se propone implementar un programa de señalización turística y atender al menos cuatro vías secundarias y terciarias, realizando un estudio de actualización de georreferenciación, ubicación y costos de las señales requeridas, concertando interinstitucionalmente y formulando un proyecto de apadrinamiento de las señales, que permita su financiación y mantenimiento.

Subproyecto: Implementación de puntos de información turística articulados a la red de Puntos de Información Turística –PIT-

Los Puntos de Información Turística (popularmente llamados PIT)¹⁴⁴ son espacios que buscan brindar, de manera gratuita, información turística sobre un destino específico a los visitantes nacionales y extranjeros. Se ubican en puntos estratégicos de las ciudades, se distinguen por la letra “i” de color rojo y son atendidos por informadores bilingües (español e inglés) y profesionales del área turística capaces de resolver las inquietudes y entregar datos completos y confiables sobre los atractivos turísticos de un destino y las actividades culturales, deportivas y recreativas de la ciudad.

Con este proyecto se propone poner en funcionamiento tres Puntos de Información Turística integrados a la red nacional de PIT, que es coordinada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con recursos del Fondo de Promoción Turística y el apoyo de Proexport. Para llevar a cabo el proyecto se deben identificar los destinos en los que deben ubicarse los PIT, determinar el presupuesto requerido para su construcción, establecer el presupuesto de funcionamiento y determinar la entidad que lo tendrá a cargo. Finalmente se debe formular el proyecto para buscar cofinanciación del Fondo de Promoción Turística, según el modelo de negocio y aplicación regional del programa nacional.

¹⁴⁴ Colombia Travel, puntos de información turística.

Subproyecto: Adecuación de la infraestructura y planta turística para personas en condición de discapacidad

Este proyecto busca adecuar los destinos turísticos del departamento, para que cuenten con la infraestructura y planta turística necesaria para garantizar el acceso y disfrute de las personas en condición de discapacidad. Se busca que al menos 1 municipio con vocación turística cuente con infraestructura y planta turística para estas personas.

Se requiere entonces efectuar un inventario de las necesidades de adecuación de infraestructura y planta turística para atención de personas en condición de discapacidad, según las normas vigentes sobre la materia, elaborar un presupuesto del costo de las adecuaciones requeridas, seleccionar el municipio piloto para realizar las adecuaciones (la consultoría propone que sea el municipio de San Agustín, dada la afluencia de turistas actuales y la proyectada), gestionar los recursos económicos para las adecuaciones de la infraestructura de carácter público y finalmente, brindar soporte a los prestadores de servicios turísticos para el trámite de créditos requeridos para las adecuaciones de sus instalaciones.

Hay que tener en cuenta que para facilitar la accesibilidad a todas las personas, incluidas aquellas que tienen alguna discapacidad y los adultos mayores, se pueden generar costos excesivos en la medida en que implique la construcción de infraestructuras específicas que atiendan a las necesidades de grupos particulares.

En general, las intervenciones dirigidas a mejorar la accesibilidad deben estar orientadas por el concepto de *diseño universal* referido a la construcción de espacios, infraestructuras y de mobiliario urbano, de manera que sirvan a la mayor cantidad posible de personas, sin necesidad de adaptarlos o diseñarlos de forma especial. Los principales principios de este tipo de diseño son la producción de elementos cuyo uso sea equiparable, flexible, simple e intuitivo, cuya información sea perceptible y que exija poco esfuerzo físico.

De manera particular, para la construcción de elementos urbanos, es necesario tener en cuenta los estándares urbanísticos propuestos por el anterior Ministerio de Vivienda, Ambiente y Desarrollo Territorial.

Subproyecto: Diseño y construcción de un parador de transportes para el municipio de San Agustín

Proyecto para realizar el diseño y construcción de un parador de transporte para el municipio de San Agustín, mejorando el acceso y la comunicación del departamento del Huila. Este proyecto fue planteado de manera insistente por la comunidad y los prestadores de servicios turísticos en los talleres realizados en el municipio. El objetivo es que se adelante el estudio de prefactibilidad y de diseños arquitectónicos, se gestionen los recursos ante el Fondo de Desarrollo Regional, y en máximo cuatro años se pueda tener la terminal en funcionamiento.

En el Plan Básico de Ordenamiento Territorial de San Agustín se contempla una serie de proyectos de mejoramiento del aprovisionamiento de servicios públicos. Entre ellos se encuentra el referido a la construcción de la terminal de transportes, estableciéndose que el municipio determinará la ubicación y organización de este servicio en un lote que cumpla con las especificaciones técnicas y ambientales. Se identifica a la administración municipal como responsable de adelantar a mediano y/o largo plazo las gestiones para la construcción de esta obra, teniendo en cuenta que al no contar el municipio con los recursos necesarios, debe acudir al sistema de concesión o a la obtención de recursos a través de los mecanismos de cofinanciación previo estudio y elaboración del respectivo proyecto.

Esto confirma la importancia del proyecto para el municipio y la voluntad que podría existir para aunar esfuerzos con distintos agentes interesados para la efectiva realización del mismo. Sin embargo, queda en evidencia que no existen disposiciones normativas precisas que señalen la ubicación recomendada del terminal, ni las características que éste debe tener de acuerdo con los impactos que podría generar. En este sentido, es importante que de cara a la revisión del PBOT se logre precisar este tipo de criterios.

Finalmente, según los estándares urbanísticos definidos por el anterior Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, la ubicación de las terminales intermunicipales está permitida en suelo rural suburbano o en áreas aisladas o periféricas del suelo urbano. Al localizarse en áreas de suelo rural suburbano, debe estar cercano o sobre vías de primer o segundo orden. En caso de que se ubique en



suelo urbano, debe ser en zonas de uso industrial o múltiple y también debe estar aledaño o sobre vías principales o secundarias. En este sentido debe preverse suelo para el desarrollo de actividades complementarias como el mantenimiento y estacionamiento de vehículos, para lo cual deben generarse patios de operación y mantenimiento.

Subproyecto: Construcción, mejoramiento y adecuación de malecones de los municipios portuarios del río Magdalena en el departamento del Huila.

El departamento del Huila está bañado por importantes ríos pero la traza urbana parece estar de espaldas a estos atractivos. Este subproyecto propone la construcción y/o adecuación de cuatro malecones en los municipios de Yaguará, Neiva, Aipe y Villavieja que les permitan a los habitantes locales, turistas y visitantes, disfrutar de un espacio de esparcimiento a orillas del río, en el cual, además de poder desarrollar actividades recreativas como paseos, caminatas o ciclismo puedan encontrar algunos servicios gastronómicos. Los primeros dos ya fueron construidos pero presentan muestras de deterioro, desorden y suciedad, el de Villavieja está en proceso de construcción y el de Aipe está por realizarse.

La ejecución de este subproyecto supone, inicialmente, identificar las necesidades de adecuación de los malecones ya existentes, o de las obras requeridas en aquellos donde su construcción apenas se iniciaría. Esta identificación requeriría la elaboración de planos, diseños y presupuestos de obra, así como la definición del esquema más adecuado de operación del mismo. Con estos estudios procede la gestión de los recursos, donde Cormagdalena y el Fondo de Desarrollo Regional pueden ser unos aliados invaluable para su consecución.

PROYECTO: DESTINO HUILA: TURÍSTICAMENTE DIGITAL

Este proyecto pretende adelantar acciones en lo referente al mejoramiento de la infraestructura tecnológica, puntualmente al fortalecimiento de corredores digitales, redes de banda ancha en los municipios con vocación turística, y plataformas tecnológicas para el manejo de la información del sector a través de un observatorio turístico, entre otras.

Subproyecto: Creación y puesta en marcha de un observatorio turístico para el destino Huila

Suele decirse que *“lo que no se mide, simplemente ocurre”*¹⁴⁵, es decir, todos los hechos tienen que evaluarse oportunamente para permitir su redireccionamiento o su fortalecimiento. Al final, todo depende de la información que se tenga sobre el comportamiento real del sector, de la empresa, y del hoy reconocido entorno que afecta (favorable o desfavorablemente) lo que se ha propuesto.

En el caso del turismo, la información presenta una dificultad muy particular: el turismo como actividad específica no aparece en la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) que es la utilizada para los registros de todos los hechos económicos de las empresas (por ejemplo, es el utilizado por las cámaras de comercio para el registro mercantil). El comercio, las agencias de viaje, los almacenes de artesanías, los hoteles, restaurantes, el transporte, etc., registran sus actividades en su respectivo CIIU, resultando imposible la consolidación de las cifras para el turismo. Por ello, Naciones Unidas, consciente del problema, promovió a nivel mundial la conformación de la llamada Cuenta Satélite de Turismo (CST), que opera como un desprendimiento de las cuentas nacionales, que permite cuantificar las actividades asociadas al turismo y establecer el comportamiento del sector. Ya existen algunas experiencias, como en Bélgica, donde se han definido metodologías para mediciones regionales. En el caso del Huila, en el año 2005 se trabajó en el tema, pero solo en el 2006 se levantó la primera información. Lamentablemente, no se continuó con su actualización con lo que perdió el carácter de CST pues la información debe ser permanente, oportuna y representativa.

Existe, entonces, la necesidad de recuperar la iniciativa a través de la puesta en funcionamiento de un Observatorio Turístico, en donde se pueda actualizar y operar la CST, promover acuerdos de cooperación entre la Secretaría de Cultura y Turismo Departamental y las fuentes de información, para que éstas la suministren de manera oportuna y regular, generar un boletín semestral de estadísticas de turismo departamental y finalmente, diseñar una plataforma tecnológica en donde se pueda interactuar y presentar la información estadística del sector. También se debe definir quién operaría la CST.

¹⁴⁵ Tomado del documento diagnóstico elaborado por la Corporación MANAI 2009.

Subproyecto: Dotación de cajeros electrónicos en los municipios con vocación turística del destino Huila (especialmente San Agustín y Villavieja)

Como se describió en el diagnóstico, los municipios de San Agustín y Villavieja, principalmente, carecen de una oferta representativa de cajeros electrónicos que permitan mayores y eficaces transacciones electrónicas bancarias, por parte de los turistas. Por esta razón, este proyecto de gestión busca que entren en funcionamiento 5 nuevos cajeros electrónicos.

Para esto es necesario gestionar con las diferentes entidades bancarias la puesta en funcionamiento de estos nuevos cajeros electrónicos, ampliando la oferta y permitiendo un mejor servicio bancario en los principales atractivos del departamento. Para el caso de Neiva, Garzón y Pitalito se evidenció una buena oferta de cajeros electrónicos.

Subproyecto: Fortalecimiento de los corredores digitales implementados por el programa Huila Digital en seis municipios del destino Huila

Este proyecto, que hace parte de la estrategia **Territorios digitales de Colombia**, ha tenido importantes avances en el departamento del Huila. La infraestructura pública de conectividad instalada ha sido modelo de implementación para otras ciudades del país como Villavicencio y Sincelejo, siendo equiparable a la tecnología implementada en ciudades como Bogotá y Medellín.

Esta estrategia ha permitido fortalecer los servicios de corredores digitales en los municipios de Neiva, Garzón, Pitalito, La Plata, San Agustín y Palermo, permitiendo expandir la penetración y uso de internet, impactando con zonas de WiFi, áreas geográficas de interés público como parques, colegios, alcaldías, calles peatonales y especialmente sitios con atractivos turísticos, como se describió en el diagnóstico.

Se busca entonces fortalecer los seis corredores en los municipios mencionados, evaluando el estado actual de cada uno y el impacto en los principales atractivos turísticos, definiendo un plan de trabajo y compromisos conjuntos entre la Gobernación del Huila, Incubarhuila (promotora del proyecto) y los municipios vinculados en la estrategia.

Subproyecto: Instalación de red de banda ancha en el destino Huila

El Gobierno departamental se ha propuesto que durante los cuatro años siguientes, el Huila cuente con una red de banda ancha operando, que cubra el 100% de los municipios. La gestión que debe adelantar la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo es velar porque al menos 6 municipios con vocación turística identificados estén conectados a la red en el menor tiempo posible, generando condiciones competitivas a los prestadores de servicios turísticos y una mejor imagen al destino.

Para esto, la Gobernación del Huila y las alcaldías municipales deben identificar los requerimientos del proyecto nacional de banda ancha que promueve el Ministerio de TIC, estructurar un plan de inversiones necesarias para atender los requerimientos planteados por el Ministerio y vincularse decididamente al proyecto. Finalmente, se deben gestionar conjuntamente los recursos económicos que se requieren.

PROGRAMA: CON SEGURIDAD EL HUILA.

En todas las actividades económicas, los empresarios exigen seguridad y tranquilidad para garantizar el disfrute del espacio y los atractivos por los que vienen los turistas. Ningún inversionista coloca capital en un lugar al que no puede llegar. De igual modo, las comunidades aspiran a esa seguridad: los alcaldes, gobernadores y las fuerzas de seguridad son las responsables de garantizar la seguridad ciudadana y de mantener el orden público.

Como ya se ha descrito, el departamento del Huila ha sufrido procesos de deterioro del orden público en sus zonas urbanas y rurales con nocivos efectos sobre el turismo como la reducción del número de los visitantes extranjeros a San Agustín entre los años 1997 y 2002. Para contar con un destino seguro, se propone un proyecto que permita el mejoramiento de las condiciones generales de seguridad en cada uno de los clústers, microclústers, rutas y circuitos que se priorizaron en el departamento.



PROYECTO: MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES GENERALES DE SEGURIDAD EN LOS CLÚSTERS, MICROCLÚSTERS, RUTAS Y CIRCUITOS DEL DESTINO HUILA

Un plan de seguridad que incluya varios proyectos debe realizarse permanentemente para que el Huila pueda enviar al país y al mundo una imagen de región segura y no como en el pasado reciente. Para el logro de este objetivo se propone el fortalecimiento del Consejo Departamental de Seguridad Turística del Huila para hacer frente a los niveles de riesgo y contingencias en la operación turística, el aumento del pie de fuerza de la Policía de Turismo en el destino, y finalmente, no menos importante, se debe ejecutar y hacer seguimiento al Programa para la prevención y solución de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes(ESCNNA) asociada con las actividades turísticas en el destino Huila.

Subproyecto: Fortalecimiento del Consejo Departamental de Seguridad Turística del Huila para hacer frente a los niveles de riesgo y contingencias en la operación turística

El Plan Estratégico de Seguridad Turística, elaborado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Policía Nacional, tiene como objetivo incrementar la seguridad para los usuarios de servicios turísticos, mediante el establecimiento de estrategias a partir de las cuales la Policía de Turismo, en coordinación con el Ministerio y las entidades territoriales, implemente proyectos y actividades que promuevan medidas de control y prevención dirigidas a los prestadores de servicios turísticos, vigilancia y protección de los atractivos turísticos e información y orientación al turista.

Dentro de las estrategias del plan se contempla la red de seguridad turística, que plantea la conformación de los consejos de seguridad turística, los cuales son convocados por la autoridad de turismo regional (Secretaría Departamental de Cultura y Turismo) y en ellos se tratan todos aquellos temas relacionados con la seguridad de los turistas durante su permanencia en los destinos, para lo cual se asignan tareas y responsabilidades a cada uno de sus integrantes, cuyo cumplimiento es verificado y evaluado en las reuniones de seguimiento que generalmente se programan antes y después de las temporadas.

Teniendo en cuenta los brotes de inseguridad que se presentan en el departamento, es importante que este consejo funcione efectivamente y para tal fin se requiere fortalecerlo, identificando nuevamente a los actores y representantes de los

municipios con vocación turística, revisando la estructura institucional que existe actualmente y diseñando un reglamento operativo y administrativo que haga cumplir la misión para el cual fue creado, articulando la institucionalidad en un consejo comprometido y actuante para el desarrollo del turismo en el departamento.

Subproyecto: Aumento del pie de fuerza de la Policía de Turismo en el destino Huila

La Policía de Turismo, que jerárquicamente depende de la Policía nacional y administrativamente del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hace presencia en el Huila en los municipios de Neiva, Villavieja, San Agustín, Paicol, Rivera y Garzón.

Neiva cuenta con seis policías y en los restantes municipios se ha asignado un pie de fuerza de dos policías por municipio. El proyecto busca ampliar la presencia en los otros seis municipios, para cumplir con la meta de tener doce municipios con vocación turística con Policía de Turismo conformada y fortalecida, y pasar de doce policías de turismo a mínimo veinte operando en el destino Huila.

Para el logro del anterior propósito se requiere una concertación entre la Secretaría de Cultura y Turismo y la Policía departamental; llegado a un acuerdo será necesario realizar un diagnóstico operativo de la Policía de Turismo y diseñar un plan de mejoramiento que apunte a resolver las debilidades encontradas, para finalmente presentar una propuesta operativa y determinar los mecanismos para el monitoreo del plan y su ejecución.

Subproyecto: Ejecución y seguimiento del programa para la prevención y solución de la ESCNNA, asociada con las actividades turísticas en el destino Huila

“Cada año se producen más de 600 millones de viajes turísticos internacionales. Un 20% de estos viajeros busca sexo en sus desplazamientos y un 3% confiesa tendencias pedófilas, esto supone más de 3 millones de personas que viajan por el mundo buscando sexo con niños.”¹⁴⁶(Organización Internacional de MigracionesOIM).

Según la Organización Mundial del Turismo, la ESCNNA asociada a los viajes y el turismo se presenta cuando una persona, al viajar dentro o fuera de su país, utiliza

¹⁴⁶ Tomado de: <http://www.bogotaturismo.gov.co/prevencion-de-la-escnna>

sexualmente a niños, niñas o adolescentes del lugar de destino a cambio de dinero, comida, ropa u otros. Las víctimas de este delito son expuestas a infecciones de transmisión sexual, cáncer de cuello uterino, VIH-SIDA, embarazo temprano, aborto, tuberculosis, desnutrición, abuso de drogas, heridas de arma blanca y arma de fuego o fracturas por golpes. También se afecta gravemente su oportunidad de consolidar un proyecto de vida fuera de esta forma de explotación, como tener una familia, una pareja, una carrera, entre otros.

En el marco de este plan sectorial, la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo en articulación con las entidades regionales que tienen vinculación con el tema, deben promover la prevención de la explotación sexual comercial, un flagelo que afecta a varios millones de niñas y niños en el mundo. También deben promover que las empresas del sector turístico del Huila tomen medidas de prevención para cerrarle las puertas a este grave delito que, además de las consecuencias sobre la infancia y el desarrollo social, trae perjudiciales efectos a la industria del turismo.

Por lo anterior se debe desarrollar un programa que incluya la realización de por lo menos 10 talleres, que permitan identificar la magnitud de la problemática y hacer seguimiento a este delito.

PROGRAMA: EL HUILA ERES TÚ.

La comunidad receptora¹⁴⁷, como elemento esencial en la gestión turística, ha sido incorporada mínimamente en los procesos de planificación y gestión turística, su importancia radica en el apoyo u obstaculización al desarrollo turístico de un destino.

En este sentido y como se evidenció en el diagnóstico, se busca enfatizar la importancia de incorporar a la comunidad receptora local en dichos procesos. Específicamente, analizando la falta de atención académica y formativa en la comunidad receptora como objeto de estudio y entendiendo que los huilenses en general son un elemento esencial del sistema turístico, para de esta manera rescatar su importancia en la planificación y gestión del Huila como destino turístico, y así conseguir que la comunidad se convierta en un aliado estratégico para el sector.

¹⁴⁷ Tomado del ensayo Comunidad Receptora: elemento esencial de la gestión turística, Juan Carlos Monterrubio Cordero, Universidad Autónoma del Estado de México.

PROYECTO: MEJORAMIENTO DE LA ACTITUD DEL HUILENSE FRENTE AL TURISTA QUE VISITA EL DESTINO HUILA

Este proyecto busca desarrollar cultura ciudadana, arraigo, conocimiento y apropiación de la región, porque no se respeta ni se ama lo que no se conoce o resulta ajeno.¹⁴⁸ Este proyecto propone ejercicios pedagógicos y talleres teórico prácticos para construir tejido social, propiciar la convivencia de manera que los ciudadanos hagan realidad el concepto *Huila destino turístico*. Este programa se debe articular con la propuesta de la Cátedra de la Huilensidad y la Cátedra de la Cultura Agustiniana.

Para el desarrollo del proyecto se busca enfatizar en tres grandes componentes: sensibilizar y capacitar a la comunidad receptora de los municipios con vocación turística en temas como cultura turística y ciudadana, que les permitan entender el turismo como actividad productiva que les genera desarrollo económico y social; permitir la participación y vinculación de la comunidad en los diferentes temas de planeación y desarrollo turístico del destino; por último, lograr el conocimiento y apropiación del territorio, de los atractivos turísticos y de la oferta de prestadores de servicios turísticos por parte de dicha comunidad.

Subproyecto: Sensibilización y capacitación a la comunidad receptora de los municipios con vocación turística sobre cultura turística y ciudadana en el destino Huila, entendiendo el turismo como actividad productiva que genera desarrollo económico y social

Es tradicional que siempre se hable de acciones de formación y capacitación para consolidar al sector turístico. La consultoría prefiere denominar este subproyecto como de “Formación de una cultura turística local” para no limitar esta política a los procesos formativos y de capacitación sino también cobijar la creación de un ambiente propicio para el turismo generando un entorno que estimule y promueva la participación de la comunidad en los diferentes destinos turísticos.

La única manera de crear un entorno amigable para el turismo y un ambiente para la inversión en el sector, es que las comunidades receptoras estén sensibilizadas sobre la importancia del turismo y contribuyan a fortalecer su municipio como un destino

¹⁴⁸ Tomado del Plan de desarrollo turístico del municipio de Pradera Valle.

turístico sostenible y dinámico desde el punto de vista económico, con un impacto positivo a nivel social.

Este proyecto pretende generar acciones encaminadas a fortalecer la cultura ciudadana, la convivencia sana y el turismo en los huilenses, especialmente en los doce municipios con vocación turística. Inicialmente se deben identificar los 2.400 huilenses que se pretenden sensibilizar, capacitar en cultura turística y ciudadana y convertirlos en multiplicadores, diseñar la propuesta de sensibilización y capacitación, y una vez ejecutada, hacer evaluación y seguimiento a la misma. Este proceso deberá conllevar a una comunidad enterada sobre los beneficios e impactos positivos y negativos del turismo como actividad productiva con grandes ventajas competitivas para el departamento.

Subproyecto: Participación y vinculación de la comunidad receptora en la planeación y desarrollo turístico del destino Huila.

Permitir la participación y vinculación de la comunidad en los diferentes temas de planeación y desarrollo turístico del destino es, sin lugar a dudas, una iniciativa acertada que busca incorporar a la comunidad receptora en procesos de participación colectiva. Se pretende, entonces, vincular las juntas de acción comunal y las juntas administradoras locales a dichos procesos, a través de los comités de turismo en los doce municipios con vocación turística (para quienes los tengan) y en la mesa sectorial de turismo.

Las acciones que se deben adelantar en el marco del proyecto son en primer lugar identificar la diversas instituciones que harán parte del mismo y a partir de allí conformar un comité de trabajo que se encargue de liderarlo y dinamizarlo. A continuación el comité deberá elaborar su plan operativo, cuyas acciones estarán orientadas a motivar, atraer, sensibilizar y lograr la participación de la comunidad en el quehacer turístico y la conformación de mesas de trabajo.

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

Subproyecto: Capacitación para el conocimiento y apropiación del territorio, los atractivos turísticos y la oferta de prestadores de servicios turísticos del destino Huila por parte de la comunidad receptora

El diagnóstico arrojó que el 82% de los huilenses desconoce por completo su ciudad, su municipio y el departamento en general, y más aún, desconoce la oferta de atractivos turísticos que integran la vocación del Huila. Este mismo porcentaje precisó no tener conocimiento de la oferta de los prestadores de servicios turísticos.

Por lo anterior, el proyecto que se propone cobra especial importancia ya que se busca llegar con un programa de capacitación a los 12 municipios con vocación turística y a 2.400 huilenses para que se apropien de la riqueza turística de su territorio. Será necesario identificar los actores que formarán parte del proyecto, diseñar la propuesta de capacitación dirigida a superar la situación encontrada y, una vez ejecutada, hacer evaluación y seguimiento a la misma.

Para este ejercicio es vital la vinculación de las juntas de acción comunal, de esta forma se facilitaría llegar a través de ellas a las comunidades y apoyarse en las mismas para el mantenimiento y sensibilización hacia el proyecto.

Subproyecto: Embellecimiento de los municipios de Villavieja, San Agustín e Isnos.

Parte de la apropiación del municipio tiene que ver con la forma como sus habitantes cuidan del mismo. Pintar, colocar matas y mantener limpio el municipio no requiere de grandes inversiones, solo del liderazgo del alcalde y del compromiso de la comunidad.

Este proyecto busca embellecer, como plan piloto, a los municipios de Villavieja, San Agustín e Isnos. Para ello, es necesario realizar un inventario de las fachadas que requerirían pintura para determinar la cantidad requerida de ésta. Una vez precisadas las necesidades podría buscarse la vinculación al proyecto de una fábrica de pinturas que diera un precio especial por compras en volumen. La Alcaldía adquiriría la pintura y brochas y, en un trabajo mancomunado con las juntas de acción comunal, emprendería una campaña cívica para que la comunidad se vinculara colocando su mano de obra para pintar sus casas. Podría, incluso, pensarse en un premio para la cuadra más bonita. Complementario a la pintura de las fachadas podrían sembrarse



matas con flores en las jardineras y separadores viales de las calles de los municipios, de tal forma que se les diera vida. Las plantas podrían obtenerse con la CAM.

Subproyecto: Sensibilización y formación para la promoción de buenas prácticas en el desarrollo sostenible del turismo en la comunidad receptora y en los actores del turismo en articulación con el Plan de Gestión Ambiental regional.

El proyecto pretende analizar cómo desde el turismo es posible contribuir con la educación ambiental y el desarrollo sostenible. Así el desafío de la educación ambiental es promover una nueva relación de la comunidad con su entorno, a fin de procurar a las generaciones actuales y futuras un desarrollo personal y colectivo más justo, equitativo y sostenible.¹⁴⁹

Podemos decir que la educación ambiental (formal y no formal) es por sobre todas las cosas una educación para la acción, desde una aproximación global e interdisciplinar, facilitando así un mejor conocimiento de los procesos ecológicos, económicos, sociales y culturales. La educación ambiental debe fomentar el cambio social a partir del desarrollo de valores, actitudes y habilidades para asumir una responsabilidad ambiental. El turismo puede contribuir en esto.

El prestador de servicios turísticos es un individuo capaz de transformar su comportamiento durante su atención al turista, al desarrollar diferentes respuestas ante las situaciones y ambientes por donde se mueve y que percibe de forma diferente a lo habitual. El turismo puede convertirse en un disparador de situaciones que se pueden materializar en "buenas prácticas" (como: no arrojar basuras, cuidar los árboles, cuidar los escenarios, respetar la señalización, etc.) o nuevas demandas que obliguen al mercado a tomar medidas de control.

Para dar paso a este proyecto se debe implementar un programa de sensibilización y formación en cultura ambiental y desarrollo sostenible, que atienda a por lo menos 100 prestadores de servicios turísticos, los cuales deben ser identificados previamente, luego se debe diseñar la propuesta de sensibilización y capacitación, gestionar los recursos económicos, y una vez ejecutada, hacer evaluación y seguimiento a la misma.

¹⁴⁹ Monografía, Educación ambiental en el turismo

PROYECTO: RECUPERACIÓN Y AMUEBLAMIENTO DEL ESPACIO PÚBLICO URBANO PARA EL TURISMO EN LOS MUNICIPIOS CON VOCACIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO HUILA

Este proyecto busca mejorar la estética y disposición de los diferentes espacios públicos (fachadas y andenes, plazas, parques y plazoletas) y el mobiliario urbano que forma parte del paisaje y están instalados en el espacio público: bancos, pasamanos, luminarias, cercas, pérgolas, paraderos, en general, elementos dispuestos con un propósito común al ciudadano y turista: Servir.

Se requiere el mejoramiento y la adecuación de estos malecones, determinando en primer lugar el estado actual y las necesidades de cada uno de ellos para habilitarlos y prestar un buen servicio a la comunidad y los turistas. Adicionalmente se deberá establecer el presupuesto de la inversión que se requiere, elaborar los términos de referencia para la contratación de las obras y la correspondiente ejecución.

PROGRAMA: DESTINO HUILA: ORDENADO Y SOSTENIBLE PARA EL TURISMO.

El ordenamiento territorial permite a los municipios orientar el desarrollo del territorio bajo su jurisdicción y regular la utilización, transformación y ocupación del espacio, en función de los objetivos económicos, sociales, urbanísticos y ambientales.

Sobre el ordenamiento territorial a escala supramunicipal es importante resaltar las competencias de las entidades públicas de nivel departamental y municipal, las cuales se enmarcan en la Constitución y las leyes, atendiendo los principios de coordinación, concurrencia y subsidiariedad.

De conformidad con el artículo 29 de la Ley 1454 de 2011- LOOT sobre la distribución de competencias relacionadas con las decisiones de ordenamiento, de las cuales se hace principal énfasis en las relacionadas con la planeación sectorial para el fortalecimiento de la actividad turística propuesta en este plan, corresponde al nivel departamental orientar la proyección espacial derivada del plan de turismo en articulación con los municipios y las entidades territoriales indígenas, mediante la definición de lineamientos y políticas para la complementariedad de los asentamientos y centros urbanos, principalmente asociados al control en la aparición de nuevos asentamientos humanos y su localización en zonas no aptas, en zonas de riesgo o con conflictos de usos; orientar la localización de infraestructura y equipamientos de

soporte al turismo y definir acciones de asistencia técnica, gestión y financiación para fortalecer las capacidades locales que permita a los municipios el aprovechamiento de las ventajas competitivas en perspectiva regional.

Frente a las competencias locales para lograr la consolidación y articulación de las dinámicas funcionales propuestas entre los diferentes centros urbanos, la viabilidad de los proyectos estratégicos de infraestructura y actividades para el mejoramiento de la competitividad económica local y regional, el mejoramiento y puesta en valor de los recursos ambientales, físicos, arquitectónicos, sociales y económicos para el fortalecimiento del sector turismo propuesto en este plan, corresponde al municipio, en desarrollo de su plan de ordenamiento territorial, definir las condiciones de uso, ocupación y aprovechamiento de los suelos urbanos, rurales y de protección. También le corresponde definir la localización de la infraestructura de soporte a las actividades urbanas productivas, fijar las normas urbanísticas para regular los usos, edificabilidades y mitigar los impactos ambientales, sociales y urbanísticos que se puedan generar por ejecución de los proyectos aquí establecidos, definir en articulación con el departamento, la priorización de los proyectos estratégicos y estructurantes, y la definición y operatividad de los instrumentos y mecanismos de gestión urbana para la adquisición de suelos y la financiación de infraestructura.

Por lo anterior es importante precisar que el Plan de Desarrollo Turístico tiene como objeto principal brindar los lineamientos para la articulación y coordinación interinstitucional para el ordenamiento territorial y el fortalecimiento de la actividad socio-económica derivada del turismo, orientando acciones y proyectos estratégicos que deben necesariamente contar con la participación de los municipios vinculados, con el propósito de garantizar la ejecución de las acciones, programas y proyectos aquí previstos, en articulación con los respectivos planes de ordenamiento territorial.

Para dar cumplimiento a este marco normativo, se propone un proyecto específico para el mejoramiento del ordenamiento territorial y uso apropiado de áreas turísticas de los municipios con vocación turística en el destino Huila.

PROYECTO: MEJORAMIENTO DEL ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y USO APROPIADO DE ÁREAS TURÍSTICAS DE LOS MUNICIPIOS CON VOCACIÓN TURÍSTICA EN EL DESTINO HUILA

A continuación se registran los subproyectos y se describen brevemente, se ha dedicado el numeral 2.3. **Recomendaciones generales para la articulación de algunos proyectos estratégicos del Plan de Desarrollo Turístico en el componente de ordenamiento territorial de los municipios implicados**, para presentar en detalle este importante tema de ordenamiento territorial que tiene gran incidencia en el desarrollo del sector.

Este proyecto busca incluir algunas situaciones que se pueden presentar para la articulación entre los lineamientos departamentales derivados del plan sectorial de turismo y las decisiones locales sobre ordenamiento territorial.

Es importante tener en cuenta la descripción del procedimiento administrativo que se debe generar en cada caso para orientar la viabilidad de los programas y proyectos del plan sectorial, desde el ordenamiento territorial municipal:

- ✓ Cuando las estrategias del plan sectorial proponen proyectos que se localizan o tienen influencia sobre los suelos de protección ambiental de carácter regional, departamental o municipal o en áreas de conservación arquitectónica y cultural.
- ✓ Cuando los proyectos asociados a infraestructura o equipamientos de soporte al turismo no puedan localizarse en los suelos identificados por el plan sectorial, por condiciones de la clasificación del suelo dada en el POT y/o los impactos que estos generan en términos ambientales, sociales o urbanísticos.
- ✓ Si las normas urbanísticas sobre usos y edificabilidad no viabilizan la localización del proyecto propuesto en el plan sectorial.
- ✓ Cuando los proyectos derivados del plan sectorial, requieren la definición de los sistemas urbanos o rurales de movilidad, espacio público y equipamientos o cambios en ellos.

- ✓ Si la priorización de proyectos y acciones derivadas del plan sectorial implica cambios en el programa de ejecución del Plan de Ordenamiento Territorial.
- ✓ Cuando la ejecución del proyecto derivado del plan sectorial se debe adelantar como un proyecto urbanístico integral, para lo cual es necesario definir los procedimientos para la operatividad de los instrumentos de planeamiento, gestión y/o financiación necesarios para su implementación, pero el municipio no cuenta con la capacidad administrativa para hacerlo.

La Gobernación del Huila, a través de la Secretaría de Planeación Departamental, debe emprender procesos de asistencia técnica para fortalecer las capacidades locales en la toma de decisiones para la viabilización de los programas y proyectos derivados del plan sectorial. La dirección de asistencia técnica en ordenamiento territorial tiene competencias en los temas específicos para la puesta en marcha de operaciones urbanas integrales derivadas del plan sectorial de desarrollo turístico.

Subproyecto: Apoyo a municipios en reglamentación y manejo de aprovechamiento económico del espacio público, incluidas ventas informales. Aplica para todos los municipios vinculados y prioritariamente en Neiva y San Agustín

Este proyecto pretende asesorar a doce municipios del departamento en su labor de recuperación y generación de buenas prácticas de aprovechamiento económico del espacio público.

Las dificultades que pueden generarse alrededor de esta actividad, tienen que ver con la administración y el control de esta iniciativa, más aún con una institucionalidad tan inestable y débil como la de la mayoría de municipios colombianos. Sin embargo, para implementar estos programas se tienen gran cantidad de referentes en muchas partes del mundo, lo que puede servir de base para la formulación de soluciones alternativas en el país.

Teniendo en cuenta que para el aprovechamiento económico del espacio público se requiere, la gran mayoría de veces, de estructuras físicas (casetas, mesas, carteleras) que permitan el desarrollo de las actividades, se tiene el riesgo que no se destinen los espacios adecuados para ello y se generen conflictos de movilidad.

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

Los lineamientos alrededor del aprovechamiento económico del espacio público son los siguientes:

- ✓ Puede tener lugar de manera permanente o de manera transitoria.
- ✓ En el caso de que se destinen zonas para el aprovechamiento permanente, que requieran de mobiliario de soporte (casetas, carteleras, mesas), se debe procurar la unificación de diseño de estas estructuras, que deben ser resistentes, funcionales, y responder a las condiciones del lugar (por ejemplo si están en centros históricos, en parques o en andenes).
- ✓ Si tiene lugar para ventas permanentes deben asegurar que se asienten en lugares cuyas dimensiones permitan no sólo el desarrollo de esta actividad, sino también el paso fluido de los peatones y el funcionamiento de accesibilidad a las edificaciones aledañas.
- ✓ La publicidad debe instalarse en lugares donde no se obstaculice la visibilidad ni la movilidad de peatones o vehículos, por ejemplo se puede usar el mobiliario urbano para su instalación.
- ✓ Es posible también que se destinen unas zonas de espacio público para que los establecimientos comerciales o de servicios extiendan su actividad en ciertas horas del día, en este sentido, se debe asegurar que se tengan las dimensiones adecuadas para que los espacios donde esto se permite (andenes, parques, plazas) sigan funcionando en óptimas condiciones.
- ✓ Se deben definir porcentajes sobre ventas o impuestos especiales para aquellas personas que se lucren del espacio público. Las reglas deben ser iguales para todos, lo que a su vez contribuye a generar incentivos para que sean los mismos comerciantes quienes regulan el buen uso del espacio público.
- ✓ Igualmente la adjudicación de los espacios para el aprovechamiento económico del espacio público, deben darse a partir de concursos o mecanismos que permitan la competencia transparente.



Con los lineamientos descritos, se hace necesario coordinar con autoridades municipales para revisar lo existente en materia de normas y acciones concretas, gestionar la consecución de recursos para la ejecución del proyecto, plantear programas y proyectos que apoyen el cumplimiento del mismo y del objetivo de recuperación y mejoramiento del espacio público, concertar con los actores públicos y privados para adoptar las normas por parte de las autoridades competentes.

Subproyecto: Articulación del planeamiento turístico con la planificación y el ordenamiento territorial (planes, planes básicos y esquemas de ordenamiento territorial municipales, y planes de ordenamiento departamental) en los municipios con vocación turística.

El proyecto busca la identificación y recolección de doce POT municipales, así como la evaluación de los componentes turísticos contemplados en los mismos y la realización de talleres especializados con funcionarios de los entes territoriales, para fortalecer la presencia de elementos turísticos en el ordenamiento municipal.

Para lograr la visibilidad del componente turístico en los POT, se sugiere una ruta crítica que contempla los siguientes pasos:

- ✓ Análisis de los componentes existentes en el POT que establezcan regulación ambiental, de espacio público, de equipamientos, de usos y tratamientos, referidos a zonas turísticas del municipio. Revisión de los contenidos con respecto a la identificación de BIC y la relación con las disposiciones del acto administrativo que lo declara.
- ✓ Identificación, junto con agentes locales, de necesidades críticas o conflictos existentes en términos de ordenamiento territorial en zonas turísticas.
- ✓ Generar una comparación entre lo existente en términos de normatividad y lo que faltaría regular en el POT con respecto a las zonas turísticas, tratando de identificar a través de qué instrumento pueden solventarse dichas necesidades, según el desarrollo turístico del municipio, la capacidad de gestión institucional, la cantidad de aliados que se encuentren vinculados a las propuestas turísticas del municipio y otros criterios que resulten pertinentes. En este sentido, cada entidad tiene la opción de apostarle a la formulación de los planes especiales

de manejo y protección (PEMP) que son los instrumentos de planificación y gestión creados por la Ley de la Cultura¹⁵⁰ para definir las acciones requeridas para proteger y garantizar la sostenibilidad de los BIC¹⁵¹, a la generación de instrumentos de planeación de segundo orden (como planes parciales o planes maestros) o al fortalecimiento de su POT con disposiciones turísticas más sólidas. Lo más recomendable para municipios pequeños con actividad turística incipiente es lograr el enriquecimiento de los instrumentos de planeación existentes con las temáticas identificadas como necesarias.

En cuanto al plan de ejecución del POT, es preciso lograr la inclusión de proyectos que preparen al territorio para la actividad turística y lo acondicionen para que los impactos de la misma sean mitigados. Dentro de estos se encuentran iniciativas referidas a la conectividad vial, a la accesibilidad de los espacios urbanos, a la preservación de zonas ambientales protegidas, entre otros.

Finalmente, lo más importantes es lograr que estos proyectos se incluyan dentro de las plataformas políticas de las autoridades locales y se interioricen en las demandas de los ciudadanos, para que estos exijan su ejecución.

Subproyecto: Construcción de zonas de estacionamiento y espacios públicos en zona de acceso al Parque Arqueológico de San Agustín y en Villavieja.

El proyecto propone construir zonas de estacionamiento y espacios públicos en el Parque Arqueológico de San Agustín y el Desierto de La Tatacoa.

Para el caso de San Agustín, el POT es claro en establecer los usos permitidos para las Áreas de Reserva Arqueológica (ARA). El uso principal es el de conservación y protección del entorno inmediato del hallazgo arqueológico, el complementario es el de recreación pasiva, el compatible es el de comercio local controlado e infraestructura hotelera de bajo impacto. Los usos prohibidos son: institucional, industria local y demás usos. De allí que sea necesario identificar de manera muy clara en qué lote se ubicarían estos estacionamientos, para mantener las disposiciones

¹⁵⁰ Ley 397 de 1997, modificada por la Ley 1185 de 2008

¹⁵¹ Los Bienes de Interés Cultural pueden ser del orden nacional, departamental o municipal. Los nacionales retoman los declarados como Monumentos Nacionales con anterioridad a la Ley 397 de 1997.

impuestas por el POT, de manera que infraestructura como la que se pretende controlar se mantenga en el bajo impacto.

En cuanto a las normas urbanísticas, se establece que las dimensiones del suelo de reserva deberán ser especificadas por las autoridades competentes del orden nacional. Las disposiciones correspondientes estarán sujetas a los decretos y acuerdos municipales reglamentarios vigentes, por lo cual, la iniciativa tendrá que ser sujeta de revisión por parte del Ministerio de Cultura y las demás autoridades responsables del tema.

Para el caso de La Tatacoa, la normatividad expuesta en el POT de Villavieja no permite establecer si la construcción de parqueaderos es permitida y en qué zona podrían ubicarse. De esta forma, sería importante hacer una consulta más detallada con las autoridades locales para discutir, sobre la cartografía del lugar, la viabilidad del proyecto y el lugar para realizarlo.

En ninguno de los dos POT se incluye un proyecto similar. Por ello, se recomienda realizar ejercicios de negociación y cabildeo con las autoridades locales para que, una vez confirmada la viabilidad técnica del proyecto, se jalonen las iniciativas desde los diferentes instrumentos de planeación.

2.4.3. EJE ESTRATÉGICO: FACTOR PRODUCCIÓN

Este factor de producción se desarrolla a través de 3 programas:

- **Empresa Huila**, que contempla el proyecto **Fortalecimiento de la cadena de valor turística en los clústers, microclústers, rutas y circuitos identificados en el destino Huila** (con 3 subproyectos) y el proyecto de **Formalización turística, sinónimo de competitividad en el destino Huila** (con 1 subproyecto).
- **Huila es calidad**, que contempla el proyecto **Estímulo a la prestación de servicios con alto componente de calidad en los clústers, microclústers, rutas y circuitos identificados en el destino Huila** (con 2 subproyectos).

- **Huila es competente, que contempla el proyecto Diseño e implementación de programas de formación, desarrollo de competencias y habilidades en los prestadores de servicios turísticos del destino Huila (con 3 subproyectos).**

A continuación se presenta la descripción detallada de cada programa con sus respectivos proyectos y subproyectos:

PROGRAMA: EMPRESA HUILA

El turismo requiere un accionar comprometido de los empresarios que lo desarrollan; en este sentido, se hace necesario el trabajo articulado que fortalezca la cadena de valor turística tanto interna (competencia entre actores), como externa (vinculación de otros sectores económicos de la región).

De otra parte, el objetivo general del Plan Sectorial de Turismo 2011–2014 *“Turismo: factor de prosperidad para Colombia”*, hace referencia al mejoramiento de la competitividad de los servicios cuya finalidad es hacer del turismo un sector de desarrollo sostenible que contribuya, entre otros aspectos, a la generación de empleo y a la prosperidad de las regiones. Huila requiere emprender el camino hacia la consolidación de su oferta de servicios que coadyuve con el cumplimiento de las metas trazadas desde el Estado, esto solo es posible si se cuenta con empresas formalizadas y articuladas.

A continuación se presentan los planes y proyectos que permitirán el afianzamiento de sus empresas para avanzar hacia la competitividad.

PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR TURÍSTICA EN LOS CLÚSTERS, MICROCLÚSTERS, RUTAS Y CIRCUITOS IDENTIFICADOS EN EL DESTINO HUILA

Considerando la cadena de valor como la manera en que los actores del turismo se relacionan de tal forma que den valor agregado a su producto al mejor costo estratégico y con miras a satisfacer los requerimientos del cliente (turista), este proyecto busca mejorar el relacionamiento de los empresarios turísticos entre sí y con los otros sectores económicos que intervengan en su operación a través de abastecimientos y proveedurías.

Subproyecto: Fomento al trabajo cooperado como valor diferencial del destino Huila

Identificar los inconvenientes que impiden el trabajo asociado, así como las asociaciones que promueven el turismo en el destino, dará las bases para la formulación de un proyecto que permita la articulación empresarial; éste deberá incluir talleres sobre los beneficios de la cooperación mutua, con base en procesos de generación de confianza, identificación de capacidad de respuesta por parte de quienes participan, procesos de mejora productiva e incorporación de tecnologías y diferenciación de la oferta frente a la competencia. Lograr una verdadera articulación empresarial generará ventajas competitivas relacionadas con la promoción de los productos y servicios, la determinación de los mejores canales de comercialización y, en consecuencia, el fortalecimiento de economías de escala. El proyecto deberá contemplar mecanismos de asistencia técnica y vinculará aquellas instancias del orden gremial que puedan dar apoyo en los procesos de seguimiento y control definidos.

Subproyecto: Consolidación de los agentes de turismo receptivo como principales operadores del destino Huila

Las agencias de viajes operadoras son quienes articulan las ofertas de servicios y actividades que permitan el mejor disfrute de los atractivos, mediante el diseño y comercialización de paquetes turísticos.

Pese a lo anterior, las agencias de turismo receptivo ubicadas en el destino Huila presentan serias deficiencias tanto en el relacionamiento que por naturaleza deben tener con sus proveedores de servicios, como en la estructuración de paquetes turísticos que permitan su fácil distribución y comercialización. Todo ello aunado al desconocimiento que sobre diseño de paquetes, costeo y precio de venta, tienen.

Por todo lo anterior y con el fin de fortalecer su gestión operativa y comercial, se propone identificar sus necesidades de operación (infraestructura y tecnologías) y de estructuración de ofertas con alojamiento, restauración, guía, transporte, etc., que den soporte a la formulación de un proyecto que permita, mediante procesos de asistencia técnica, fortalecerlos en empaquetamiento, costeo, tributación aplicable,

fuerza de venta y estrategias de penetración en el mercado, especialización del personal con base en productos ofertados, entre otros.

El proyecto incluirá estrategias a la medida para la suscripción de acuerdos comerciales sobre la base de la generación de confianza y la cooperación. Se propone vincular a una entidad gremial para que apoye a los agentes operadores mediante sistemas de seguimiento y control, que permitan el afianzamiento de los mismos como comercializadores del destino y de los prestadores como garantes de su operación.

Subproyecto: Impulso a la vinculación de otros sectores económicos a la cadena de valor turística en el destino Huila

Con el propósito de fortalecer las economías locales, se propone la identificación de los sectores económicos que aporten al encadenamiento productivo del turismo, así como las estructuras organizativas de la comunidad con posibilidad de vincularse a las ofertas turísticas del destino, de tal suerte que a partir del conocimiento de las necesidades del empresariado turístico en materia de proveeduría de bienes y servicios se estructure un programa que permita establecer una cadena productiva entre sectores; para ello, se hace necesario el acompañamiento bajo esquemas de asistencia técnica a organizaciones comunitarias y abastecedores, que den respuesta a las necesidades de los prestadores de servicios turísticos.

De otra parte, y con el fin de consolidar los encadenamientos, será necesario suscribir alianzas y estructurar un sistema de seguimiento y control que garantice la permanencia de las mismas y la introducción de los ajustes que se requieran en el proceso.

PROYECTO: FORMALIZACIÓN TURÍSTICA, SINÓNIMO DE COMPETITIVIDAD EN EL DESTINO HUILA

No se concibe una fuerza empresarial eficiente que no cumpla con los requisitos mínimos de ley establecidos por el Estado, en tal sentido y buscando la competitividad del destino, se requiere adelantar acciones que permitan un compromiso decidido de parte de los empresarios que aportan en el desarrollo del sector.



Subproyecto: Apoyo a la formalización empresarial turística de los prestadores de servicios turísticos en el destino Huila

Los altos índices de informalidad del sector han hecho que el Viceministerio de Turismo privilegie dentro de los programas del Plan Sectorial de Turismo 2011-2014, uno relacionado con la formalización turística como fomento a la cultura de la excelencia.

Los empresarios del Huila desconocen, en su mayoría, la regulación turística y por ende los beneficios de la misma; se propone entonces, identificar a los prestadores de servicios turísticos informales, realizar jornadas de divulgación de los beneficios de la formalización y de la reglamentación turística y acompañar a empresarios informales hasta lograr la formalización.

PROGRAMA: HUILA ES CALIDAD

Definitivamente si un destino desea lograr impactos positivos en los mercados debe enfocar sus estrategias, además de las propias del marketing, a especializar sus servicios buscando siempre la mejor relación costo/beneficio. Para ello requiere un alto compromiso del empresariado turístico con la incorporación de estándares de calidad y con la adopción de esquemas de planeación estratégica que le permitan mejor eficiencia y mayor eficacia en su gestión.

La ejecución de los siguientes proyectos, permitirán la consolidación del Huila como destino diferenciado, gracias a su gestión empresarial y a la responsabilidad que sus empresas turísticas lideran en relación con el uso adecuado de los recursos tanto naturales como culturales.

PROYECTO: ESTÍMULO A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CON ALTO COMPONENTE DE CALIDAD EN LOS CLÚSTER, MICROCLÚSTER, RUTAS Y CIRCUITOS IDENTIFICADOS EN EL DESTINO HUILA

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y las unidades sectoriales de normalización se han dado a la tarea de definir criterios mínimos de calidad y de sostenibilidad que, puestos en paquetes de normas técnicas sectoriales, permiten al empresario turístico conocerlas y aplicarlas.

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

Si bien la calidad se refleja en la prestación del servicio, ella tiene estrecha relación con la gestión empresarial; este programa se enfoca de una parte, a dar respuesta a las necesidades que en materia de calidad turística requieren las organizaciones y de otra, a generar estrategias que consoliden su quehacer empresarial.

Subproyecto: Implementación de procesos de calidad y sostenibilidad al interior de las empresas turísticas en el destino Huila

La calidad en el servicio, considerada uno de los atributos que permite a las empresas mantenerse en los exigentes mercados, constituye un factor clave de competitividad; tanto así, que el mismo Plan Sectorial de Turismo “*Turismo: factor de prosperidad para Colombia*” ha definido una estrategia para incrementar la calidad en la prestación de servicios turísticos.

Huila deberá emprender acciones de promoción de las normas técnicas sectoriales y de sostenibilidad a través de jornadas de capacitación, donde además de posibilitar el conocimiento e interpretación de las mismas por parte de los prestadores turísticos, haga entrega de las cartillas contentivas de los estándares establecidos en las normas y puestas a disposición de los prestadores por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. De otra parte, se hace indispensable identificar a los empresarios dispuestos a incorporar estándares de calidad y de sostenibilidad en la prestación de sus servicios, lo que servirá de base para la formulación de un proyecto que permita, a partir de un diagnóstico, estructurar planes de mejoramiento los cuales se implementarán en las empresas mediante procesos de asistencia técnica, que incluirán el diseño de procedimientos, protocolos, formatos de control, sistemas de monitoreo y capacitación en puestos de trabajo. Una vez surtido este aspecto y evaluado mediante una pre auditoría, aquellos empresarios asistidos dispuestos a alcanzar la certificación, podrán presentar un proyecto con destino al Fondo de Promoción Turística, con el fin de conseguir recursos económicos que les permitan certificarse.

Subproyecto: Mejora de la gestión empresarial turística en las empresas prestadoras de servicios en el destino Huila

Hablar de competitividad es referirse a empresas eficientes y eficaces; para el caso del destino Huila, ello se traduce en incorporar buenas prácticas en la operación de las



empresas turísticas mediante asesoría personalizada en sistemas gerenciales, planeación estratégica a la medida, contabilidad, costos, administración financiera, presupuestos, administración del recurso humano, incorporación de tecnologías para la información y las comunicaciones, entre otros.

Como complemento a lo anterior y teniendo en cuenta las deficiencias de las empresas turísticas huilenses en cuanto a infraestructura, dotación y tecnologías, se plantea la realización de jornadas financieras en coordinación con el Gobierno nacional y las entidades crediticias para difundir las exenciones tributarias, las facilidades de crédito para el turismo y acceso a los mismos, para lo cual deberá asistirse a las empresas en la estructuración de proyectos y planes de negocios.

PROGRAMA: HUILA ES COMPETENTE

La apuesta productiva del turismo, formulada en el marco de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila en el año 2004, identificó la formación del talento humano como una necesidad o requerimiento para el desarrollo armónico del sector en el departamento. Este importante componente es retomado en el Plan Regional de Competitividad con el fin de cumplir la meta de capital humano formado profesionalmente y capacitado en las diferentes competencias laborales que el sector turístico demanda.

Resulta oportuno, entonces, darle un debate al tema para incorporar las propuestas de solución en los planes de desarrollo tanto departamental como en los municipales en aquellas localidades con vocación turística, planes que se implementarán en el periodo 2012-2015, al igual que este plan sectorial de turismo que se propone.

Esta estrategia busca el diseño e implementación de programas de formación, desarrollo de competencias y habilidades en los actores del turismo, principalmente en los prestadores de servicios turísticos de los clústers, microclústers, rutas y circuitos priorizados en el departamento del Huila.

PROYECTO: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN, DESARROLLO DE COMPETENCIAS Y HABILIDADES EN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL DESTINO HUILA

Este proyecto busca impartir formación y capacitación a los prestadores de servicios turísticos en el destino Huila en tres grandes componentes, que se identificaron como prioritarios en el diagnóstico: sensibilización y capacitación en cultura turística y ciudadana; formación integral para el desarrollo de competencias especializadas de cada subsector (guías, establecimientos de alojamiento y hospedaje, agencias de viajes, agencias operadoras, transporte; entre otros) y finalmente, sensibilización y formación en cultura ambiental y desarrollo sostenible.

Subproyecto: Sensibilización y capacitación en cultura turística y ciudadana para los prestadores de servicios turísticos en el destino Huila

El proyecto pretende impartir a los prestadores de servicios turísticos que entran en contacto directo con el turista una actualización en conocimientos de turismo y del departamento como destino turístico, para que puedan atender con calidad al visitante, generando además una apropiación de los principios del código ético mundial del turismo de la Organización Mundial del Turismo.

El objetivo propuesto es implementar un programa de sensibilización y capacitación que atienda a por lo menos 300 prestadores de servicios turísticos en cultura turística y ciudadana, a través de talleres en concepto del turismo y de la cadena de valor, para comprender el fundamento y consecuencia del turismo como factor de promoción de valores éticos comunes y medio de desarrollo individual y colectivo, factor de tolerancia y aprendizaje que refuercen el conocimiento sobre la actividad y su relación con otras actividades de la economía huilense; protección del destino para generar una actitud favorable frente al desarrollo turístico, mediante el conocimiento del patrimonio cultural y natural como eje de su salvaguarda y protección; respeto al turista para brindar información oportuna y veraz que permita ofrecer un trato hospitalario y prevenir la explotación humana; finalmente el reconocimiento del destino Huila para dar a conocer las potencialidades del territorio desde el punto de vista turístico.



Una vez diseñado y formulado el proyecto, se deben gestionar los recursos económicos y técnicos, ejecutarlo y realizar una campaña de cultura turística y ciudadana que profundice el conocimiento y genera apropiación en los empresarios del sector.

Subproyecto: Formación integral para el desarrollo de competencias de los prestadores de servicios turísticos en temas especializados de cada subsector

Los prestadores de servicios turísticos del departamento requieren también desarrollar competencias más especializadas que les permitan ofrecer un servicio innovador y con mayor valor agregado, que el turista aprecie, valore y lo anime a regresar al destino y a motivar a otros para que también visiten el lugar.

Este proyecto busca implementar un programa de formación integral, atendiendo a por lo menos 50 prestadores de servicios turísticos con competencias especializadas en su subsector. Un ejemplo de esto tiene que ver con un ciclo de capacitación especial para los guías de turismo de San Agustín con expertos reconocidos en temas como orfebrería, chamanismo, tigres y jaguares, para ampliar, nutrir y unificar los guiones del tema arqueológico.

Para los demás subsectores se requiere identificar las necesidades de capacitación por tipo de prestador, promover convenios de cooperación administrativa con academia e instituciones educativas que ofrezcan programas de turismo, diseñar y formular un proyecto, gestionar los recursos técnicos y económicos, y en los casos en que sea necesario se debe solicitar al Sena la ampliación de la cobertura en programas de turismo a nivel departamental. Como tema transversal se deben desarrollar competencias en bilingüismo en todos los prestadores de servicios.

2.4.4. EJE ESTRATÉGICO: FACTOR GESTIÓN

Este factor de gestión se desarrolla a través de dos programas:

- **Destino Huila: de las estrellas al mundo**, que contempla el proyecto **Fortalecimiento de la promoción y el mercadeo del destino Huila** (con 5 subproyectos).

- **Destino Huila: con planificación y gestión turística, que contempla el proyecto Fortalecimiento institucional y de alianzas estratégicas, necesarias para el desarrollo de la actividad turística en el destino Huila (con 2 subproyectos)**

A continuación se presenta la descripción detallada de cada programa con sus respectivos proyectos y subproyectos:

PROGRAMA DESTINO HUILA: DE LAS ESTRELLAS AL MUNDO

De acuerdo con la Política de mercadeo nacional para el sector turístico, los esfuerzos deben orientarse a la creación y desarrollo de nuevos productos así como el fortalecimiento de los existentes. Una vez cumplida esta expectativa, resulta imprescindible dar a conocer estos nuevos atractivos, tanto a nivel nacional como internacional. El objetivo es poder captar nuevos segmentos de mercado, sin descuidar el flujo doméstico que al momento constituye la principal fuente de recepción de turistas.

Teniendo como base estos conceptos, el programa “Destino Huila: de las estrellas al mundo” apunta a la promoción de productos turísticos del departamento tanto en Colombia como en el extranjero, donde salvo casos puntuales, tienen poca repercusión. Para ello resulta necesario recurrir a nuevos mecanismos que pongan de relieve su potencialidad.

PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN Y EL MERCADEO DEL DESTINO HUILA.

El proyecto busca realizar estudios de mercados prioritarios para los nuevos productos turísticos del destino Huila, ajustados según la vocación propuesta; para ello se debe diseñar e implementar la marca turística del departamento; un plan de promoción y comercialización permanente y constante, y un plan de medios de comunicación. Finalmente, se propone el diseño y ejecución de una estrategia de comunicación 2.0 que involucre la creación, administración y seguimiento de los canales digitales oficiales del sector turístico del destino Huila.

Subproyecto: Estudio de mercados prioritarios para los nuevos productos turísticos del destino Huila

Dado que los recursos son limitados, es necesario poder identificar aquellos mercados con mayor potencialidad de consumo para los productos turísticos del departamento. De esta forma los esfuerzos, tanto económicos como humanos, se concentrarán en ellos en una primera etapa. Una consultora especializada se encargará de la realización de un estudio de inteligencia de mercados que identifique aquellos prioritarios de acuerdo con sus características puntuales. Con base en los resultados, se propondrán las estrategias de penetración.

Resulta primordial establecer mecanismos de medición que permitan evaluar el éxito de las estrategias. Los sistemas de control ayudarán a verificar el éxito de los programas implementados y en caso de ser necesario, realizar las correspondientes correcciones.

Subproyecto: Diseño y estructuración de marca turística para el destino Huila

Para poder mercadear el Huila, éste necesita, en primera instancia, posicionarse como destino turístico en la mente de los potenciales visitantes y despertar en ellos el deseo de conocerlo. Una de las herramientas fundamentales para lograrlo es la creación de una marca turística departamental. La misma debe transmitir aquello que el Huila representa, sus valores intrínsecos, identidad turística y visión, entre otros.

Una marca efectiva refleja las características del lugar pero fundamentalmente debe diferenciarse de los otros destinos, de lo contrario no será competitiva ni logrará que los consumidores la recuerden. En un mundo globalizado donde el consumidor es constantemente bombardeado por estímulos de todo tipo, una marca debe ser lo suficientemente única y original para distinguirse de las demás y perdurar en la memoria.

Dentro de la estrategia de diseño de marca la primera actividad a considerar es la contratación de una agencia especializada en este particular. Para lograr que los actores locales se apropien de la marca, ellos deben participar en la construcción de la misma a través de talleres integradores. El paso siguiente es la socialización a la población a través de los medios de comunicación, prestadores del servicio,

operadores del servicio, gremios y comunidad en general. Los diferentes públicos deben apropiarse de la marca, sentirla como un reflejo de lo que ellos son y desean proyectar. Finalmente se organiza el lanzamiento a nivel nacional e internacional y se capacita a los actores en la utilización de la marca a través de cursos y un manual de consulta.

Subproyecto: Promoción de las fiestas y atractivos del departamento

La información recabada a partir de la encuesta de la demanda actual muestra que las personas reconocen el destino por Neiva y sus fiestas, los parques arqueológicos en San Agustín y finalmente el desierto de La Tatacoa. Pero si se analizan las conclusiones provenientes de la demanda potencial se extrae que el Huila no es mencionado entre los destinos preferidos de los colombianos, que eligen para sus viajes aquellos destinos de sol y playa.

Por lo tanto es fundamental que el departamento logre en primer lugar poner de relieve los atractivos que motivan el desplazamiento de turistas en la actualidad y también aquellos que lo pueden hacer en el futuro inmediato debido a su potencialidad. Esto significa posicionar el resto de los productos que al momento son desconocidos. Para lograrlo, es necesario desarrollar acciones de promoción y mercadeo a través de la participación en ferias, ruedas de negocios y misiones comerciales.

Se requerirá, igualmente, la identificación de los eventos más relevantes y se hará una gestión de articulación público-privada para lograr la participación de los diferentes actores.

De otra parte, se deberá contar con materiales impresos muy atractivos, elaborados bajo los parámetros de la Marca Huila para que sean entregados en los diferentes ejercicios de promoción. También será necesario trabajar en disponer o actualizar una página web que tenga un sitio especializado en turismo donde se encuentre la información de los municipios y el departamento, y donde los turistas puedan encontrar el medio para entrar en contacto con los prestadores y operadores de servicios. En el momento las páginas web existentes poseen poca información o la misma se encuentra obsoleta.



La promoción y gestión deberá tener un seguimiento y evaluación posterior para hacer los ajustes del caso, en busca de mejorar en el tiempo los resultados de la promoción.

Subproyecto: Estructuración de alianzas con mayoristas para la comercialización del destino Huila.

El Huila en su conjunto debe ser incluido en los paquetes turísticos de las agencias. Para ello se deberá en primer lugar, identificar los mayoristas turísticos más relevantes que estén interesados en incluir el Huila en sus ofertas comerciales, a quienes se invitarán a un viaje de reconocimiento de los principales atractivos del departamento para que entren en contacto con el producto.

A su vez, será de gran utilidad organizar reuniones entre los mayoristas y operadores receptivos de la región para generar confianza y establecer vínculos que favorezcan la promoción del Destino. Los resultados de estas actividades deberán ser analizados y evaluados para medir el impacto de las visitas de estos mayoristas.

Subproyecto: Diseño e implementación de una campaña de publicidad de medios de comunicación

El acertado diseño e implementación de una campaña de publicidad es requisito indispensable para la obtención de resultados que realmente impacten en la demanda del destino. Por ello es preciso que tales actividades sean realizadas por profesionales especializados en el tema; lo anterior requiere la elaboración de los términos de referencia para la contratación del diseño y ejecución de la campaña publicitaria y su posterior contratación.

Subproyecto: Diseño y ejecución de una estrategia de comunicación 2.0 que involucre la creación, administración y seguimiento de los canales digitales oficiales del sector turístico del destino Huila

Este proyecto busca diseñar y desarrollar una estrategia digital que tenga como fin informar, promocionar, comunicar los lugares y/o actividades a los miles de usuarios que día a día navegan por comunidades virtuales permitiendo así crear una imagen de marca positiva de la región.

También se debe realizar el diseño y montaje de los canales de comunicación (medios sociales) en los que la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo deba incursionar conforme a la estrategia planteada (portal web dedicado, *Landing Pages*, tabs en redes sociales de acuerdo con el alcance de la estrategia, como lo son micro blogs, blogs, redes sociales, foros y medios dedicados para compartir videos y fotos); administrar los canales creados en social media con contenidos escritos, audiovisuales y digitales que promuevan la participación y visita de turistas al departamento del Huila como complemento al plan de comunicaciones general de la entidad, dando respuesta a los cibernautas que deseen visitar la región e informar oportunamente de eventos, actividades y sitios turísticos recomendados con el fin de visibilizar y fidelizar a potenciales turistas.

Finalmente, se debe realizar monitoreo diario e informes mensuales de gestión donde se visibilicen los resultados alcanzados a través de la estrategia digital, mostrando la presencia de la marca en el panorama de los medios sociales, definiendo el sentimiento público y la percepción de la misma.

PROGRAMA: HUILA PLANEA Y GESTIONA EL TURISMO.

Los profundos cambios operados en el sector turístico¹⁵² a lo largo de las dos últimas décadas, donde la interacción entre oferta y demanda se ha intensificado notablemente en el contexto de un mercado cada vez más globalizado, han tenido una incidencia notable desde el punto de vista de los destinos turísticos. En un marco de fuerte competencia territorial, la reestructuración productiva de numerosos destinos turísticos maduros y la consolidación de otros emergentes se ha convertido en una prioridad y ámbito de cooperación entre las diferentes administraciones (nacional, departamental y local) y los agentes privados.

Para hacer frente a este reto, una parte importante de las actuaciones previstas dentro de las grandes líneas de la política turística se han ideado para su aplicación dentro del ámbito local, poniendo el énfasis en la creación de instrumentos de gestión y planificación cuya filosofía ha evolucionado desde criterios de competitividad meramente económicos a otros basados en la calidad, y que son atendidos a través

¹⁵² Los instrumentos de planificación y gestión turística en el ámbito local: aproximación a su implantación y desarrollo en Aragón

del programa que se propone, con los proyectos y subproyectos que se describen a continuación.

Es importante tener en cuenta que para conocer el estado de la gestión turística del destino Huila se realizó un análisis de las relaciones entre los actores de este renglón económico, que permitió conocer de primera mano el grado de cooperación existente entre ellos para el desarrollo del turismo en el departamento del Huila.

PROYECTO: FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS NECESARIAS PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESTINO HUILA

El objetivo de este proyecto es fortalecer la institucionalidad turística del departamento, bajo un marco institucional fundamental que se encargue de la gerencia del turismo en el destino Huila. Difícilmente logrará el departamento avanzar en el desarrollo turístico si no existe una institucionalidad pública y privada articulada y con una visión compartida del sector.

A nivel departamental, la Secretaría de Cultura y Turismo debe continuar liderando los procesos, articulando a los actores, definiendo prioridades, gestionando recursos y tomando bajo su mando la ejecución del presente plan, en concordancia con la institucionalidad privada en cabeza de la Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila. Así mismo, estos esfuerzos departamentales serán también corresponsabilidad de los municipios deben verse reflejados en los municipios, los cuales deben crear, reestructurar o fortalecer sus oficinas municipales de turismo, principalmente los que tiene vocación.

Este fortalecimiento institucional debe verse reflejado en la asignación de recursos públicos en los presupuestos municipales y departamentales, y en la participación activa en convocatorias nacionales y regionales con formuladores de proyectos competentes en las metodologías requeridas, que gestionen recursos nacionales o internacionales para el sector.

Subproyecto: Creación y/o fortalecimiento de oficinas municipales de turismo en los municipios con vocación turística del destino Huila

El desarrollo del sector turístico requiere de un interlocutor en las Administraciones departamentales y municipales que lidere los procesos. Así lo entiende el Gobierno nacional cuando, en su plan sectorial de turismo 2011-2014 promueve la creación y/o el fortalecimiento de las oficinas departamentales y municipales de turismo, como un mecanismo fundamental para lograr sinergias entre la nación y las entidades territoriales.

Por consiguiente, se propone la creación y/o fortalecimiento de al menos cuatro oficinas municipales de turismo en igual número de municipios, de tal forma que hayan responsables preparados y competentes para liderar los procesos propuestos en el plan de desarrollo turístico, con capacidad de gestión y respuesta a la dinámica que el proceso demandará en su implementación y en articulación con la autoridad departamental.

Es importante que todos los actores relacionados rodeen este proceso y a los responsables del mismo para que la construcción colectiva refleje sus expectativas e intereses a favor del sector y del municipio, y finalmente, se deberán presentar las reestructuraciones administrativas y los proyectos de acuerdo a los concejos municipales para dar paso a su ejecución.

Subproyecto : Fortalecimiento institucional de la Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila y del Consejo de Competitividad Turística promovidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Uno de los apartes de la Visión del departamento del Huila como destino turístico competitivo dice: *“Los actores del sector turístico, públicos y privados, trabajarán de manera articulada, orientados desde la Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila y avanzarán especialmente en la gestión para estructurar mejores productos y destinos sostenibles y conseguir recursos para el sector”*.

La mesa se conformó a finales del año 2011 y está integrada por doce miembros, representantes de los empresarios (transporte, establecimientos de alojamiento-



hospedaje, gastronomía y bares; guías de turismo, agencias de viajes operadoras y turismo) y por un delegado del Sena, la Cámara de Comercio de Neiva, la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, la CAM, la Policía de Turismo, un representante de las universidades y un representante de los gremios.

Esta institucionalidad permite contar con un organismo de consulta, asesoría y apoyo técnico, en cuyo seno las autoridades departamentales y municipales, así como los representantes de los sectores social y privado involucrados con la actividad turística, puedan presentar planteamientos, sugerencias y análisis de asuntos relacionados con esta actividad. Paralelamente podrá concertar acciones tendientes a impulsar el desarrollo integral del turismo en el departamento, incluyendo la calidad de los servicios que se oferten a visitantes y turistas.

Se propone entonces fortalecer la mesa sectorial para que se encargue del seguimiento a este plan de turismo (que incluye iniciativas estratégicas de la matriz de competitividad turística) y articule las acciones con el Consejo de Competitividad Turística. Por lo tanto es importante revisar la estructuración de la misma y los actores que la conforman, como también los reglamentos internos vigentes para proponer los ajustes que sean del caso. Adicionalmente se deberá renovar el compromiso de seguimiento al plan sectorial y al cumplimiento de la política pública de turismo.

PROYECTO: FORTALECIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE PROCESOS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DEPARTAMENTAL Y MUNICIPAL EN EL DESTINO HUILA.

El departamento del Huila ha adelantado procesos para fortalecer la planificación del turismo, a través del Departamento Administrativo de Planeación Departamental, (DAP). Los estudios inherentes a los proyectos turísticos como el Parque Temático de La Tatacoa, el Spa Rivera Termales, Recinto Ferial, y más recientemente el Parque Islas de Aventura y otras iniciativas comentadas en los primeros insumos del diagnóstico, han tenido en el DAP un apoyo técnico y presupuestal importante, siempre en la fase de planificación. Esta fase, que es la primera en todo proceso económico, productivo y empresarial, para el caso del turismo tiene que fortalecerse, independiente de la estructura de gestión que se adopte.

Por lo anterior, la planificación del turismo para los próximos años debe iniciarse ya (con este plan sectorial) y la Oficina de Planeación del departamento, fortalecerse para

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

tal propósito o cualquier otra estructura que garantice los objetivos que deben identificar al departamento en materia turística. Conjuntamente con la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo deben velar por la actualización del Plan de Desarrollo Turístico Departamental y de los planes de desarrollo turístico municipales de acuerdo con la vocación turística del destino Huila, así como de la formulación y adopción de la Política Pública de Turismo departamental.

Subproyecto: Formulación o ajustes de los planes de desarrollo turístico municipales de acuerdo con la vocación turística del destino Huila y en consonancia con el presente plan.

Este proyecto busca que el departamento cuente con un plan sectorial departamental de turismo, debidamente tramitado como ordenanza, con los lineamientos dados por el Viceministerio de Turismo, construido colectiva y participativamente con los actores del sector de los municipios con vocación turística, y que se actualice en forma permanente.

También se busca ajustar los siete planes sectoriales municipales de turismo que están formulados actualmente (Neiva, Garzón, Pitalito, Tesalia, Paicol, Palermo, San Agustín), según las directrices del plan sectorial departamental, de tal manera que estos puedan ser llevados a acuerdos municipales. Finalmente, se requiere el apoyo a las alcaldías locales para la formulación y construcción colectiva de cinco planes sectoriales municipales de igual número de municipios con vocación que no cuentan actualmente con esta importante herramienta de planificación (Villavieja, Rivera, Yaguará, Gigante e Isnos).

Subproyecto: Formulación y adopción de la política pública de turismo del destino Huila

El objetivo de este proyecto es que el departamento cuente con una política pública departamental de turismo, que sea divulgada y apropiada por los actores del sector y se constituya el insumo más importante y estratégico tanto para el departamento como para los municipios con vocación turística del destino Huila.



Para su formulación se deberá realizar un proceso de construcción colectiva, en el cual participarán los diversos actores del sector, entre los que deberán estar el sector público y privado, gremios, academia, comunidad, entre otros.

Una vez formulada deberá ser aprobada por las instancias gubernamentales correspondientes y socializadas con la comunidad y actores involucrados en el quehacer turístico.

2.5.RECOMENDACIONES GENERALES PARA LA ARTICULACIÓN DE ALGUNOS PROYECTOS ESTRATÉGICOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN EL COMPONENTE DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LOS MUNICIPIOS IMPLICADOS

Generalidades

El ordenamiento territorial permite a los municipios orientar el desarrollo del territorio bajo su jurisdicción y regular la utilización, transformación y ocupación del espacio, en función de los objetivos económicos, sociales, urbanísticos y ambientales.

Sobre el ordenamiento territorial a escala supramunicipal, es importante resaltar las competencias de las entidades públicas de nivel departamental y municipal, las cuales se enmarcan en la Constitución y las leyes, atendiendo los principios de coordinación, concurrencia y subsidiariedad.

De conformidad con el artículo 29 de la Ley 1454 de 2011- LOOT sobre la distribución de competencias relacionadas con las decisiones de ordenamiento, de las cuales se hace principal énfasis en las relacionadas con la planeación sectorial para el fortalecimiento de la actividad turística propuesta en este plan, corresponde al nivel departamental orientar la proyección espacial derivada del plan de turismo en articulación con los municipios y las entidades territoriales indígenas, mediante la definición de lineamientos y políticas para la complementariedad de los asentamientos y centros urbanos, principalmente asociados al control en la aparición de nuevos asentamientos humanos y su localización en zonas no aptas, en zonas de riesgo o con conflictos de usos; orientar la localización de infraestructura y equipamientos de soporte al turismo y definir acciones de asistencia técnica, gestión y financiación para

fortalecer las capacidades locales que permita a los municipios el aprovechamiento de las ventajas competitivas en perspectiva regional.

Frente a las competencias locales para lograr la consolidación y articulación de las dinámicas funcionales propuestas entre los diferentes centros urbanos, la viabilidad de los proyectos estratégicos de infraestructura y actividades para el mejoramiento de la competitividad económica local y regional, el mejoramiento y puesta en valor de los recursos ambientales, físicos, arquitectónicos, sociales y económicos para el fortalecimiento del sector turismo propuesto en este plan, corresponde al municipio, en desarrollo de su plan de ordenamiento territorial, definir las condiciones de uso, ocupación y aprovechamiento de los suelos urbanos, rurales y de protección, definir la localización de la infraestructura de soporte a las actividades urbanas productivas, fijar las normas urbanísticas para regular los usos, edificabilidades y mitigar los impactos ambientales, sociales y urbanísticos que se puedan generar por ejecución de los proyectos aquí establecidos, definir en articulación con el departamento, la priorización de los proyectos estratégicos y estructurantes, y la definición y operatividad de los instrumentos y mecanismos de gestión urbana para la adquisición de suelos y la financiación de infraestructura.

Por lo anterior es importante precisar que el plan de desarrollo departamental de turismo, tiene como objetivo principal brindar los lineamientos para la articulación y coordinación interinstitucional para el ordenamiento territorial y el fortalecimiento de la actividad socioeconómica derivada del turismo, orientando acciones y proyectos estratégicos que deben necesariamente contar con la participación de los municipios vinculados, con el propósito de garantizar la ejecución de las acciones, programas y proyectos aquí previstos, en articulación con los respectivos planes de ordenamiento territorial.

A continuación se hace referencia a algunas situaciones que se pueden presentar para la articulación entre los lineamientos departamentales derivados del Plan de Desarrollo Departamental de turismo y las decisiones locales sobre ordenamiento territorial. Se incluye una descripción del procedimiento administrativo que se debe generar en cada caso, para orientar la viabilidad de los programas y proyectos del PDDT, desde el ordenamiento territorial municipal:

1. Cuando las decisiones del Plan de Desarrollo Turístico definen proyectos que se localizan o tienen influencia sobre los suelos de protección ambiental de carácter



regional, departamental o municipal; o en áreas de conservación arquitectónica y cultural:

De conformidad con la jerarquía normativa establecida en el artículo 10 de la Ley 388 de 1997, los planes de ordenamiento territorial deberán tener en cuenta las siguientes determinantes que constituyen normas de superior jerarquía en sus propios ámbitos de competencia, de acuerdo con la Constitución y las leyes:

- a. Las relacionadas con la conservación y protección del medio ambiente, los recursos naturales la prevención de amenazas y riesgos naturales¹⁵³.
- b. Las políticas, directrices y regulaciones sobre conservación, preservación y uso de las áreas e inmuebles consideradas como patrimonio cultural de la Nación y de los departamentos, incluyendo el histórico, artístico y arquitectónico, de conformidad con la legislación correspondiente.
- c. El señalamiento y localización de las infraestructuras básicas relativas a la red vial nacional y regional, puertos y aeropuertos, sistemas de abastecimiento de agua, saneamiento y suministro de energía, así como las directrices de ordenamientos para sus áreas de influencia.

¹⁵³ Son determinantes ambientales, en los términos señalados en el artículo 10 de la ley 388 de 1997, las siguientes: a) Las directrices, normas y reglamentos expedidos en ejercicio de sus respectivas facultades legales, por las entidades del Sistema Nacional Ambiental, en los aspectos relacionados con el ordenamiento espacial del territorio, de acuerdo con la Ley 99 de 1993 y el Código de Recursos Naturales, tales como las limitaciones derivadas de estatuto de zonificación de uso adecuado del territorio y las regulaciones nacionales sobre uso del suelo en lo concerniente exclusivamente a sus aspectos ambientales) Las regulaciones sobre conservación, preservación, uso y manejo del medio ambiente y de los recursos naturales renovables, en las zonas marinas y costeras; las disposiciones producidas por la Corporación Autónoma Regional o la autoridad ambiental de la respectiva jurisdicción, en cuanto a la reserva, alindamiento, administración o sustracción de los distritos de manejo integrado, los distritos de conservación de suelos, las reservas forestales y parques naturales de carácter regional; las normas y directrices para el manejo de las cuencas hidrográficas expedidas por la Corporación Autónoma Regional o la autoridad ambiental de la respectiva jurisdicción; y las directrices y normas expedidas por las autoridades ambientales para la conservación de las áreas de especial importancia ecosistémica) Las disposiciones que reglamentan el uso y funcionamiento de las áreas que integran el sistema de parques nacionales naturales y las reservas forestales nacionales) Las políticas, directrices y regulaciones sobre prevención de amenazas y riesgos naturales, el señalamiento y localización de las áreas de riesgo para asentamientos humanos, así como las estrategias de manejo de zonas expuestas a amenazas y riesgos naturales.

d. Los componentes de ordenamiento territorial de los planes integrales de desarrollo metropolitano, en cuanto se refieran a hechos metropolitanos, así como las normas generales que establezcan los objetivos y criterios definidos por las áreas metropolitanas en los asuntos de ordenamiento del territorio municipal, de conformidad con lo dispuesto por la Ley 128 de 1994 y la ley 388.

1. Cuando los proyectos asociados a infraestructura o equipamientos de soporte al turismo no puedan localizarse en los suelos identificados por el PDDT, por condiciones de la clasificación del suelo dada en el POT y/o los impactos que estos generan en términos ambientales, sociales o urbanísticos:

El fortalecimiento de la actividad turística sobre corredores de movilidad regional (terrestre, fluvial y/o aérea), atrae dinámicas de población en busca de mejores condiciones económicas y de empleo, lo que genera nuevos asentamientos humanos (con densidades habitacionales mayores a las contempladas para el suelo rural) y concentración de actividades de comercio y servicios asociados al turismo.

Cuando se trata de suelos rurales, el Decreto nacional 3600 de 2007, por medio del cual se dictan lineamientos de ordenamiento rural, restringe la localización de tales actividades a los corredores regionales de comercio y servicios o las áreas suburbanas determinadas en el POT; por lo tanto, la viabilidad de un proyecto en esta situación, requiere que el municipio emprenda un proceso de revisión y ajuste del plan de ordenamiento territorial.¹⁵⁴

¹⁵⁴De conformidad con lo previsto en los artículos 5 y 6 del Decreto 4002 de 2004, la revisión de los planes de ordenamiento territorial se podrá adelantar en los siguientes casos:

- Revisión y ajuste por vencimiento del término de vigencia de los contenidos de largo, mediano o corto plazo de los Planes de Ordenamiento Territorial, según lo establecido en dichos planes.
- Revisión del Plan o de alguno de sus contenidos por razones de excepcional interés público, o de fuerza mayor o caso fortuito: a) La declaratoria de desastre o calamidad pública (...) b) Los resultados de estudios técnicos detallados sobre amenazas, riesgos y vulnerabilidad (...)
- Modificación excepcional de normas urbanísticas de carácter estructural o general del Plan de Ordenamiento Territorial, que tengan por objeto asegurar la consecución de los objetivos y estrategias territoriales de largo y mediano plazo definidas en los componentes General y Urbano del Plan de Ordenamiento Territorial.

En aplicación de las normas anteriormente citadas, cualquier modificación o ajuste a POT debe estar sustentada en estudios técnicos, parámetros e indicadores de seguimiento debidamente sustentados. De la misma forma debe cumplir



2. Si las normas urbanísticas sobre usos y edificabilidad no viabilizan la localización del proyecto propuesto en el PDDT:

Cuando se trata de proyectos que no tienen conflictos frente a las condiciones de clasificación del suelo, pero que las decisiones sobre usos y edificabilidad dados en el POT no viabilizan su desarrollo, se debe emprender un proceso de modificación excepcional de normas urbanísticas, en los términos establecidos en el artículo 6 del Decreto nacional 4002 de 2004, con el fin de garantizar la consecución de objetivos y estrategias territoriales contenidas en el POT.

Como ya fue mencionado, este tipo de modificación debe estar sustentado en estudios técnicos y parámetros e indicadores de seguimiento debidamente soportados, a fin de mostrar los beneficios en la consolidación del modelo de ordenamiento y/o objetivos de desarrollo económico, social o ambiental definidos en el POT.

3. Cuando los proyectos derivados del PDDT, requieren la definición de los sistemas urbanos o rurales de movilidad, espacio público y equipamientos o cambios en ellos:

Para emprender los ajustes requeridos en el POT con el fin de viabilizar el proyecto con respecto a la priorización de acciones e instrumentos de gestión y financiación para determinar sistemas estructurantes de movilidad, espacio público y equipamientos, se podrá emprender un estudio técnico sectorial como plan maestro o plan de manejo que permita justificar los cambios a normas urbanísticas que se deben realizar en un proceso de modificación de normas urbanísticas respecto a estos elementos.

4. Si la priorización de proyectos y acciones derivadas del PDDT implica cambios en el programa de ejecución del Plan de Ordenamiento Territorial:

a cabalidad con las instancias de concertación y consulta, y los procedimientos previstos para su adopción previstos en los artículos 24 y 25 de la ley 388 de 1997 y presentar como mínimo los documentos exigidos en el artículo 9 del decreto 4002 de 2004.

Mediante el Plan de Desarrollo Municipal se pueden emprender los ajustes en la priorización del programa de ejecución del POT, justificando las acciones sobre el territorio en articulación con la planeación socioeconómica y espacial incluida en el Plan de Desarrollo Departamental de Turismo.

5. Cuando la ejecución del proyecto derivado del PDDT se debe adelantar como un proyecto urbanístico integral, para lo cual es necesario definir los procedimientos para la operatividad de los instrumentos de planeamiento, gestión y/o financiación necesarios para su implementación, pero el municipio no cuenta con la capacidad administrativa para hacerlo.

La Gobernación, a través de la Secretaría de Planeación Departamental, debe emprender procesos de asistencia técnica para fortalecer las capacidades locales en la toma de decisiones para la viabilización de los programas y proyectos derivados del PDDT. La dirección de asistencia técnica en ordenamiento territorial tiene competencias en los temas específicos para la puesta en marcha de operaciones urbanas integrales derivadas del PDDT.

PROYECTOS Y SUBPROYECTOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO CON IMPLICACIONES EN EL TERRITORIO

Ambientales

Desarrollo del Parque Temático Desierto de La Tatacoa

Descripción

El proyecto se propone dotar de infraestructura la zona del Desierto de La Tatacoa, de manera que se responda a las demandas de los cerca de 240.000 turistas al año que prevén los estudios realizados por la Universidad Nacional. Ejemplo de estas infraestructuras son el planetario y la meseta de las ventas.



Relación con el plan de ordenamiento

El desierto de La Tatacoa es calificado por el POT como un territorio especial por ser resguardo indígena, que además se encuentra regulado por el Plan de Lucha contra la desertificación y la sequía.

Cada una de las áreas turísticas del Desierto de La Tatacoa se encuentra inventariada en el diagnóstico del POT del municipio de Villavieja, estableciéndose su ubicación e identificación catastral. Por ello, el desarrollo de nuevas infraestructuras debe incluirse en dicho inventario.

Sin embargo, hay pocas disposiciones sobre usos y tratamientos en la zona de La Tatacoa. En cuanto al proyecto Parque Temático Desierto La Tatacoa, éste se encuentra incluido en el plan de ejecución, específicamente en la dimensión y de Productividad y Competitividad, y de hecho se resalta la importancia de su ejecución en el diagnóstico sobre La Tatacoa como destino turístico.

Impactos

Los proyectos de la construcción de infraestructuras de servicios en suelos rurales o especiales pueden generar impactos que se relacionan a continuación:

- ✓ Aumento del volumen de residuos sólidos: la ejecución de proyectos puede incrementar la producción de residuos sólidos, lo cual puede generar unos impactos fuertes sobre el ecosistema en la medida que no haya planes para la recolección, tratamiento y disposición de los mismos.
- ✓ Aumento del volumen de ruido: la ejecución de proyectos puede incrementar a niveles críticos el ruido, afectando prácticas culturales y ecosistemas existentes en los territorios.
- ✓ Contaminación de recursos hídricos: la ejecución de proyectos puede generar contaminación sobre recursos hídricos en la medida que se incrementen los usos urbanos (vivienda, comercio, servicios o industria), que hagan uso intensivo de los mismos y los viertan nuevamente sin un tratamiento adecuado.

- ✓ Pérdida de flora y fauna nativa: la ejecución de proyectos puede alterar ecosistemas completos, produciendo como impacto la pérdida flora y fauna nativa.
- ✓ Pérdida de paisaje: en la ejecución de proyectos se pueden dar modificaciones drásticas en los paisajes (naturales o artificiales) de cada territorio.
- ✓ Atracción de población y densificación constructiva de la zona: producida por la posibilidad de ofrecer servicios complementarios a las actividades turísticas que se permitan en ciertas zonas donde anteriormente estaban limitadas.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

- ✓ No generar fragmentaciones de ecosistemas con la infraestructura. En todo caso se deben buscar zonas aledañas o periféricas al ecosistema principal para evitar impactarlo.
- ✓ Se debe buscar una integración de la infraestructura con el entorno natural o rural.
- ✓ Definir de manera puntual el tipo de servicio que se va a prestar, ya sea de actividades económicas (alojamiento, alimentación, convenciones) o colectivas (educación, investigación, atención en salud, culto). En todo caso, evitar altas aglomeraciones de personas con el servicio que se presta, definiendo en cada caso unos topes máximos atención simultánea.
- ✓ Definición de las áreas mínimas de suelo de intervención. El manual de estándares urbanísticos del anterior Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial recomienda que para suelos rurales no se desarrollen intervenciones en áreas inferiores a 2 ha para garantizar las cesiones de suelo necesarias para el soporte de la actividad.
- ✓ En suelo de protección ambiental se debe evaluar el impacto sobre el ecosistema para establecer una dimensión máxima de intervención en cada caso.

- ✓ En suelo rural o de protección ambiental el índice máximo de ocupación será de 0.3 y el índice máximo de construcción será de 0.5, según las recomendaciones del manual de estándares urbanísticos del anterior Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.
- ✓ En la construcción de la infraestructura se deben emplear tecnologías y materiales ambientalmente sostenibles, con estándares de seguridad y confort adecuados.

Construcción de zonas de estacionamiento y espacios públicos en zona de acceso al Parque Arqueológico de San Agustín y el desierto de La Tatacoa

Descripción

El proyecto pretende construir zonas de estacionamiento y espacios públicos en el Parque Arqueológico de San Agustín y el desierto de La Tatacoa.

Relación con el plan de ordenamiento

Para el caso de San Agustín, el POT es claro en establecer los usos permitidos para las Áreas de Reserva Arqueológica (ARA). El uso principal es el de conservación y protección del entorno inmediato del hallazgo arqueológico; el complementario es el de recreación pasiva, el compatible es el de comercio local controlado e infraestructura hotelera de bajo impacto. Los usos prohibidos son: institucional, industria local y demás usos. De allí que sea necesario identificar de manera muy clara en qué lote se ubicarían estos estacionamientos, para mantener las disposiciones impuestas por el POT, de manera que una infraestructura como la que se pretende implementar sea controlada y se mantenga en el bajo impacto.

En cuanto a las normas urbanísticas, se establece que las dimensiones del suelo de reserva deberán ser especificadas por las autoridades competentes del orden nacional. Las disposiciones correspondientes estarán sujetas a los decretos y acuerdos municipales reglamentarios vigentes. Por lo cual, la iniciativa tendrá que ser sujeta de revisión por parte del Ministerio de Cultura y las demás autoridades responsables del tema.

Para el caso de La Tatacoa, la normatividad expuesta en el POT de Villavieja no permite establecer si la construcción de parqueaderos es permitida y en qué zona podrían ubicarse. De esta forma, sería importante hacer una consulta más detallada con las autoridades locales para discutir, sobre la cartografía del lugar, la viabilidad del proyecto y el lugar para realizarlo.

En ninguno de los dos POT se incluye un proyecto similar. Por ello, se recomienda realizar ejercicios de negociación y cabildeo con las autoridades locales para que, una vez confirmada la viabilidad técnica del proyecto, se jalonen las iniciativas desde los diferentes instrumentos de planeación.

Impactos

Los proyectos de adecuación o construcción de infraestructuras de servicios en suelos rurales o de protección ambiental pueden generar impactos como los que se listan a continuación:

- ✓ Aumento del volumen de ruido: la ejecución de proyectos puede incrementar a niveles críticos el ruido, afectando prácticas culturales y ecosistemas existentes en los territorios.
- ✓ Contaminación de aire y recursos hídricos: la ejecución de proyectos puede generar contaminación sobre los recursos en la medida que se incrementen los usos urbanos (vivienda, comercio, servicios o industria) que hagan uso intensivo de los mismos y los viertan nuevamente sin un tratamiento adecuado.
- ✓ Pérdida de flora y fauna nativa: la ejecución de proyectos puede alterar ecosistemas completos, produciendo como impacto la pérdida flora y fauna nativa.
- ✓ Pérdida de paisaje: en la ejecución de proyectos se pueden dar modificaciones drásticas en los paisajes (naturales o artificiales) de cada territorio.
- ✓ Proliferación de actividades económicas informales en los espacios públicos construidos.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:



Definir la ubicación de los estacionamientos teniendo en cuenta no generar fragmentaciones de ecosistemas, ni afectaciones a zonas ambientalmente protegidas. En todo caso se deben buscar zonas aledañas o periféricas al ecosistema principal para evitar impactarlo. Se debe buscar una integración de la infraestructura con el entorno natural o rural.

Definir de manera puntual la capacidad que tendrán los estacionamientos y la previsión de su expansión en el tiempo. En todo caso, evitar altas aglomeraciones de personas con el servicio que se presta, definiendo en cada caso unos topes máximos atención simultánea.

- En suelo de protección ambiental se debe evaluar el impacto sobre el ecosistema para establecer una dimensión máxima de intervención en cada caso.
- En la construcción de la infraestructura se deben emplear tecnologías y materiales ambientalmente sostenibles, con estándares de seguridad y confort adecuados.

Renovación del Parque Arqueológico de San Agustín

Descripción

El proyecto contempla la renovación de los componentes museográficos y naturales con que cuenta el Parque, de manera que se presente material más actual.

Relación con el plan de ordenamiento

La normatividad que regula las intervenciones sobre el Parque Arqueológico de San Agustín es amplia y antigua. En 1931 se expidió la Ley 103, que fomentaba la conservación de los monumentos arqueológicos del parque, ley que posteriormente fue reglamentada en numerosas ocasiones, en pro de robustecer las disposiciones para el cuidado de la riqueza arqueológica que allí reposa. El carácter excepcional de los complejos funerarios condujo a que en 1993 el parque fuera declarado Monumento Nacional por el Consejo de Monumentos Nacionales, y en 1995 declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, reconociendo este sitio como testimonio único y excepcional de una civilización desaparecida.

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

Posteriormente, en el año 2002, mediante el decreto 833, se establecieron disposiciones generales sobre el patrimonio arqueológico colombiano. Allí se instituyen procedimientos para la excavación en zonas de potencial contenido arqueológico, se dictan protocolos para el tratamiento de hallazgos y se disponen mecanismos de conservación y exhibición.

En el ámbito municipal, el POT de San Agustín en su artículo 39 declara una serie de directrices de manejo para las aéreas de reserva para la conservación y protección del patrimonio histórico, cultural y arquitectónico. Dentro de éstas se encuentran las siguientes:

1. El municipio debe declarar de utilidad pública y adquirir las propiedades de los inmuebles con el fin de proteger los bosques, el paisaje, la estatuaria y los recursos hídricos existentes en esa área, acudiendo a la tipología de proyectos de conservación del medio ambiente y la cofinanciación del municipio, Ministerio de la Cultura, Instituto Colombiano de Antropología e Historia y/o Corpes Centro Oriente. Como área de manejo especial la reglamentación de su funcionamiento corresponderá al Ministerio de Cultura.
2. Los barrios históricos de los centros urbanos o rurales y los conjuntos tradicionales deberán quedar registrados como zonas de interés, y para proteger el marco circundante y su carácter deberán dictarse disposiciones adecuadas que permitan determinar y decidir en qué medida podrían ser reformados los edificios de importancia histórica o artística, la índole y el estilo de las nuevas construcciones.
3. Listar y catalogar las posibles agrupaciones de los inmuebles, para protegerlos legalmente. En este orden de ideas, se empleará para la catalogación un tipo de ficha que registra y exalta sus diversos valores patrimoniales.
4. Mediante Acuerdo 020 de 1996, el Concejo Municipal definió la zona histórica del municipio y su área de influencia: el texto del Decreto 120 de agosto de 1996, adiciona normas que reglamentan la construcción y conservación en la zona histórica.

Igualmente, se establecen los usos permitidos para las Áreas de reserva arqueológica (ARA). El uso principal es el de Conservación y protección del entorno inmediato del hallazgo arqueológico, el complementario es el de recreación pasiva, el compatible es



el de comercio local controlado e infraestructura hotelera de bajo impacto. Usos prohibidos: institucional, industria local y demás usos.

En cuanto a las normas urbanísticas se establece que las dimensiones del suelo de reserva deberán ser especificadas por las autoridades competentes del orden nacional. Las disposiciones correspondientes estarán sujetas a los decretos y acuerdos municipales reglamentarios vigentes.

Todas estas normas generan un complejo marco regulatorio para la intervención sobre el Parque Arqueológico de San Agustín, ya que cualquier proyecto que tenga lugar allí, debe cumplir con estrictas normas que superan el ámbito municipal.

Dentro de los proyectos del POT se establece la necesidad de fortalecer el destino turístico de parques arqueológicos.

Impactos

Los proyectos de construcción de infraestructuras de servicios en suelos rurales o especiales pueden generar impactos como los que se mencionan a continuación:

- ✓ Aumento del volumen de residuos sólidos: la ejecución de proyectos puede incrementar la producción de residuos sólidos, lo cual puede generar unos impactos fuertes sobre el ecosistema en la medida que no haya planes para la recolección, tratamiento y disposición de los mismos.
- ✓ Aumento del volumen de ruido: la ejecución de proyectos puede incrementar a niveles críticos el ruido, afectando prácticas culturales y ecosistemas existentes en los territorios.
- ✓ Contaminación de recursos hídricos: la ejecución de proyectos puede generar contaminación sobre recursos hídricos en la medida que se incrementen los usos urbanos (vivienda, comercio, servicios o industria), que hagan uso intensivo de los mismos y los viertan nuevamente sin un tratamiento adecuado.
- ✓ Pérdida de flora y fauna nativa: la ejecución de proyectos puede alterar ecosistemas completos, produciendo como impacto la pérdida flora y fauna nativa.

- ✓ Pérdida de paisaje: en la ejecución de proyectos se pueden dar modificaciones drásticas en los paisajes (naturales o artificiales) de cada territorio.
- ✓ Atracción de población y densificación constructiva de la zona: producida por la posibilidad de ofrecer servicios complementarios a las actividades turísticas que se permitan en ciertas zonas donde anteriormente estaban limitadas.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

- ✓ No generar fragmentaciones de ecosistemas con la infraestructura. En todo caso se deben buscar zonas aledañas o periféricas al ecosistema principal para evitar impactarlo.
- ✓ Se debe buscar una integración de la infraestructura con el entorno natural o rural.
- ✓ Definir de manera puntual el tipo de servicio que se va a prestar, ya sea de actividades económicas (alojamiento, alimentación, convenciones) o colectivas (educación, investigación, atención en salud, culto). En todo caso, evitar altas aglomeraciones de personas con el servicio que se presta, definiendo en cada caso unos topes máximos atención simultánea.
- ✓ Definición de las áreas mínimas de suelo de intervención. El manual de estándares urbanísticos del anterior Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, recomienda que para suelos rurales no se desarrollen intervenciones en áreas inferiores a 2 ha para garantizar las cesiones de suelo necesarias para el soporte de la actividad.
- ✓ En suelo de protección ambiental se debe evaluar el impacto sobre el ecosistema para establecer una dimensión máxima de intervención en cada caso.
- ✓ En suelo rural o de protección ambiental el índice máximo de ocupación será de 0.3 y el índice máximo de construcción será de 0.5, según las recomendaciones del manual de estándares ya indicado.



En la construcción de la infraestructura se deben emplear tecnologías y materiales ambientalmente sostenibles, con estándares de seguridad y confort adecuados.

Establecimiento de rutas ambientales para turismo de naturaleza en el Corredor Biológico Guácharos-Puracé

Descripción

El proyecto busca caracterizar ambientalmente el corredor Guácharos-Puracé, identificando las actividades que pueden realizarse y así estructurar un producto atractivo para la práctica del ecoturismo.

Relación con el plan de ordenamiento

El acuerdo 015 de 2011 expedido por la Corporación Autónoma del Alto Magdalena contiene las últimas disposiciones sobre el Parque Natural Regional Corredor Biológico Guácharos-Puracé, dictando normas para su administración y manejo sostenible.

Este parque tiene un área de 73.183 hectáreas, de las cuales 69.443 corresponden a área de conservación en donde se establece restricción para el resto del usos, y 3.740 a zonas de producción sostenible, en donde es posible un uso del suelo principalmente agrícola y otros de baja intensidad.

De otra parte, en el POT de San Agustín, expresamente en el artículo 30, se reconoce la existencia del corredor biológico compuesto por las áreas montañosas y sus áreas de influencia inmediata, estableciendo que deberán ser conservadas y restauradas en procura de la conformación de un corredor biológico que una los parques nacionales naturales Puracé con el de Cueva de los Guácharos, en aras de proteger la diversidad biológica que está en peligro de extinción debido a los sistemas productivos que allí se generan. En ese sentido, precisa que se deberán diseñar estrategias de incentivos a las comunidades que allí habitan como son los certificados por la captura del CO₂ y apoyos para la implementación de sistemas productivos sostenibles.

De esta suerte, las intervenciones que propongan realizarse en las zonas referidas, deberán tener en cuenta estas disposiciones municipales y supramunicipales, que

conducen a declarar una zona de extrema importancia ambiental y especialmente sensible.

Impactos

Los proyectos de adecuación o construcción de senderos pueden generar los siguientes impactos:

- ✓ Aumento del volumen de residuos sólidos: la ejecución de proyectos puede incrementar la producción de residuos sólidos, lo cual puede generar unos impactos fuertes sobre el ecosistema en la medida que no haya planes para la recolección, tratamiento y disposición de los mismos.
- ✓ Aumento del volumen de ruido: la ejecución de proyectos puede incrementar a niveles críticos el ruido, afectando ecosistemas existentes en los territorios.
- ✓ Pérdida de flora y fauna nativa: la ejecución de proyectos puede alterar ecosistemas completos, produciendo como impacto la pérdida flora y fauna nativa.
- ✓ Pérdida de paisaje: en la ejecución de proyectos se pueden dar modificaciones drásticas en los paisajes (naturales o artificiales) de cada territorio.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

1. Definir con claridad un plan de movilidad, teniendo en cuenta accesos, salidas, puntos de observación y ejes principales y secundarios.
2. Definir un plan de intervenciones sin afectar los intercambios hídricos y los drenajes necesarios del suelo.
3. En la construcción o adecuación del sendero se deben emplear tecnologías y materiales ambientalmente sostenibles, con estándares de seguridad y confort adecuados.



Fortalecimiento del producto de aventura en los ríos Magdalena y Páez involucrando solamente prestadores certificados

Descripción

Proyecto que se propone definir las actividades turísticas posibles de realizar en los ríos Magdalena y Páez, generando criterios para la certificación de los prestadores de dichos servicios.

Relación con el plan de ordenamiento

Debido a que el nivel de definición del proyecto no es preciso, no es posible establecer líneas directas de relación con los planes de ordenamiento de las entidades territoriales específicas.

Impactos

Los proyectos de adecuación de servicios turísticos en cuerpos hídricos, así como la construcción de muelles, zonas de embarcación, entre otros, pueden generar impactos como los que se mencionan a continuación:

- ✓ Aumento del volumen de residuos sólidos: la ejecución de proyectos puede incrementar la producción de residuos sólidos, lo cual puede generar unos impactos fuertes sobre el ecosistema en la medida que no haya planes para la recolección, tratamiento y disposición de los mismos.
- ✓ Aumento del volumen de ruido: la ejecución de proyectos puede incrementar a niveles críticos el ruido, afectando prácticas culturales y ecosistemas existentes en los territorios.
- ✓ Contaminación de recursos hídricos: la ejecución de proyectos puede generar contaminación sobre recursos hídricos en la medida que se incrementen los usos urbanos (vivienda, comercio, servicios o industria) que hagan uso intensivo de los mismos y los viertan nuevamente sin un tratamiento adecuado.

- ✓ Pérdida de flora y fauna nativa: La ejecución de proyectos puede alterar ecosistemas completos, produciendo como impacto la pérdida flora y fauna nativa.
- ✓ Pérdida de paisaje: en la ejecución de proyectos se pueden dar modificaciones drásticas en los paisajes (naturales o artificiales) de cada territorio.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

- Definición precisa en cartografía de la ronda hidráulica de propiedad pública, teniendo en cuenta la cota máxima de inundación del cuerpo hídrico en una medida de hasta 30 metros en una franja paralela o alrededor del cuerpo hídrico. Esta franja de suelo debe ser de propiedad pública y destinada al manejo hidráulico y restauración ecológica.
- Definición precisa de una zona de amortiguación, o zona de manejo ambiental, contigua a la ronda hidráulica, destinada a usos de recreación pasiva que permitan una transición adecuada con usos urbanos e infraestructuras de movilidad o espacio público.
- Adecuación de un área de espacios públicos que den cabida a las actividades complementarias a los servicios turísticos, tales como parqueaderos, puntos de hidratación, cafeterías, puntos de información turística, entre otros.
- Restricción de usos industriales o mineros colindantes con el cuerpo hídrico.

Revisión, ajuste y/o diseño de actividades en Yaguará -embalse de Betania, Palermo y Rivera

Descripción

Este proyecto busca establecer las necesidades de infraestructura y servicios en los atractivos identificados, tomando como parámetro la capacidad de carga definida para el embalse de Betania.

Relación con el plan de ordenamiento

En el EOT del municipio de Yaguará se identifica el embalse de Betania como una zona de ecosistema especial y de protección medio ambiental, en donde ha venido en declive la presencia de especies nativas de fauna y flora, principalmente debido a la proliferación de viviendas en la zona aledaña.

Sin embargo, se reconoce que en la actualidad no existe ninguna reglamentación para la zona suburbana del embalse; tampoco se cuenta con una infraestructura adecuada en la zona del puerto para albergar actividades turísticas de eventos deportivos náuticos; además de ello se carece de la identificación de zonas potenciales para el establecimiento de clubes, ligas de deportes, parqueaderos o el desarrollo de infraestructuras que faciliten la utilización del embalse.

En los POT de Palermo y Rivera, el embalse solo se menciona como una zona turística aledaña, sin mencionar ninguna disposición normativa.

Por lo anterior, se hace indispensable robustecer la normativa que regula los usos posibles no sólo en la zona directa del espejo de agua, sino en la zona aledaña que genera altos impactos sobre el área de protección ambiental. Igualmente, es recomendable que dentro de los planes se incluyan proyectos referidos a la dotación de servicios controlados para la zona y a la protección de la presencia ecosistémica del embalse.

Impactos

Los proyectos de adecuación de servicios turísticos en cuerpos hídricos, así como la construcción de muelles, zonas de embarcación, entre otros, pueden generar impactos como los que se listan a continuación:

- ✓ Aumento del volumen de residuos sólidos: la ejecución de proyectos puede incrementar la producción de residuos sólidos, lo cual puede generar unos impactos fuertes sobre el ecosistema en la medida que no haya planes para la recolección, tratamiento y disposición de los mismos.
- ✓ Aumento del volumen de ruido: la ejecución de proyectos puede incrementar a niveles críticos el ruido, afectando prácticas culturales y ecosistemas existentes en los territorios.
- ✓ Contaminación de recursos hídricos: la ejecución de proyectos puede generar contaminación sobre recursos hídricos en la medida que se incrementen los usos urbanos (vivienda, comercio, servicios o industria) que hagan uso intensivo de los mismos y los viertan nuevamente sin un tratamiento adecuado.
- ✓ Pérdida de flora y fauna nativa: la ejecución de proyectos puede alterar ecosistemas completos, produciendo como impacto la pérdida flora y fauna nativa.
- ✓ Pérdida de paisaje: en la ejecución de proyectos se pueden dar modificaciones drásticas en los paisajes (naturales o artificiales) de cada territorio.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

- Definición precisa en cartografía de la ronda hidráulica de propiedad pública, teniendo en cuenta la cota máxima de inundación del cuerpo hídrico en una medida de hasta 30 metros en una franja paralela o alrededor del cuerpo hídrico. Esta



franja de suelo debe ser de propiedad pública y destinada al manejo hidráulico y restauración ecológica.

- Definición precisa de una zona de amortiguación, o zona de manejo ambiental, contigua a la ronda hidráulica, destinada a usos de recreación pasiva que permitan una transición adecuada con usos urbanos o infraestructuras de movilidad o espacio público.
- Adecuación de un área de espacios públicos que den cabida a las actividades complementarias a los servicios turísticos, tales como parqueaderos, puntos de hidratación, cafeterías, puntos de información turística, entre otros.
- Restricción de usos industriales o mineros colindantes con el cuerpo hídrico.

Accesibilidad y movilidad

Adecuación, construcción y mantenimiento de vías para la conectividad turística en el destino Huila

Descripción

Se propone la gestión y pavimentación de 46,8 km. de vías necesarias para el turismo, y el mantenimiento de 20 km de vías secundarias del circuito turístico departamental. El objetivo es mejorar la conectividad turística del destino Huila.

Relación con el plan de ordenamiento

Debido a que el nivel de definición del proyecto no es preciso, no es posible establecer líneas directas de relación con los planes de ordenamiento de las entidades territoriales específicas.

Impactos

El mantenimiento, adecuación o construcción de vías, dependiendo de la magnitud de las obras y del contexto ambiental, territorial y socioeconómico en el que se desarrollen, pueden generar impactos como los que se mencionan a continuación:

- ✓ Ruido: superación de los niveles deseables de ruido en las zonas aledañas a la vía construida.
- ✓ Contaminación: superación de los niveles permitidos de material particulado producido en la etapa constructiva y operativa de la vía.
- ✓ Inseguridad vial: generación de situaciones de riesgo para los usuarios y población aledaña a la vía, especialmente en el caso en que ésta se construye en inmediaciones de equipamientos colectivos.
- ✓ Afectación de los mecanismos utilizados de manera cotidiana para la movilidad peatonal, vehicular y animal en las inmediaciones de la zona. Este impacto genera a su vez potencial aislamiento de centros poblados, y afectación de actividades económicas y culturales.
- ✓ Afectación a flora, fauna, recursos hídricos y otros elementos de los ecosistemas existentes.
- ✓ Desplazamiento de población en las zonas de influencia directa del proyecto o del derecho de vía, lo cual acarrea desarticulación de las redes vecinales, generación de conflictos prediales y otras formas de conflictividad social.
- ✓ Atracción de población en zonas aledañas a la vía, incrementándose la densidad de edificación, la demanda de servicios urbanos y de recursos naturales.
- ✓ Sobresaturación de la capacidad prevista para la vía.
- ✓ Choque del trazado de la vía con zonas de expansión del municipio.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

- Definir de manera puntual el tipo de tráfico al que se destinará la vía, considerando este elemento dentro de los parámetros de diseño y operación.



- Cumplir con los estándares urbanísticos establecidos por el entonces Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, para la construcción de vías en lo referente a ancho de calzadas, bermas, ciclo-rutas, relación calzada-andén, entre otros.
- Identificar posibles soluciones de movilidad que se anexas a las obras del proyecto, de manera que se mitigue la posible afectación a las prácticas de movilidad peatonal, vehicular y animal.
- Hacer un levantamiento de los equipamientos aledaños al proyecto vial, en cuanto al estado de su construcción, su nivel de concurrencia, el público usuario, entre otros, de manera que pueda compararse con momentos posteriores a la ejecución de la obra.
- Desarrollar procesos constantes de socialización con la comunidad aledaña al proyecto y con autoridades locales de menor escala al nivel institucional que lidere la intervención.
- Identificar fuentes de aprovechamiento económico entorno al estado anterior de la vía o del territorio que pretende destinarse para dicho uso, generando proyectos alternativos que mitiguen los impactos identificados.
- Considerar la viabilidad de la inclusión de ciclo-rutas en el diseño de las vías, de manera que se fomenten sistemas alternativos de transporte.
- Prever iniciativas de capacitación en seguridad vial y contemplar equipamiento urbano y señalización adecuada.

Mejoramiento de la infraestructura aérea del destino Huila

Descripción

Proyecto para la reapertura del aeropuerto Contador del municipio de Pitalito que en la actualidad se encuentra construido pero fuera de funcionamiento.

Relación con el plan de ordenamiento

El POT de Pitalito solamente hace referencia al tema en mención en el apartado de *estrategias de mediano plazo*, en donde se expone la posibilidad de brindar una oferta de servicios de aeropuerto para la subregión a través de alianzas estratégicas con el sector transportador de la zona.

Por ello, se considera fundamental que en futuras revisiones del POT se incluyan disposiciones precisas sobre reglamentación de usos del suelo y tratamientos en las áreas aledañas al aeropuerto Contador. Asimismo, se sugiere incluir dentro del plan de ejecución, proyectos al respecto de su operación.

Impactos

La puesta en operación de un aeropuerto o su acondicionamiento para el aumento de su frecuencia de uso, podría generar impactos sobre las dinámicas territoriales como los que se mencionan a continuación:

- ✓ Conflictos ambientales por la presencia de fauna en la zona.
- ✓ Afectación por incremento de los decibeles percibidos por los habitantes de la zona.
- ✓ Desconexión vial con la zona urbana.
- ✓ Riesgo de afectación por accidentalidad aérea para los habitantes cercanos al lugar.
- ✓ Proliferación de actividades comerciales informales asociadas al transporte de viajeros.
- ✓ Aumento de edificación en zonas aledañas, especialmente destinadas a hoteles, hostales y servicios al turista, lo cual puede generar conflictos de uso del suelo por la posible ubicación de los aeropuertos en suelo rural.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

- Considerar espacios públicos complementarios en la zona del aeropuerto, tales como bahías de estacionamiento, zonas de espera, cafeterías, entre otras.
- Prever la adecuación de vías de comunicación con la zona urbana.
- Establecer sistemas organizados para la oferta de servicios públicos y privados de transporte al viajero.
- Generar mecanismos de control a la urbanización en zonas aledañas, especialmente en las contiguas.
- Hacer un levantamiento de la cantidad de fauna existente previo al inicio de las obras, de manera que se puedan generar comparaciones con la fase de operación.

Construcción, mejoramiento y adecuación de malecones, muelles y embarcaderos en el destino Huila

Descripción

Proyecto para realizar la recuperación de los malecones de Neiva, Yaguará, Palermo y Villavieja; y los embarcaderos sobre el río Magdalena en San Agustín, Neiva y Villavieja, de manera que estén en funcionamiento y sean aptos para el turismo.

Relación con el plan de ordenamiento

De los municipios en los cuales pretende desarrollarse este proyecto, Neiva es el único que en su POT presenta disposiciones normativas puntuales al respecto, ya que en su artículo 124 describe una serie de normas para plazas y malecones, describiéndolos como espacios abiertos tratados como zonas duras, destinadas al ejercicio de actividades de convivencia ciudadana. Según el POT, deben regirse por los siguientes parámetros:

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

1. Se podrán construir sótanos de parqueo bajo las plazas siempre y cuando esta se acojan a las normas municipales de estacionamientos y parqueaderos.
2. En las áreas destinadas a plazas no se podrán construir canchas deportivas ni equipamientos.
3. Se desarrollarán dentro de los diseños arquitectónicos la ubicación y se ilustrarán los distintos tipos de mobiliario a implementar.
4. Si se ejecutan zonas verdes se desarrollarán redes de acueducto para riego de las mismas.
5. Se desarrollarán en los estudios previos de la construcción los diseños de ubicación de sumideros para aguas lluvias.
6. Se implementarán y localizarán hidrantes de apoyo a la prevención y atención de emergencias.
7. Se acogerán a la normatividad municipal de estacionamientos y parqueaderos de la ciudad de Neiva.

En Neiva, el malecón aparece en el POT como una zona de desarrollo turístico prioritario.

En el caso del municipio de Yaguará, la construcción de muelles se contempla como parte de los proyectos de infraestructura para el desarrollo. Igual sucede en el municipio de Palermo, en donde el POT contempla proyectos que consolidan la vocación turística del territorio, y dentro de ellos se incluyen los muelles turísticos en puntos estratégicos para transporte recreativo fluvial sobre los canales del distrito de riego y conectados con circuitos turísticos de transporte alternativo (senderos, ciclo-rutas, caballo rutas y navegación deportiva). Igualmente, se reconoce que la generación de actividades en este eje ambiental implicaría establecer puertos y puntos de servicios.

En el municipio de Villavieja, se establece como proyecto de desarrollo turístico, la construcción de un *parque lineal malecón-embarcadero* específicamente en la



manzana correspondiente al matadero, en los terrenos ubicados entre la fachada posterior del cementerio y la orilla del río Magdalena y en los terrenos comprendidos entre los mojones 3 y 4, la ronda del río Magdalena, la carrera 4W y la fachada lateral del cementerio, correspondientes al embarcadero.

Por último, en el municipio de San Agustín no hay ninguna referencia al tema.

De acuerdo con lo anterior, es recomendable que todos los municipios vinculados a este proyecto le den un espacio dentro de la revisión del POT a las disposiciones de ordenamiento de las zonas de muelles, puertos o embarcaderos, buscando que esta normativa sea coordinada, de manera que logre generar parámetros comunes para las intervenciones realizadas. Es evidente que el tema resulta de gran interés turístico, por lo cual sería importante fortalecer la presencia y desarrollo de estos proyectos en el plan de ejecución de los POT.

Impactos

La recuperación y puesta en marcha de embarcaderos podría generar impactos sobre las dinámicas territoriales como los que se mencionan a continuación:

- ✓ Alteración de usos culturales y económicos de las zonas fluviales o marítimas afectadas, especialmente por parte de comunidades campesinas o étnicas.
- ✓ Proliferación de comercio y ventas informales en el espacio público incluido dentro del proyecto.
- ✓ Incremento de la percepción de inseguridad o de hechos delictivos en la zona aledaña al puerto debido a la presencia desordenada de comercio informal.
- ✓ Colapso en las vías que conducen al puerto, muelle o embarcadero y cuyo uso no estaba contemplado para dicho fin.
- ✓ Incompatibilidad de usos entorno al proyecto, pudiéndose encontrar usos residenciales que entrarían en conflicto con zonas de comercio intensivo.

- ✓ Riesgo de desbordamiento en épocas de lluvia debido a las modificaciones en el cauce de los ríos para adaptarlos a ciertas intenciones de urbanización, además del aumento de la cantidad de desechos que reciben.
- ✓ Existe la posibilidad que los malecones se conciban como proyectos dirigidos a transformar sólo las texturas de piso y las condiciones de movilidad y accesibilidad de un frente de agua, sin tener en cuenta las actividades tanto al interior de estos, como en las edificaciones aledañas.
- ✓ Si la recuperación para el disfrute peatonal de un frente de agua que anteriormente tenía prelación de movilidad vehicular, no hace parte de un plan integral (que contemple: accesibilidad, transporte público, medios de transporte alternativos, estacionamientos, vías alternas), puede trasladar conflictos de movilidad a otras zonas de la ciudad. Los conflictos pueden ser mayores si se reactivan actividades que densifican la zona, o generan mayor atracción de población flotante, y no se prevén soluciones para atender estos nuevos flujos.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para la construcción o adecuación de muelles, puertos o embarcaderos, es preciso partir del reconocimiento de la dimensión de dichos elementos, ya que esto definirá el tipo de permiso ambiental que requieren y la autoridad ambiental frente a la que se debe tramitar.

En caso de tratarse de la construcción o ampliación y operación de puertos marítimos de gran calado (cuya capacidad de movilizar carga es igual o superior a 1.500.000 toneladas al año) se requerirá licencia ambiental solicitada ante la autoridad nacional de licencias ambientales. Igualmente para el caso de proyectos en la red fluvial nacional referidos por ejemplo a construcción y operación de puertos públicos, entre otras intervenciones.

En caso de que la obra se refiera a puertos marítimos que no son de gran calado o para la ejecución de obras privadas en la red fluvial nacional, la licencia ambiental debe solicitarse ante la Corporación Autónoma Regional correspondiente, en este caso, la Corporación Autónoma del Alto Magdalena (CAM).



En cualquier caso, si el proyecto se realiza en zonas costeras o marítimas, es necesario solicitar al Invemar concepto sobre los posibles impactos ambientales en los ecosistemas aledaños.

Para la presentación de dichos estudios de impacto ambiental, es indispensable identificar los usos del suelo y tratamientos de la zona a intervenir, así como medidas para la mitigación de posibles conflictos generados.

Puntualmente para el desarrollo de malecones se debe prever siempre la posibilidad de inundación, que debe ser determinante sobre todo en el manejo de materiales, texturas de piso y drenajes. En este mismo sentido, los proyectos de malecones deben concebir también su dimensión arquitectónica, por cuanto pueden llegar a atraer mayor número de visitantes, lo que por lo general genera transformaciones en los usos del suelo que deben ser previstas y reguladas.

Se recomienda igualmente:

- Generar planes de movilidad en la zona y de conectividad con las zonas centrales de la ciudad.
- Establecer una reglamentación clara en cuanto a actividades permitidas en el espacio público.
- Destinar zonas para el aparcadero de embarcaciones.
- Desarrollar procesos constantes de socialización con la comunidad aledaña al proyecto y con autoridades locales de menor escala al nivel institucional que lidere la intervención.

Mejoramiento y adecuación de senderos para el turismo en los municipios con vocación turística del destino Huila

Descripción

Proyecto para realizar la adecuación y mejoramiento de 10 senderos peatonales en el departamento de Huila. El objeto es ofrecer al turista la posibilidad de realizar

recorridos que le permitan el disfrute del paisaje y la valoración de sus atributos físicos y naturales en condiciones de seguridad y confort.

Relación con el plan de ordenamiento

Debido a que el nivel de intervención del proyecto no es preciso, no es posible establecer líneas directas de relación con los planes de ordenamiento de las entidades territoriales específicas.

Impactos

Los proyectos de adecuación o construcción de senderos pueden generar los siguientes impactos:

- ✓ Aumento del volumen de residuos sólidos: la ejecución de proyectos puede incrementar la producción de residuos sólidos, lo cual puede generar unos impactos fuertes sobre el ecosistema en la medida que no haya planes para la recolección, tratamiento y disposición de los mismos.
- ✓ Aumento del volumen de ruido: la ejecución de proyectos puede incrementar a niveles críticos el ruido, afectando ecosistemas existentes en los territorios.
- ✓ Pérdida de flora y fauna nativa: la ejecución de proyectos puede alterar ecosistemas completos, produciendo como impacto la pérdida flora y fauna nativas.
- ✓ Pérdida de paisaje: en la ejecución de proyectos se pueden dar modificaciones drásticas en los paisajes (naturales o artificiales) de cada territorio.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

1. Definir con claridad un plan de movilidad, teniendo en cuenta accesos, salidas, puntos de observación y ejes principales y secundarios.



2. Definir un plan de intervenciones sin afectar los intercambios hídricos y los drenajes necesarios del suelo.
3. En la construcción o adecuación del sendero se deben emplear tecnologías y materiales ambientalmente sostenibles, con estándares de seguridad y confort adecuados.

Adecuación de la infraestructura y planta turística para personas en condición de discapacidad

Descripción

Proyecto que busca adecuar los destinos turísticos del departamento, para que cuenten con la infraestructura y planta turística necesarias para garantizar el acceso y disfrute de las personas en condición de discapacidad.

Relación con el plan de ordenamiento

Debido a que el nivel de definición del proyecto no es preciso, no es posible establecer líneas directas de relación con los planes de ordenamiento de las entidades territoriales específicas.

Impactos

- ✓ El amueblamiento de la ciudad para facilitar su accesibilidad a todas las personas, incluidas aquellas que tienen alguna discapacidad y los adultos mayores, puede generar costos excesivos en la medida en que implique la construcción de infraestructuras específicas que atiendan a las necesidades de grupos particulares.
- ✓ Si el mobiliario urbano utilizado no se compone de materiales resistentes y aptos para la intemperie, pueden deteriorarse fácilmente o requerir mantenimiento continuo o muy especializado, lo que amenaza la sostenibilidad de las intervenciones en los espacios públicos.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

En general, las intervenciones dirigidas a mejorar la accesibilidad en la ciudad deben estar orientadas por el concepto de *diseño universal* referido a la construcción de espacios, infraestructuras y de mobiliario urbano, de manera que sirvan a la mayor cantidad posible de personas, sin necesidad de adaptarlos o diseñarlos de forma especial. Los principales principios de este tipo de diseño es la producción elementos cuyo uso sea equiparable, flexible, simple e intuitivo, cuya información sea perceptible y que exija poco esfuerzo físico.

De manera particular, para la construcción de elementos urbanos, es necesario tener en cuenta los estándares urbanísticos propuestos por el anterior Ministerio de Vivienda, Ambiente y Desarrollo Territorial, en los cuales se establecen directrices que apuntan a mejorar su accesibilidad, como las siguientes:

- Los andenes deben ser continuos y a nivel, sin generar obstáculos con los predios colindantes, y deben ser tratados con materiales duros y antideslizantes en seco y en mojado. Para permitir la continuidad entre los andenes y/o senderos peatonales se dispondrán los elementos necesarios que superen los cambios de nivel en los cruces de calzadas, ciclo-rutas y otros. En este caso se utilizarán vados, rampas, senderos escalonados, puentes y túneles. En los pasos peatonales los vados deben conectar directamente con la cebrá y deberán eliminarse todos los elementos y estructuras que obstaculicen la continuidad de la franja peatonal. En andenes de ancho igual o superior a 1,50 metros, sobre la superficie correspondiente a la franja de amueblamiento se debe diseñar y construir una guía de diferente textura que oriente a las personas invidentes o de baja visión.
- En los cruces a desnivel como túneles y puentes peatonales se debe contar con un sistema de acceso a rampas. Los puentes peatonales deben contar con un bordillo contenedor a lo largo de toda su extensión, y contar con elementos de protección como barandas y pasamanos.



Diseño y construcción de un parador de transportes para el municipio de San Agustín

Descripción

Proyecto para realizar el diseño y construcción de un parador de transporte en el municipio de San Agustín para mejorar el acceso y la comunicación del departamento del Huila.

Relación con el plan de ordenamiento

En el PBOT de San Agustín, se contempla una serie de proyectos de mejoramiento del aprovisionamiento de servicios públicos. Entre ellos se encuentra el referido a la construcción de la terminal de transportes, estableciéndose que el municipio determinará la ubicación y organización de este servicio en un lote que cumpla con las especificaciones técnicas y ambientales. Se identifica a la administración municipal como responsable de adelantar a mediano y/o largo plazo las gestiones para la construcción de esta obra, teniendo en cuenta que al no contar el municipio con los recursos necesarios, debe acudir al sistema de concesión o a la obtención de recursos a través de los mecanismos de cofinanciación previo estudio y elaboración del respectivo proyecto.

Esto confirma la importancia del proyecto para el municipio y la voluntad que podría existir para aunar esfuerzos con distintos agentes interesados, para la efectiva realización del mismo. Sin embargo, queda en evidencia que no existen disposiciones normativas precisas que señalen la ubicación recomendada del Terminal, ni las características que éste debe tener de acuerdo con los impactos que podría generar. En este sentido, es importante que de cara a la revisión del PBOT se logre precisar este tipo de criterios.

Impactos

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

- ✓ Incidencia de la movilidad vehicular de la zona de influencia del parador, especialmente en las vías principales de la ciudad o municipio.

- ✓ Proliferación de actividades comerciales informales asociadas al transporte de pasajeros.
- ✓ Proliferación de comercio y ventas informales en el espacio público incluido el interior del proyecto.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Según los estándares urbanísticos definidos por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, la ubicación de las terminales intermunicipales está permitida en suelo rural suburbano o en áreas aisladas o periféricas del suelo urbano.

Al localizarse en áreas de suelo rural suburbano, debe estar cercano o sobre vías de primer o segundo orden. En caso de que se ubique en suelo urbano, debe ser en zonas de uso industrial o múltiple y debe estar aledaño o sobre vías principales o secundarias.

Debe preverse suelo para el desarrollo de actividades complementarias como el mantenimiento y estacionamiento de vehículos, para lo cual deben generarse patios de operación y mantenimiento.

Igualmente se sugiere:

- Prever amplias zonas de acceso vehicular y peatonal que no interfieran con el tráfico de las vías aledañas.
- Establecer áreas de estacionamiento suficientes para trabajadores y visitantes.
- Desarrollar procesos constantes de socialización con la comunidad aledaña al proyecto, con usuarios, dueños de empresas, conductores y personal administrativo afectado.

Espacio público

Apoyo a municipios en reglamentación y manejo de aprovechamiento económico del espacio público, incluidas ventas informales

Descripción

Proyecto que pretende asesorar a doce municipios del departamento en la labor de recuperación y generación de buenas prácticas de aprovechamiento económico del espacio público.

Relación con el plan de ordenamiento

Proyecto para realizar el diseño y construcción del parador de transporte del municipio de San Agustín para mejorar el acceso y la comunicación del departamento del Huila.

Impactos

Las dificultades que pueden generarse alrededor de esta actividad, tienen que ver con la administración y el control de esta iniciativa, más aún con una institucionalidad tan inestable y débil como la de la mayoría de municipios colombianos. Sin embargo, para implementar estos programas se tienen gran cantidad de ejemplos en muchas partes del mundo, lo que puede servir de base para la formulación de soluciones alternativas en el país.

Teniendo en cuenta que para el aprovechamiento económico del espacio público se requiere, la gran mayoría de veces, de estructuras físicas (casetas, mesas, carteleras) que permitan el desarrollo de las actividades, se tiene el riesgo que no se destinen los espacios adecuados para ello y se generen conflictos de movilidad.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Los lineamientos alrededor del aprovechamiento económico del espacio público son los siguientes:

- Puede tener lugar de manera permanente o de manera transitoria.

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

- En el caso que se destinen zonas para el aprovechamiento permanente, que requieran de mobiliario de soporte (casetas, carteleras, mesas), se debe procurar la unificación de diseño de estas estructuras, que a su vez deben ser resistentes, funcionales, y responder a las condiciones del lugar (por ejemplo si están en centros históricos, en parques o en andenes).
- Si tiene lugar para ventas permanentes deben asegurar que se asienten en lugares cuyas dimensiones permitan no sólo el desarrollo de esta actividad, sino también el paso fluido de los peatones y el funcionamiento de accesibilidad a las edificaciones aledañas.
- La publicidad debe instalarse en lugares donde no se obstaculice la visibilidad ni la movilidad de peatones o vehículos, por ejemplo se puede usar el mobiliario urbano para su instalación.
- Es posible también que se destinen unas zonas de espacio público para que los establecimientos comerciales o de servicios extiendan su actividad en ciertas horas del día, en este sentido, se debe asegurar que se tengan las dimensiones adecuadas para que los espacios donde esto se permite (andenes, parques, plazas) sigan funcionando en óptimas condiciones.
- Se deben definir porcentajes sobre ventas o impuestos especiales para aquellas personas que se lucren del espacio público. Las reglas deben ser iguales para todos, lo que a su vez contribuye a generar incentivos para que sean los mismos comerciantes quienes regulan el buen uso del espacio público.
- Igualmente la adjudicación de los espacios para el aprovechamiento económico del espacio público, deben darse a partir de concursos o mecanismos que permitan la competencia transparente.



Embelllecimiento de Villavieja, San Agustín e Isnos

Descripción

Proyecto para lograr el embellecimiento de fachadas en las construcciones de los municipios de Villavieja, San Agustín e Isnos.

Relación con el plan de ordenamiento

En cada uno de los municipios incluidos en el proyecto, se hace referencia de manera general al mantenimiento de las fachadas, especialmente en el marco del centro histórico, como una iniciativa que debe realizarse de manera permanente.

Impactos

Más que referirse a impactos, las acciones de enlucimiento de fachadas en puntos estratégicos de un territorio, si bien tienen el objetivo de cualificar el espacio público, se adelantan sobre espacios privados. Es decir, su puesta en marcha debe hacerse con la participación activa de los propietarios de las edificaciones, de lo contrario se tiene el riesgo de no lograr niveles de apropiación adecuados para garantizar la sostenibilidad de las intervenciones.

Muchas veces los municipios imponen estándares para las fachadas sin ninguna sustentación válida, más que tendencias estéticas subjetivas, por ejemplo cuando se define que se deben unificar colores o materiales. No obstante, un proyecto de esta naturaleza requiere la definición de estándares que se acuerden y que efectivamente contribuyan a mejorar la estética del conjunto. Caso especial es el de las intervenciones en fachadas que buscan mantener o recuperar características originales de las edificaciones, por ejemplo en los centros históricos.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

En cuanto a los enlucimientos de fachadas, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Si se hacen en edificaciones patrimoniales deben tener en cuenta los lineamientos de la normativa específica, bien sea planes especiales de manejo y protección, o normas municipales o distritales que las reglamenten.
- Deben articularse con normativas que reglamenten la publicidad exterior visual.
- Debe propenderse por la liberación de aires acondicionados y otros elementos que no pertenezcan a la edificación y que generen impactos visuales negativos, por ejemplo parasoles.
- En edificaciones patrimoniales debe propenderse por resaltar sus valores singulares como cornisas, ventanas, pórticos, etc.
- Deben articularse con programas de participación comunitaria, control y fondos de enlucimiento de fachadas.

Estructuración del producto cultural para la ciudad de Neiva con puesta en valor de los monumentos de Ciudad Villamil, Parque de Mitos y Leyendas y el Malecón.

Descripción

El proyecto se propone identificar las necesidades de los monumentos referidos en términos de mantenimiento y de infraestructura, de manera que se puedan articular en una ruta turística en la ciudad de Neiva.

Relación con el plan de ordenamiento

Salvo el malecón, los monumentos sobre los que trata el proyecto no se encuentran mencionados en el POT, ni se reconocen como prioridades turísticas en el municipio. Sin embargo, sí es evidente que hay una apuesta por la creación de rutas turísticas que integren los diferentes monumentos existentes en la ciudad.

Aun así, es necesario generar mayor articulación con el POT, de manera que éste logre visibilizar la importancia de los monumentos mencionados y generar disposiciones sobre estos, así como proyectos con respecto a su mantenimiento y aprovechamiento turístico.



Impactos

Los posibles impactos que pueden generarse con la adecuación o intervención de parques, plazas o espacios públicos urbanos son:

- ✓ Intervenciones que no respondan a las condiciones climáticas del lugar, y se conviertan en espacios que sólo puedan ser usados en ciertas horas del día, por ejemplo: en lugares donde hay altas temperaturas, donde no se contemplan árboles en los espacios públicos, o los que se disponen no son los adecuados, caso de las palmeras que no generan sombra.
- ✓ Disposición de elementos no adecuados con la escala del parque, por ejemplo: en parques de menor escala disponer canchas deportivas que generan acaparamiento del espacio por una sola actividad.
- ✓ Utilización de materiales para el piso poco aptos para el espacio público que generen dificultades para su recorrido en condiciones de seguridad, especialmente en momentos de lluvia.
- ✓ Pavimentación con materiales deslizables o que no se contemplen condiciones de accesibilidad segura para toda la población, en especial para personas discapacitadas.
- ✓ Concepción de las modificaciones sólo como intervenciones de texturas de piso, sin tener en cuenta las actividades y relaciones espaciales con las edificaciones que los conforman.

Igualmente, es posible que como fruto del proyecto se decida intervenir andenes o peatonalizar vías, de manera que se articulen los atractivos turísticos mencionados y se generen rutas turísticas. En ese caso se debe tener en cuenta que el dimensionamiento y configuración de los andenes debe ser siempre el resultado de análisis de dinámicas territoriales, es decir, de actividades que los rodean, flujos de movilidad o aspectos funcionales. La dimensión de los andenes determina también las posibilidades espaciales y de diseño que estos tienen. Cuando no se consideran estas variables pueden generarse espacios que no permiten el flujo continuo de los peatones o que no responden a las necesidades del lugar.

Igualmente, la peatonalización de vías tiene que hacerse no como un hecho aislado, sino a partir de análisis amplios de movilidad. En muchas ocasiones se peatonalizan vías que recuperan un sector determinado, pero se causan conflictos de movilidad que terminan impactando zonas más amplias que las mejoradas. Un ejemplo de esto puede ser la reciente peatonalización de algunas vías en el centro de Bogotá, sin una solución integral de la movilidad de la zona, lo que ha causado unos conflictos evidentes en la movilidad y accesibilidad al sector.

Otro de los riesgos que se tiene cuando se proyectan andenes o se peatonalizan vías, es que estos no se conciben con estándares de seguridad, es decir, que los materiales sean deslizables o que los niveles no sean visibles y puedan generar caídas. De la misma manera, muchas veces no se tienen en cuenta factores de accesibilidad de poblaciones en condición de discapacidad.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para la ejecución del proyecto es necesario realizar en primer lugar un diagnóstico técnico realizado por un restaurador, en el que se establezca el tipo de acciones necesarias en los atractivos turísticos seleccionados, lo cual define si se requiere un proyecto de obras de emergencia, mantenimiento, consolidación, restauración, reforzamiento estructural, adecuación, rehabilitación o de otros tipos.

De otra parte, para la intervención o adecuación de parques o plazas se definen los siguientes lineamientos territoriales:

- Los parques proyectados para el desarrollo de actividades de recreación, deben tener mayor porcentaje de texturas blandas que aquellos que se plantean para actividades urbanas o cívicas.
- Los parques pueden complementar y delimitar áreas que puedan ser recorridas en zonas de protección ambiental.
- Los parques que se encuentren en zonas residenciales deben contemplar espacios de recreación familiar.



- La arborización de los parques debe depender no sólo de las condiciones climáticas de la zona donde se localizan, sino también del carácter de la arquitectura que los conforma: en ciertos espacios donde se quiere resaltar la dimensión arquitectónica del espacio público (ejemplo centros históricos), la arborización debe ser focalizada y debe permitir la percepción visual de las edificaciones.
- Los parques pueden contemplar subespacios para el desarrollo de actividades diversas: aprovechamiento económico del espacio público, recreación, circulación, permanencia, reuniones.
- La intervención en parques o plazas debe incluir dotación de mobiliario, y texturas de piso adecuadas para el exterior.
- Es ideal que este tipo de proyectos se conciba como una unidad con las actividades y aprovechamientos de las edificaciones que los conforman.

Por último, en acciones de mejoramiento y ampliación de andenes, así como de peatonalización de vías deben tenerse en cuenta los siguientes lineamientos:

- Se deben buscar texturas y niveles que permitan su lectura como una unidad y su recorrido en condiciones de seguridad (no deslizables) y accesibles.
- Debe propenderse porque su sección esté acorde con los flujos de gente que por ellos se muevan, así como con las actividades que en ellos se realice (lugares de permanencia, lugares de tránsito, áreas destinadas al aprovechamiento económico) y en las edificaciones aledañas (zonas comerciales, zonas residenciales, zonas de protección ambiental).
- Las vías peatonales deben ser el resultado de estudios integrales de movilidad, y en lo posible estar localizadas estratégicamente, en puntos de gran actividad urbana, y que contribuyan a conectar espacios singulares del territorio.
- Deben ser el resultado de estudios del lugar, con base en los cuales se deben tomar decisiones funcionales y formales. La solución de andenes y vías peatonales de un lugar no necesariamente se adapta a cualquier otro.

Equipamientos

Construcción del teatro auditorio del centro de convenciones José Eustasio Rivera

Descripción

Proyecto para la construcción del teatro auditorio del centro de convenciones José Eustasio Rivera en la ciudad de Neiva.

Relación con el plan de ordenamiento

El proyecto no se menciona ni en la normatividad ni en el plan de ejecución del POT de Neiva. Se recomienda que en la revisión que se efectúe logre incluirse como proyecto y se identifiquen zonas tentativas para su ubicación, en donde la normatividad de usos y tratamientos sea compatible con los posibles impactos generados por el equipamiento.

Impactos

Los impactos más comunes de la ubicación indiscriminada de equipamientos en el territorio son los que se mencionan a continuación:

- ✓ Congestión vehicular: asociada a la alta afluencia de público al equipamiento, presentándose según el volumen y frecuencia, es decir, puede tener “picos” según las horas y momentos, asociados a los horarios de mayor funcionamiento del equipamiento. En el caso de los teatros o auditorios, esta congestión se asocia a la celebración de eventos específicos. Algunos factores que inciden en la generación de este impacto son las actividades de carga y descarga en la vía pública, la existencia de un paradero de buses en inmediaciones del equipamiento, dificultades en el acceso a los estacionamientos privados, estacionamiento transitorio en la vía pública y altos flujos de peatones que ocupan la vía vehicular.
- ✓ Congestión en el espacio público: como resultado de una afluencia masiva de usuarios que transitan por el mismo. Posibles causas pueden ser: la existencia de un paradero de buses en inmediaciones del equipamiento, el déficit de áreas internas disponibles o la exigencia de hacer fila para el ingreso al equipamiento.



Esto último es de especial importancia en equipamientos como el referido en el presente proyecto.

- ✓ Invasión del espacio público y la malla vial principalmente por parte de vendedores ambulantes y vehículos: se puede presentar por la extensión del uso dotacional hacia el espacio público, por ejemplo con filas y otras actividades propias del equipamiento. Cuando la afluencia del público es esporádica, como en el caso de los teatros, la invasión es temporal y produce grandes trastornos momentáneos que afectan el entorno. Esto se produce por el estacionamiento en zonas peatonales, las ventas ambulantes o transitorias, el uso de andenes o plazoletas exteriores por falta de áreas internas para la atención de usuarios, ocupación de áreas exteriores con elementos publicitarios, estacionamiento de vehículos de servicio público o particular en espera de los usuarios del equipamiento, entre otros.
- ✓ Deterioro de vías, espacio público y mobiliario urbano: debido a factores como la entrada de vehículos pesados a zonas con infraestructuras que no están diseñadas para actividades como el cargue y descargue.
- ✓ Cambios en los usos del suelo: debido a la demanda de comercio, servicios y otras actividades complementarias, lo cual usualmente genera desplazamiento de población hacia otras zonas de la ciudad, buscando reemplazar la vivienda que ha sido desplazada por otros usos o buscando zonas de mayor calidad urbana.
- ✓ Aumento de los niveles de ruido asociados a las actividades propias del equipamiento, al movimiento vehicular, etc. Los principales generadores de ruido son equipamientos culturales masivos.
- ✓ Afectación de áreas con valor ambiental que se encuentren aledañas a la zona a intervenir.
- ✓ Impacto visual generado por el encierro del equipamiento a través de barreras o por la instalación de publicidad de gran escala a las afueras del mismo. Esto puede generar inseguridad, aislamiento y contaminación visual.
- ✓ Rechazo social que en algunos casos puede generar la instalación de un equipamiento, debido a la connotación social sobre el tipo de población que

frecuenta el equipamiento, o por la incompatibilidad del uso con el tejido residencial.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Desde el ordenamiento territorial es preciso tener en cuenta los siguientes elementos para el óptimo desarrollo del proyecto:

- Es preciso realizar, previo a la obra, una definición de la escala a la que corresponderá el equipamiento, identificando de manera clara el tipo de usuarios que se espera recibir, la frecuencia de las visitas, un estimado del caudal de visitantes y los horarios y momentos de mayor afluencia, de manera que se puedan prever los impactos generados.
- La localización del proyecto debe ser preferiblemente en una zona adyacente a una vía arterial o secundaria de la zona urbana, de manera que se asegure la fácil accesibilidad peatonal y vehicular al equipamiento.
- Incluir dentro de las obras propuestas la construcción de áreas de espacio público suficientes y de calidad, de manera que den cabida a las actividades complementarios de los usos específicos ofrecidos en el equipamiento, tales como zonas comerciales, de parqueo público y privado, zonas de espera, entre otros. Todas estas, dotadas de mobiliario urbano e infraestructuras accesibles.
- Desarrollar procesos constantes de socialización con los vecinos de la zona donde pretende establecerse el equipamiento, de modo que se informe de manera oportuna sobre los posibles impactos de la obra.
- Evitar al máximo la ruptura paisajística, buscando la mayor coherencia posible con los elementos urbanos existentes y tratando de articularse a éstos.

Construcción del Centro Ferial Surcolombiano

Descripción

Proyecto para la construcción del Centro Ferial Surcolombiano en la ciudad de Neiva.



Relación con el plan de ordenamiento

El proyecto no se menciona ni en la normatividad ni en el plan de ejecución del POT de Neiva. Se recomienda que en la revisión que se efectúe logre incluirse como proyecto y se identifiquen zonas tentativas para su ubicación, en donde la normatividad de usos y tratamientos sea compatible con los posibles impactos generados por el equipamiento.

Impactos

Los impactos más comunes de la ubicación indiscriminada de equipamientos en el territorio son los que se mencionan a continuación:

- ✓ Congestión vehicular: asociada a la alta afluencia de público al equipamiento, presentándose según el volumen y frecuencia, es decir, puede tener “picos” según las horas y momentos, asociados a los horarios de mayor funcionamiento del equipamiento. En el caso de los teatros o auditorios, esta congestión se asocia a la celebración de eventos específicos. Algunos factores que inciden en la generación de este impacto son las actividades de carga y descarga en la vía pública, la existencia de un paradero de buses en inmediaciones del equipamiento, dificultades en el acceso a los estacionamientos privados, estacionamiento transitorio en la vía pública y altos flujos de peatones que ocupan la vía.
- ✓ Congestión en el espacio público: como resultado de una afluencia masiva de usuarios que transitan por el mismo. Posibles causas pueden ser la existencia un paradero de buses en inmediaciones del equipamiento, el déficit de áreas internas disponibles o la exigencia de hacer fila para el ingreso al equipamiento.
- ✓ Invasión del espacio público y la malla vial principalmente por parte de vendedores ambulantes y vehículos: se puede presentar por la extensión del uso dotacional hacia el espacio público, por ejemplo con filas y otras actividades propias del equipamiento. Cuando la afluencia del público es esporádica, como en el caso de los teatros, la invasión es temporal y produce grandes trastornos momentáneos que afectan el entorno. Esto se produce por el estacionamiento en zonas peatonales, las ventas ambulantes o transitorias, el uso de andenes o plazoletas exteriores por falta

de áreas internas para la atención de usuarios, ocupación de áreas exteriores con elementos publicitarios, estacionamiento de vehículos de servicio público o particular en espera de los usuarios del equipamiento, entre otros.

- ✓ Deterioro de vías, espacio público y mobiliario urbano: debido a factores como la entrada de vehículos pesados a zonas con infraestructuras que no están diseñadas para actividades como el cargue y descargue.
- ✓ Cambios en los usos del suelo: debido a la demanda de comercio, servicios y otras actividades complementarias, lo cual usualmente genera desplazamiento de población hacia otras zonas de la ciudad, buscando reemplazar la vivienda que ha sido desplazada por otros usos o buscando zonas de mayor calidad urbana.
- ✓ Aumento de los niveles de ruido asociados a las actividades propias del equipamiento, al movimiento vehicular, etc. Los principales generadores de ruido son equipamientos culturales masivos.
- ✓ Afectación de áreas con valor ambiental que se encuentren aledañas a la zona a intervenir.
- ✓ Impacto visual: generado por el encierro del equipamiento a través de barreras o por la instalación de publicidad de gran escala a las afueras del mismo. Esto puede generar inseguridad, aislamiento y contaminación visual
- ✓ Rechazo social que en algunos casos puede generar la instalación de un equipamiento, debido a la connotación social sobre el tipo de población que frecuenta el equipamiento, o por la incompatibilidad del uso con el tejido residencial.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Desde el ordenamiento territorial es preciso tener en cuenta los siguientes elementos para el óptimo desarrollo del proyecto:

- Es preciso realizar, previo a la obra, una definición de la escala a la que corresponderá el equipamiento, identificando de manera clara el tipo de usuarios



que se espera recibir, la frecuencia de las visitas, un estimado del caudal de visitantes, los horarios y momentos de mayor afluencia, de manera que se puedan prever los impactos generados.

- La localización del proyecto debe ser preferiblemente en una zona adyacente a una vía arterial o secundaria de la zona urbana, de manera que se asegure la fácil accesibilidad peatonal y vehicular al equipamiento.
- Incluir dentro de las obras propuestas la construcción de áreas de espacio público suficientes y de calidad, de manera que den cabida a las actividades complementarios de los usos específicos ofrecidos en el equipamiento, tales como zonas comerciales, de parqueo público y privado, zonas de espera, entre otros. Todas estas, dotadas de mobiliario urbano e infraestructuras accesibles.
- Desarrollar procesos constantes de socialización con los vecinos de la zona donde pretende establecerse el equipamiento, de modo que se informe de manera oportuna sobre los posibles impactos de la obra.
- Evitar al máximo la ruptura paisajística, buscando la mayor coherencia posible con los elementos urbanos existentes y tratando de articularse a éstos.

Remodelación de la concha acústica Parque de la Música Jorge Villamil Cordoves

Descripción

Proyecto para gestionar la remodelación del Parque de la Música Jorge Villamil, ubicado en la ciudad de Neiva.

Relación con el plan de ordenamiento

En el POT de la ciudad de Neiva, este equipamiento es identificado como una de las zonas de desarrollo turístico prioritario descritas como extensiones de territorio que por contener un potencial de recursos turísticos deben someterse a medidas especiales de protección y a un planeamiento integrado que ordene su territorio. Sin embargo, no se generan mayores disposiciones normativas para este equipamiento. Su remodelación no se contempla como parte de los proyectos del POT, por lo cual

sería conveniente que en la revisión logre incluirse se definan de manera precisa disposiciones regularías.

Impactos

Los impactos más comunes de la realización de obras sobre equipamientos existentes, son los que se mencionan a continuación:

- ✓ Congestión vehicular: asociada a la alta afluencia de público al equipamiento, presentándose según el volumen y frecuencia, es decir, puede tener “picos” según las horas y momentos, asociados a los horarios de mayor funcionamiento del equipamiento. En el caso de los teatros o auditorios, esta congestión se asocia a la celebración de eventos específicos. Algunos factores que inciden en la generación de este impacto son las actividades de carga y descarga en la vía pública, la existencia de un paradero de buses en inmediaciones del equipamiento, dificultades en el acceso a los estacionamientos privados, estacionamiento transitorio en la vía pública y altos flujos de peatones que ocupan la vía vehicular.
- ✓ Congestión en el espacio público: como resultado de una afluencia masiva de usuarios que transitan por el mismo. Posibles causas pueden ser, la existencia un paradero de buses en inmediaciones del equipamiento, el déficit de áreas internas disponibles o la exigencia de hacer fila para el ingreso al equipamiento.
- ✓ Invasión del espacio público y la malla vial principalmente por parte de vendedores ambulantes y vehículos: se puede presentar por la extensión del uso dotacional hacia el espacio público, por ejemplo con filas y otras actividades propias del equipamiento. Cuando la afluencia del público es esporádica, como en el caso de los teatros, la invasión es temporal y produce grandes trastornos momentáneos que afectan el entorno. Esto se produce por el estacionamiento en zonas peatonales, las ventas ambulantes o transitorias, el uso de andenes o plazoletas exteriores por falta de áreas internas para la atención de usuarios, ocupación de áreas exteriores con elementos publicitarios, estacionamiento de vehículos de servicio público o particular en espera de los usuarios del equipamiento, entre otros.

- ✓ Deterioro de vías, espacio público y mobiliario urbano: debido a factores como la entrada de vehículos pesados a zonas con infraestructuras que no están diseñadas para actividades como el cargue y descargue.
- ✓ Aumento de los niveles de ruido asociados a las actividades propias del equipamiento, al movimiento vehicular, etc. Los principales generadores de ruido son equipamientos culturales masivos.
- ✓ Impacto visual: generado por el encierro del equipamiento a través de barreras o por la instalación de publicidad de gran escala a las afueras del mismo. Esto puede generar inseguridad, aislamiento y contaminación visual
- ✓ Rechazo social que en algunos casos puede generar la instalación de un equipamiento, debido a la connotación social sobre el tipo de población que frecuenta el equipamiento, o por la incompatibilidad del uso con el tejido residencial.

Desde el ordenamiento territorial, es preciso tener en cuenta los siguientes elementos para el óptimo desarrollo del proyecto:

- Incluir dentro de las obras propuestas la construcción o recuperación de áreas de espacio público suficientes y de calidad, de manera que den cabida a las actividades complementarios de los usos específicos ofrecidos en el equipamiento, tales como zonas comerciales, de parqueo público y privado, zonas de espera, entre otros. Todas estas, dotadas de mobiliario urbano e infraestructuras accesibles.
- Desarrollar procesos constantes de socialización con los vecinos de la zona donde pretende establecerse el equipamiento, de modo que se informe de manera oportuna sobre los posibles impactos de la obra.

Construcción de museos de cuarta generación (Antropología y Paleontología).

Descripción

Proyecto para la construcción de museos de cuarta generación, específicamente en el área de la antropología y la paleontología en el municipio de Neiva.

Relación con el plan de ordenamiento

En el Artículo 185 del POT de Neiva se describen las centralidades de Segundo Orden tales como la centralidad Matamundo, la centralidad del Sena Industrial, la centralidad del Curíbano, la centralidad comercial y de Servicios Av. 26. Se establece que preferiblemente en estas zonas deben localizarse usos de cobertura regional y urbana como por ejemplo: los museos, centros culturales, artísticos y servicios turísticos.

Específicamente no se habla del proyecto en mención, ni en la parte normativa ni en el plan de ejecución del POT. Se recomienda que en la revisión que se efectúe logre incluirse como proyecto y se identifiquen zonas tentativas para su ubicación, en donde la normatividad de usos y tratamientos sea compatible con los posibles impactos generados por el equipamiento.

Impactos

Los impactos más comunes de la ubicación indiscriminada de equipamientos en el territorio son los que se mencionan a continuación:

- ✓ Congestión vehicular: asociada a la alta afluencia de público al equipamiento, presentándose según el volumen y frecuencia, es decir, puede tener “picos” según las horas y momentos, asociados a los horarios de mayor funcionamiento del equipamiento. En el caso de los teatros o auditorios, esta congestión se asocia a la celebración de eventos específicos. Algunos factores que inciden en la generación de este impacto son las actividades de carga y descarga en la vía pública, la existencia de un paradero de buses en inmediaciones del equipamiento, dificultades en el acceso a los estacionamientos privados, estacionamiento transitorio en la vía pública y altos flujos de peatones que ocupan la vía vehicular.
- ✓ Congestión en el espacio público: como resultado de una afluencia masiva de usuarios que transitan por el mismo. Posibles causas pueden ser: la existencia un paradero de buses en inmediaciones del equipamiento, el déficit de áreas internas disponibles o la exigencia de hacer fila para el ingreso al equipamiento.
- ✓ Invasión del espacio público y la malla vial principalmente por parte de vendedores ambulantes y vehículos: se puede presentar por la extensión del uso dotacional



hacia el espacio público, por ejemplo con filas y otras actividades propias del equipamiento. Cuando la afluencia del público es esporádica, como en el caso de los teatros, la invasión es temporal y produce grandes trastornos momentáneos que afectan el entorno. Esto se produce por el estacionamiento en zonas peatonales, las ventas ambulantes o transitorias, el uso de andenes o plazoletas exteriores por falta de áreas internas para la atención de usuarios, ocupación de áreas exteriores con elementos publicitarios, estacionamiento de vehículos de servicio público o particular en espera de los usuarios del equipamiento, entre otros.

- ✓ Deterioro de vías, espacio público y mobiliario urbano: debido a factores como la entrada de vehículos pesados a zonas con infraestructuras que no están diseñadas para actividades como el cargue y descargue.
- ✓ Cambios en los usos del suelo: debido a la demanda de comercio, servicios y otras actividades complementarias, lo cual usualmente genera desplazamiento de población hacia otras zonas de la ciudad, buscando reemplazar la vivienda que ha sido desplazada por otros usos o buscando zonas de mayor calidad urbana.
- ✓ Aumento de los niveles de ruido asociados a las actividades propias del equipamiento, al movimiento vehicular, etc. Los principales generadores de ruido son equipamientos culturales masivos.
- ✓ Afectación de áreas con valor ambiental que se encuentren aledañas a la zona a intervenir.
- ✓ Impacto visual: generado por el encierro del equipamiento a través de barreras o por la instalación de publicidad de gran escala a las afueras del mismo. Esto puede generar inseguridad, aislamiento y contaminación visual
- ✓ Rechazo social que en algunos casos puede generar la instalación de un equipamiento, debido a la connotación social sobre el tipo de población que frecuenta el equipamiento, o por la incompatibilidad del uso con el tejido residencial.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Desde el ordenamiento territorial, es preciso tener en cuenta los siguientes elementos para el óptimo desarrollo del proyecto:

- Es preciso realizar, previo a la obra, una definición de la escala a la que corresponderá el equipamiento, identificando de manera clara el tipo de usuarios que se espera recibir, la frecuencia de las visitas, un estimado del caudal de visitantes y los horarios y momentos de mayor afluencia, de manera que se puedan prever los impactos generados.
- La localización del proyecto debe ser preferiblemente en una zona adyacente a una vía arterial o secundaria de la zona urbana, de manera que se asegure la fácil accesibilidad peatonal y vehicular al equipamiento.
- Incluir dentro de las obras propuestas la construcción de áreas de espacio público suficientes y de calidad, de manera que den cabida a las actividades complementarios de los usos específicos ofrecidos en el equipamiento, tales como zonas comerciales, de parqueo público y privado, zonas de espera, entre otros. Todas estas, dotadas de mobiliario urbano e infraestructuras accesibles.
- Desarrollar procesos constantes de socialización con los vecinos de la zona donde pretende establecerse el equipamiento, de modo que se informe de manera oportuna sobre los posibles impactos de la obra.
- Evitar al máximo la ruptura paisajística, buscando la mayor coherencia posible con los elementos urbanos existentes y tratando de articularse a éstos.

Otros

Articulación del planeamiento turístico con la planificación y el ordenamiento territorial (planes, planes básicos y esquemas de ordenamiento territorial municipales, y planes de ordenamiento departamental) en los municipios con vocación turística



Descripción

El proyecto busca la identificación y articulación de doce POT municipales, así como la evaluación de los componentes turísticos contemplados en los mismos y la realización de talleres especializados con funcionarios de los entes territoriales, para fortalecer la presencia de elementos turísticos en el ordenamiento municipal.

Relación con el plan de ordenamiento

Debido a que el nivel de definición del proyecto no es preciso, no es posible establecer líneas directas de relación con los planes de ordenamiento de las entidades territoriales específicas.

Para lograr la visibilidad del componente turístico en los POT, se sugiere una ruta crítica que contempla los siguientes pasos:

- a. Análisis de los componentes existentes en el POT que establezcan regulación ambiental, de espacio público, de equipamientos, de usos y tratamientos, referidos a zonas turísticas del municipio. Revisión por ejemplo de los contenidos con respecto a la identificación de BIC y la relación con las disposiciones del acto administrativo que los declara.
- b. Identificación, junto con agentes locales, de necesidades críticas o conflictos existentes en términos de ordenamiento territorial en zonas turísticas.
- c. Generar una comparación entre lo existente en términos de normatividad y lo que faltaría regular en el POT con respecto a las zonas turísticas, tratando de identificar a través de qué instrumento pueden solventarse dichas necesidades, según el desarrollo turístico del municipio, la capacidad de gestión institucional, la cantidad de aliados que se encuentren vinculados a las propuestas turísticas del municipio y otros criterios que resulten pertinentes. En este sentido, cada entidad tiene la opción de apostarle a la formulación de Los planes especiales de manejo y protección (PEMP) que son los instrumentos de planificación y

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

gestión creados por la Ley de la Cultura¹⁵⁵ para definir las acciones requeridas para proteger y garantizar la sostenibilidad de los bienes de interés cultural (BIC)¹⁵⁶, a la generación de instrumentos de planeación de segundo orden (como planes parciales o planes maestros) o al fortalecimiento de su POT con disposiciones turísticas más sólidas. Lo más recomendable para municipios pequeños con actividad turística incipiente es lograr el enriquecimiento de los instrumentos de planeación existentes con las temáticas identificadas como necesarias.

- En cuanto a la normatividad que puede reforzarse en el los POT para fortalecer el sector turístico, es preciso resaltar la reglamentación de usos del suelo en las principales zonas turísticas, estableciendo de manera puntual índices de ocupación, densidades permitidas, actividades restringidas, entre otros. Esto opera de manera especial para los centros históricos donde debe haber un levantamiento puntual de los BIC municipales y nacionales, estableciendo normas para su conservación.
- En cuanto al plan de ejecución del POT, es preciso lograr la inclusión de proyectos que preparan al territorio para la actividad turística y lo acondicionen para que los impactos de la misma sean mitigados. Dentro de estos se encuentran iniciativas referidas a la conectividad vial, a la accesibilidad de los espacios urbanos, a la preservación de zonas ambientales protegidas, entre otros.
- Finalmente, lo más importantes es lograr que estos proyectos se incluyan dentro de las plataformas políticas de las autoridades locales y se interioricen en las demandas de los ciudadanos, para que estos exijan su ejecución.

¹⁵⁵ Ley 397 de 1997, modificada por la Ley 1185 de 2008

¹⁵⁶ Los Bienes de Interés Cultural pueden ser del orden nacional, departamental o municipal. Los nacionales retoman los declarados como Monumentos Nacionales con anterioridad a la Ley 397 de 1997.



2.6. PERFILES DE PROYECTOS

2.6.1. Impulso a la vinculación de otros sectores económicos a la cadena de valor turística en el destino Huila

Descripción

La cadena de valor hace referencia a los procesos de un destino que contribuyen a la creación de valor a lo largo del ciclo de vida de sus productos; es un instrumento elemental para analizar la generación y la distribución entre las unidades productivas relacionadas con la actividad turística, en el departamento del Huila, este enfoque de relacionamiento comercial trasciende el concepto tradicional de cadena productiva; más que un serie de empresarios relacionados con la actividad turística, se trata de una alianza o red de colaboración estratégica entre varias organizaciones y unidades productivas participantes, con el fin de lograr objetivos comunes y el posicionamiento del destino en los mercados turísticos.

El sector empresarial turístico del Huila requiere abastecerse de productos y servicios de manera permanente, razón por la cual se busca identificar empresarios dispuestos a relacionarse directamente con los agentes de la cadena de valor externa, entendida como la relación de los prestadores de servicios turísticos con otros sectores económicos; un ejemplo de ello son los nexos que establecen con proveedores de bienes y servicios que hacen presencia en el destino, como productores agrícolas, suministros de aseo, lencería, tecnologías y artesanías, por mencionar algunos.

La importancia y dinámica de la actividad turística en el territorio huilense, hace que el turismo se convierta en un motor para el desarrollo de sus economías locales. Una organización turística y sus proveedores son interdependientes, se benefician mutuamente haciendo que la calidad y el compromiso se conviertan en una estrategia de competitividad.

De otra parte, el turismo incluyente es una alternativa de desarrollo que promueve la creación de vínculos y la interacción entre los diferentes participantes y actores del sector; comprende el fortalecimiento de procesos asociativos, el estímulo de economías locales y la integración de micro y famiempresas lideradas por comunidades a fin de generar un beneficio mutuo; la formación de redes

empresariales en torno a la actividad turística, optimiza los recursos y actividades complementarias, permitiendo a los destinos suministrar un producto turístico más integrado y mejor constituido, fortaleciendo su ventaja competitiva.

Dentro de esta perspectiva el departamento del Huila a través del fortalecimiento de la cadena de valor y la inclusión participativa de la comunidad, intenta jugar tanto el papel de modelador de la sociedad como de promotor de crecimiento económico, emprendiendo el camino hacia la articulación de las redes de abastecimiento, y la vinculación de las comunidades menos favorecidas en el desarrollo turístico del destino.

Objetivos

1. Mejorar y fortalecer los vínculos comerciales, constituyendo una alternativa para optimizar las ventajas competitivas y ofrecer beneficios socioeconómicos reales a las comunidades locales.
2. Impulsar la vinculación de otros sectores de la economía huilense en el desarrollo turístico departamental, a través del fortalecimiento de los encadenamientos productivos.

Resultado final del Proyecto

La meta del proyecto es asistir a 30 emprendedores comunitarios y/o empresarios de los demás sectores de la economía departamental a través de asistencia técnica para vincularlos directamente a la cadena de valor turística en el destino; complementario a ello, se pretende promover la asociatividad empresarial como medio de desarrollo económico que fomente relaciones efectivas entre los diferentes actores, y que permitan a la comunidad local establecer un proceso participativo e interactivo para planificar y gestionar de forma sostenible sus recursos.

Los procesos solidarizados promueven la integración de las poblaciones vulnerables como madres cabeza de hogar, jóvenes, tercera edad y personas en condición de discapacidad, así como el fortalecimiento de micro y famiempresas proveedoras, estimulando de manera efectiva, las economías locales.



El proyecto privilegia la sostenibilidad en sus tres dimensiones económica, social y ambiental; por ello será necesario optar por métodos de producción más limpios, amigables con el medio ambiente, respetuosos de las tradiciones y culturas de los lugareños y distribuyendo los beneficios económicos de manera más equitativa. Todo ello concluirá en actores turísticos más sensibles con la responsabilidad social, en empresas más fortalecidas, en empleos más justos, en comunidades mejor afianzadas y por supuesto, en un destino más competitivo.

Fortalezas para emprender el proyecto

La administración departamental, a través de su Plan de Desarrollo 2012-2015 “Haciendo el cambio en el Huila” le ha apostado al sector turístico por considerarlo un dinamizador de la economía; plantea el documento que “Los temas fundamentales en los que se concentran estos proyectos son infraestructura turística, planificación turística y fortalecimiento de la cadena de valor”¹⁵⁷. En aras de querer posicionarse como el primer destino colombiano de turismo ecológico y cultural con proyección nacional e internacional, con una oferta de productos innovadores, diferentes, especializados y de calidad, se hace imprescindible aunar esfuerzos para dar respuesta a las necesidades de desarrollo, reduciendo las brechas existentes que impiden la asociatividad empresarial y el trabajo cooperado, así como el establecimiento y fortalecimiento de los vínculos con los productores territoriales para estimular a las economías locales.

Igualmente, el Plan Sectorial de Turismo 2011-2014 “Turismo, factor de prosperidad para Colombia” da especial énfasis al turismo comunitario y a la vinculación de unidades productivas al sector, de tal suerte que las empresas locales, debidamente organizadas, deriven beneficios de su participación en la cadena de valor del destino turístico.

Por lo anterior considerando la cadena de valor como la manera en que los actores del turismo se relacionan de tal forma que den valor agregado a su producto al mejor costo estratégico posible y con miras a satisfacer los requerimientos del cliente (turista), este proyecto busca mejorar el relacionamiento de los empresarios turísticos

¹⁵⁷ Plan de Desarrollo Departamental Huila 2012-2015

entre sí y con los otros sectores económicos que intervengan en su operación a través de abastecimientos y proveedurías.

Factores de riesgo

- Dificultades en la consecución de recursos.
- Falta de apoyo por parte de las instituciones oficiales involucradas.
- Falta de compromiso por parte de los prestadores de servicios turísticos para generar alianzas.
- Falta de voluntad por parte de emprendimientos comunitarios y empresarios de otros sectores económicos vinculados a la actividad turística.
- Falta de coordinación y gestión conjunta entre sectores público y privado.

Entidades que podrían vincularse al proyecto

1. Cámara de Comercio de Neiva
2. Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena)
3. Ministerio de Comercio Industria y Turismo - *iNNpulsa Mipyme*
4. Ministerio de Comercio Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo
5. Gobernación del Huila
6. Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Huila
7. Alcaldías municipales
8. Fondo de Promoción Turística de Colombia

Antecedentes que respaldan el proyecto

El departamento de Huila es una región de grandes e increíbles contrastes; los visitantes pueden disfrutar de cumbres nevadas en el nevado del Huila, zonas secas y áridas en el desierto de la Tatacoa, fértiles llanuras a lo largo del valle del Magdalena. En medio de su gran atractivo natural y sus contrastes climáticos se encuentra el mayor tesoro arqueológico de la América precolombina y uno de sus atractivos más representativos: el Parque Arqueológico de San Agustín, que a su vez es entrada obligada al Parque Arqueológico de Tierradentro; a esta variada oferta se suma el gran acervo cultural, representado en sus festividades y eventos.



El análisis realizado a un grupo de empresarios turísticos del sector, reflejó encadenamientos pobres, compras de insumos en capitales cercanas y en Bogotá, por falta de ofertas locales y/o de calidad de los productos ofertados por los lugareños. El turismo como actividad de índole social e interdisciplinaria por naturaleza, se desarrolla y perdura a través del trabajo cooperado. La vinculación de los actores locales y la asociatividad empresarial se convierten en factores imprescindibles y determinantes para lograr una verdadera articulación y distribución de los beneficios de esta pródiga actividad.

En este orden de ideas la política de Turismo Social del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo plantea que la actividad, como factor dinamizador de la economía, debe contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades, teniendo en cuenta un enfoque diferencial, que permita implementar estrategias de desarrollo, de superación de las dificultades económicas y del logro de los Objetivos del Milenio, donde el turismo debe ser parte fundamental de los programas de desarrollo y de las estrategias nacionales de reducción de la pobreza, al facilitar a la comunidad su participación y el control de los proceso en términos aceptables para ellas.

Metodología

El proyecto plantea una consultoría que trace las líneas de actuación para fortalecer los emprendimientos que puedan vincularse a la oferta de servicios turísticos y defina los componentes de calidad requeridos por los prestadores de servicios turísticos para instruir a las unidades productivas de otros sectores económicos que puedan abastecer a las empresas turísticas. Para estos dos grupos, se establecen métodos de capacitación basados en procesos de asistencia técnica, que aseguren la comprensión y puesta en práctica de los conocimientos adquiridos. La consultoría adelantara acompañamientos en temas relacionados con políticas de pago, capacidad de respuesta, condiciones de empaque y niveles de calidad aceptables, acorde con las políticas y estándares establecidos por los prestadores de servicios turísticos.

De otra parte y con el ánimo de que las alianzas sean perdurables, se proponen talleres de actuación conjunta (empresarios turísticos, emprendimientos y proveedores), sobre la base de la generación de confianza y que permitan, de una parte, la promoción de los productos y servicios de los emprendimientos que den valor

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

agregado a las ofertas de los prestadores, y de otra, incrementar los ingresos y mejorar la capacidad operativa de proveedores y abastecedores.

Entidades como la Cámara de Comercio de Neiva o los gremios turísticos que hacen presencia en el destino, podrían estructurar un sistema de seguimiento y control que garantice la permanencia de las alianzas, la calidad de los servicios, productos y bienes tanto de las unidades productivas de índole comunitario como de los empresarios de otros sectores económicos y que midan periódicamente los impactos generados por el proyecto.

Población objetivo

- Emprendimientos comunitarios de Huila.
- Unidades productivas de otros sectores económicos que actúen como proveedores y/o abastecedores del sector turístico.

Descripción de actividades

1. Identificación de los sectores económicos que aporten al encadenamiento productivo del turismo.
2. Identificación de estructuras organizativas de la comunidad con posibilidad de vincularse a las ofertas turísticas del destino.
3. Identificación de las necesidades del empresariado turístico en materia de proveeduría de bienes y servicios.
4. Estructuración de un programa que permita el encadenamiento productivo entre sectores.
5. Acompañamiento bajo esquemas de asistencia técnica a organizaciones comunitarias y abastecedoras, que den respuesta a las necesidades del empresariado turístico.
6. Suscripción de alianzas que permitan consolidar los encadenamientos.
7. Estructuración de un sistema de seguimiento y control que garantice la permanencia de las alianzas.

Total inversión

54,6 millones de pesos colombianos.



Indicadores.

- Número de empresas asistidas.
- Número de tipos de eslabones articulados.
- Número de asistencias técnicas ofrecidas.

2.6.2. Estructuración de un multiproducto en el Desierto de la Tatacoa y creación de ruta

Descripción

El Desierto de la Tatacoa es uno de los atractivos más representativos del Huila, sin embargo, la relevancia que tiene desde el punto de vista natural como cultural no se refleja totalmente en la afluencia de pasajeros. Esto se debe en parte a la falta de un producto organizado, articulado e integral que logre motivar el desplazamiento de los turistas, así como su permanencia en el destino.

Su majestuosidad y extensión son el escenario perfecto para implementar diferentes opciones que pongan en valor su riqueza, entre ellas destaca por su originalidad la observación astronómica. Su posición estratégica, cercana al Ecuador y libre de contaminación lumínica y auditiva, y su clima cálido y seco resultan ideales para esta disciplina. En este caso, los destinatarios del astroturismo no son solo los científicos especializados, sino también las personas que desean vivir esta experiencia única en Colombia. Durante la última década un trabajo casi artesanal y en gran parte por vocación y pasión es llevado a cabo por amantes de la astronomía encargados de interiorizar a los eventuales interesados en esta actividad. Todas las noches es posible observar el cielo valiéndose de diferentes instrumentos provistos por los responsables presentes mientras se escucha una explicación acerca de los astros en el firmamento, localizando constelaciones y planetas. Con el fin de enriquecer la experiencia, se propone complementar la observación astronómica con clases de fotografía que permitan captar imágenes excepcionales de los cuerpos celestes.

Dentro de las opciones diurnas para esta ruta se pueden incluir caminatas ecológicas con base en diferentes temáticas, recorridos en bicicleta y cabalgatas. Todos estos itinerarios deben ser desarrollados teniendo en cuenta los lineamientos del turismo sostenible de modo tal que no afecte los recursos naturales del atractivo. Se busca a

través de estas actividades permitir al visitante descubrir los paisajes diversos y cambiantes del desierto, sin perjudicar ni su flora ni su fauna.

Para aquellos que deseen extender su jornada en el desierto sea porque las caminatas demandan más horas o porque desean dormir bajo las estrellas es posible desarrollar el camping. Contemplando ciertos estándares y normas de calidad, se deben establecer sitios de campamentos apropiados. Los mismos deben ser evaluados ambientalmente, de tal manera que le ofrezcan seguridad al visitante y que además no degraden el ecosistema ni disturben el entorno.

Partiendo de la base de que no todas las personas gustan de dormir en carpas, en los últimos años se ha introducido el concepto de *glamping*, el cual que incorpora el *glamour* y ciertas comodidades al camping tradicional. Este tipo de servicio permitiría apuntar a un segmento de alta gama como los incentivos donde se requiere, además de poder sorprender al cliente, brindar el mayor confort posible en lugares de excepción. En este caso el desierto se constituiría como un escenario ideal ya que aporta un paisaje sorprendente que solo debería ser complementado con infraestructura y prestaciones de calidad para lograr un producto innovador.

Objetivos

1. Dar a conocer los atractivos naturales del Desierto de la Tatacoa así como las actividades que se pueden desarrollar

La creación de un recorrido dentro del desierto que permita visitar sus atractivos de forma ordenada y lógica motivará a los potenciales turistas a conocer el destino. El nuevo viajero está siempre en la búsqueda de experiencias novedosas por lo tanto, el desarrollo de productos llamativos y originales despertará su interés

2. Promover el turismo en el departamento

El desierto cuenta con la ventaja de estar localizado a corta distancia de Neiva, puerta de entrada al departamento. Por lo tanto, es muy fácil poder articular cualquier producto desarrollado allí con otras rutas en el resto de Huila. De hecho, este proyecto debe funcionar como impulsor para promocionar los otros sitios con potencial turístico.



3. Generar empleo e ingresos para la comunidad

El turismo es un factor de progreso para los residentes de los destinos. La generación de empleo necesaria para satisfacer a los viajeros constituye una fuente de ingresos adicional para los locales. En consecuencia, la comunidad tiene mayores posibilidades de mejorar sus condiciones de vida, mientras los gobiernos se preocupan de desarrollar planes que logren captar potenciales visitantes, para de ese modo contribuir en la evolución económica y social.

Resultado final del proyecto

La meta del proyecto es el diseño de una ruta en el Desierto de la Tatacoa así como la estructuración de multiproductos. Se espera también entregar una carta celeste interpretativa que colabore en el desarrollo del turismo astronómico y una guía geológica. La configuración de una oferta original y llamativa permitirá atraer diferentes clases de personas que llegarán al destino con objetivos variados.

Fortalezas para emprender el proyecto.

El Desierto de la Tatacoa es uno de los íconos representativos del Huila. Este recurso natural se ha constituido como uno de los factores de atracción más fuertes del departamento, por lo tanto cualquier proyecto que lo incluya gozará de ese reconocimiento a nivel nacional.

Tiene la fortaleza adicional de poder fungir como escenario para actividades de variada índole. Los caminantes encontrarán senderos con paisajes sorprendentes, los amantes de la naturaleza tendrán a su disposición especies propias de este lugar y aquellos que tengan interés en la astronomía, durante las noches gozarán de un espectáculo de planetas y estrellas.

Una ventaja es la presencia desde hace algunos años de la organización llamada “Astronomía Tatacoa”. De la mano de su creador, Javier Rúa Restrepo han estado difundiendo los conocimientos acerca de los cuerpos celestes y explicando a los interesados los lineamientos básicos de la observación astral. La “Fiesta de las Estrellas”, reconocida y posicionada, es un evento tanto para profesionales como aficionados que convoca multitudes una vez al año, ganando fieles adeptos.

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

El Plan Sectorial de Turismo 2011-2014 “Turismo: Factor de prosperidad para Colombia”¹⁵⁸ menciona dentro de sus objetivos el desarrollo de productos turísticos especializados. Las nuevas tendencias apuntan a un turista conocedor, en búsqueda de ofertas distintivas y originales. Los destinos que han comprendido este cambio, se han concentrado en llevar a cabo propuestas diferenciadoras que permitan posicionarlos de manera privilegiada en la mente de los consumidores. Huila cuenta con la fortaleza de poseer dentro de sus tierras atractivos únicos a nivel nacional, por lo tanto solo le resta articularlos y promocionarlos para lograr atraer a los viajeros.

A nivel institucional, la Política de Turismo Cultural¹⁵⁹ destaca la transversalidad de este tipo de turismo. Independientemente sea el mismo el fin último del viaje o no, es muy probable que de manera indirecta varias actividades sean de esta índole. El desierto es un recurso de tipo natural sin embargo, se constituye también como escenario para el desarrollo de prácticas que van más allá de la naturaleza.

Otro ítem mencionado en el mismo documento es el impulso a la participación de las comunidades. El presente proyecto propone incluir a los residentes actuales del desierto y alrededores en la configuración de propuestas de calidad y originales que valoricen el producto. Resulta fundamental entonces que la comunidad se organice para poder participar en el proceso, aportando su conocimiento y experiencia.

Factores de riesgo

- Problemas de coordinación y gestión conjunta entre sector público y privado.
- Falta de priorización por parte de la Gobernación.
- Dificultades para la consecución de los recursos.
- Falta de colaboración de las comunidades residentes en el desierto.

Entidades que podrían vincularse al proyecto

- Ministerio de Cultura

¹⁵⁸ “Plan Sectorial de Turismo 2011-2014 Turismo: factor de prosperidad para Colombia” Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Junio 2011

¹⁵⁹ “Política de Turismo Cultural: Identidad y Desarrollo Competitivo del Patrimonio” Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Ministerio de Cultura. Septiembre 2007



- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Gobernación de Huila
- Alcaldía de Villavieja
- Astronomía Tatacoa: Javier Rúa Restrepo
- RAC: Red de Astronomía de Colombia
- Sena: para la capacitación del personal

Antecedentes que respaldan el proyecto

La curiosidad que despierta el desierto es motivo suficiente de desplazamiento para las personas. No obstante, una vez arribados al lugar, encuentran que los servicios disponibles son bastante precarios. Los prestadores presentes ofrecen alojamiento, comida y algunas actividades de tipo turístico de modo informal. Esta falencia en la operación debe ser solucionada a través de programas de formación y capacitación.

Por otra parte, la entrada irrestricta al atractivo perjudica la sostenibilidad del recurso, atentando contra una capacidad de carga que no ha sido calculada. Esta falta de control al ingreso es una muestra del desorden que también se percibe dentro del lugar.

Villavieja, cabeza del municipio y primer contacto que se tiene con el atractivo llegando desde Neiva se encuentra débilmente incluida en la propuesta turística. Solo algunos se detienen en el camino para conocer su museo, a pesar que brinda información paleontológica e histórica acerca del desierto. El presente proyecto sugiere integrar este pueblo dentro de una oferta totalizadora y competitiva que permita desarrollar un recorrido estructurado y pleno de opciones para los potenciales turistas.

Metodología

Se contratará una consultoría que lleve a cabo un diseño de producto y rutas, contando con la participación activa de los residentes. Con el fin de lograr un producto competitivo y sostenible, deben capacitarse los operadores que formarán parte del mismo.

Población objetivo

Dirigido a la comunidad, visitantes y turistas.

Actividades

Descripción de actividades

- A. Identificación y análisis de los principales atractivos paleontológicos y de naturaleza que se vincularán a la oferta.
- B. Identificación y análisis de las actividades a realizar en los atractivos.
- C. Definición de los requerimientos de infraestructura y servicios.
- D. Valoración ambiental de las áreas donde se puedan establecer sitios de acampada para los turistas y/o visitantes.
- E. Diseño o ajuste a los guiones interpretativos para la oferta paleontológica, antropológica, de naturaleza y celeste presente en el desierto con el apoyo de la comunidad.
- F. Diseño de una carta celeste interpretativa en el que se plasmen las estrellas y constelaciones que se observan desde el desierto.
- G. Identificación y evaluación de la calidad de los servicios turísticos presentes en la zona.
- H. Estructuración de un plan de mejoramiento con base en el diagnóstico, que incluya acompañamiento a los prestadores de servicios turísticos.
- I. Definición de la ruta.
- J. Elaboración de una guía geológica de la ruta demarcada.



K. Demarcación y diseño de rutas pedagógicas y para investigadores dentro del desierto.

Total inversión del proyecto en tres años

Se estima la contratación de una consultoría para las primeras tareas consistentes en analizar los atractivos y actividades tanto como definir los requerimientos de infraestructura y servicios y diseñar la ruta por un valor de 45 millones. La valoración ambiental para evaluar el impacto de las acampadas se costea por 50 millones.

Los diseños de guiones, cartas celestes y guía geológica tienen un costo de 10 millones cada uno, quedando a cargo de especialistas en esos campos. Para realizar el acompañamiento de prestadores se propone un consultor durante un año a razón de 4.5 millones por mes, completando 54 millones.

En total el presente proyecto requiere una inversión de 179 millones de pesos.

Indicadores

- N° de atractivos identificados para vincular a la oferta
- N° de productos definidos para el Parque Temático "Desierto de la Tatacoa"
- N° de rutas identificadas
- N° de empresarios vinculados a la oferta

2.6.3. Fortalecimiento de la gastronomía como atractivo turístico del destino Huila

Descripción

El Huila es un departamento con gran riqueza en recursos naturales y culturales que gozan de importante reconocimiento en el ámbito nacional e internacional. Su mayor atractivo está representado en los Parques Arqueológicos de San Agustín e Isnos, el desierto de la Tatacoa y el nacimiento del río Magdalena. Son éstos los productos que los huilenses están determinados a fortalecer.

De los elementos de la cultura huilense lo que más se ha visibilizado es la danza, la música, las narraciones orales, sus artesanías y el consumo del asado huilense y los

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

bizcochos de achira. Sin embargo, la región también tiene como parte de su tradición gastronómica una gran variedad de amasijos como los berraquillos y pandeyucas, hervidos, rellenos y otros platos típicos populares como el sancocho de gallina, viudos de pescado de bagre y pataló, cordero asado, arroz tapado, cerdo ahumado y otras delicias como el dulce de cactus, los quesillos, la cuajada, el masato de hojas y los melados que merecen ser puestos en valor turístico.

Para ello se quiere poner en escena estas otras preparaciones con el propósito de recuperar la memoria gastronómica y ampliar la oferta para que llegue a constituirse en verdadero atractivo turístico de la región. Las achiras son el producto con mayor reconocimiento a nivel nacional y tiene una importante demanda, seguido de las almojábanas que se ofrecen especialmente a orilla de la carretera, y es preciso mencionar que un importante número de familias viven de producir y comercializar estos amasijos.

Hoy, cuando los turistas quieren además conocer y vivir la cultura del sitio a donde llegan, es necesario reconocer la alta relación existente entre alimento y cultura; en estas se visibilizan componentes culturales y sistemas productivos de la comunidad. En la comida se resume la historia del pueblo opita, lo que produce su tierra, sus costumbres y tradiciones.

La gastronomía se vuelve un complemento ideal del turismo para potenciar como producto, especialmente cuando esta cuenta con elementos diferenciadores importantes que se pueden unir con los otros atractivos únicos del destino, para así ofrecer una experiencia insuperable. Se convierte así la gastronomía huilense en una oportunidad que, mediante la puesta en ejecución de este proyecto se puede potenciar y dejar que no sólo sea una ventaja comparativa, sino que se transforme en una ventaja competitiva.

El proyecto se enmarca en la Política Cultural de Colombia, que busca incentivar a nacionales y extranjeros a conocer la riqueza del país y, a su vez, a motivar a los locales a rescatar y preservar el patrimonio inmaterial.



Objetivos

1. Rescatar y fortalecer la gastronomía típica.

Con el paso del tiempo se han ido perdiendo las recetas ancestrales y cada vez menos los locales conocen su cultura gastronómica, y por supuesto menos saben de ella el resto de colombianos. Por ello es preciso trabajar para recuperar las recetas de la comida tradicional y dignificar la comida típica con el fin de preservarla y optimizarla como componente del atractivo turístico local, como generadora de trabajo productivo y de ingresos para la comunidad.

2. Promover la calidad en la producción de la gastronomía tradicional y la prestación del servicio.

Se requiere analizar procesos de preparación y manipulación de los dulces, amasijos, refrescos, bocados típicos y platos tradicionales, para establecer una oferta gastronómica tradicional de calidad, que cumpla con las buenas prácticas de manejo que exige el mercado: manejo técnico de alimentos, estandarización de recetas, etc.

3. Promover el posicionamiento comercial de la oferta.

Es importante promover el posicionamiento comercial de los productos tradicionales, crear condiciones para acceder a nuevos mercados y así estimular la generación de oportunidades de negocios para los productores. Lo anterior incluye trabajar en empaques e identidad gráfica, formas de exhibición, asociatividad, participación en eventos, comercialización y atención al cliente.

Resultados finales del proyecto

La meta propuesta en el proyecto es contar con un producto gastronómico atractivo, con calidad estandarizada y que facilite su comercialización. Se busca que quienes lleguen de visita al Huila tengan la oportunidad de encontrarse con su cultura a través de la gastronomía, que puedan disfrutar de una variedad representativa de productos, todos ellos de calidad, y que varios de ellos estén dispuestos con excelente

presentación para que se puedan llevar a casa o de regalo. Una mejor oferta seguramente permitirá más y mejores oportunidades de ingresos para los locales.

Fortalezas para emprender el proyecto

Para emprender el proyecto se cuenta con toda una tradición del pueblo huilense en la preparación de amasijos, bebidas y viandas, que se constituyen en prenda de garantía para el trabajo que se debe abordar. A su vez, es el momento preciso para evitar que se pierdan aquellas tradiciones, ya que las nuevas generaciones no han recogido estos saberes, y no hacerlo ahora, implica el riesgo de que se puedan perder de forma permanente.

A su vez, la demanda y valoración de los productos que hoy se ofrecen, justifica que se haga un esfuerzo para hacer de este arte de la gastronomía una oportunidad para generar trabajo productivo e ingresos y para hacer de estos productos una marca de región.

Por su parte, la Política de Turismo y la Política Cultural señalan entre otros aspectos, que la gastronomía es un elemento del patrimonio inmaterial al que el país le debe apuntar para su desarrollo turístico y diferenciación.

Factores de riesgo

1. Dificultad para articulación entre el sector público y privado.
2. Falta de decisión política por parte de la gobernación o alcaldías para apoyar el proyecto.
3. No disponer los recursos financieros para realizarlo.
4. Limitada colaboración y entusiasmo por parte de los productores de alimentos.

Entidades que podrían vincularse al proyecto

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Fondo de Promoción Turístico de Colombia
- Secretaría Departamental de Cultura y Turismo departamental
- Alcaldías de municipios del área de influencia del proyecto
- Sena



- Cotelco
- Instituciones académicas relacionadas con la actividad turística
- Cámaras de Comercio
- Proveedoras de insumos
- Medios de comunicación

Antecedentes que respaldan el proyecto

El alimento es uno de los suministros básicos que demanda todo turista y visitante, independiente del tipo de persona que sea o la actividad que vaya a desarrollar. A su vez, aun cuando se tiene buenas recetas, los actores de este sector reconocen que existen debilidades en su oferta, en el desarrollo del producto, presentación, empaque y comercialización; todo ello hace que se anticipe un importante respaldo a la iniciativa, si se tiene en cuenta además, que este tipo de actividad es una de las que más genera puestos de trabajo.

Se tiene una tradición pero su posicionamiento y la riqueza de su comida tradicional se puede ir perdiendo si no se actúa con determinación en este aspecto.

En Neiva se han realizado eventos que buscan rescatar y preservar la comida tradicional, particularmente el Festival de la Cultura Gastronómica, que durante 5 años ofreció un espacio con este objetivo, pero que por falta de apoyo no se volvió a realizar, sin embargo, es una necesidad rescatar y poner en valor turístico la gastronomía huilense.

Metodología

Se contratará una consultoría que realizará una investigación básica para identificar los productos tradicionales, reconocer sus procesos y estado, posteriormente se trabajará básicamente en sesiones de asistencia técnica dependiendo del número y necesidad de los productores.

Se identificarán los productores de alimentos y restauranteros para trabajar tanto en capacitación como en sesiones de asistencia técnica dependiendo de las necesidades, para que incorporen las normas técnicas sectoriales correspondientes.

Para efectos del concurso que se propone como una de las actividades, se deberá determinar el marco de referencia del mismo para definir el modelo y hacer de éste un ejercicio académico y técnico que conduzca a promover el interés por el tema, recuperar recetas, innovar, motivar a los chefs a la creatividad e innovación y mejorar la calidad de los productos.

A su vez se diseñará una campaña para promover la inclusión de la comida regional en los restaurantes y/o el uso de productos, sean frutas, verduras, granos, entre otros, que generen identidad regional.

Población objetivo

Dirigido a productores de alimentos (amasijos, bebidas, viandas, productos tradicionales), propietarios de restaurantes, Chefs.

Actividades

1. Realización de un inventario de la oferta gastronómica tradicional del Huila. La intención es obtener el listado de productos tradicionales que se tienen hoy en el mercado, reconocer sus procesos de producción, sus formas de presentación y de comercialización.
2. Identificar la oferta gastronómica tradicional en peligro de desaparecer. Investigar sobre aquellos productos que tienen reconocimiento pero que han ido perdiendo su oferta, buscando recuperar su producción y evitar la pérdida de esos saberes que se constituyen en el patrimonio inmaterial del pueblo huilense.
3. Promover la elaboración de platos tradicionales entre los restaurantes típicos del destino Huila. Adelantar una campaña para que en los restaurantes, cafeterías y hoteles, se elaboren platos tradicionales, o en su defecto y de acuerdo con el tipo de alimentos que se ofrezcan, se incorporen productos típicos de la zona para sus preparaciones, por ejemplo frutas.
4. Crear un concurso de gastronomía tradicional. Definir el tema específico del concurso, su reglamentación, forma de convocatoria, participantes y premios. Igualmente proyectar su cronograma para oficialmente promoverlo e



institucionalizarlo, teniendo como objetivo principal el que se incentive la comida regional y se preserven sus sabores y saberes tradicionales y la calidad.

5. Mejorar las buenas prácticas de manufactura de los restaurantes típicos. Establecer una programación que conduzca a mejorar la calidad de la preparación de alimentos de tal manera que se cumpla con todas la buenas prácticas de manejo que correspondan. Igualmente se propenderá por mejorar las competencias de los empleados de los establecimientos que formen parte del proyecto.

Presupuesto

Se estima la contratación de una consultoría especializada por \$45 millones y asistencia técnica por \$27 millones, a razón de 4,5 millones durante 6 meses. Este presupuesto, no incluye la organización del concurso, solo el planteamiento de subbases.

Indicadores

- N° de productos gastronómicos identificados para poner en valor turístico.
- N° de actores participando en el proyecto.
- N° de productos recuperados y promocionados.
- N° de personas sensibilizadas.
- N° de empresas participando en el proyecto

2.7. PROPUESTA DE INDICADORES PARA SEGUIMIENTO DE LOS PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO

Presentación

Como se indicó en el capítulo anterior del presente plan, la formulación del Plan de Desarrollo Turístico del Huila se realizó a partir del enfoque metodológico basado en los modelos de Competitividad y Ambiental, diseñados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el marco de la línea de Asistencia Técnica en Planificación, enriquecidos éstos con el modelo de Geoffrey Crouch & Brent Ritchie.

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

El punto de inicio del modelo propuesto son los cuatro factores en los que el departamento debe trabajar para alcanzar los índices de competitividad deseados: atracción, soporte, producción y gestión. A partir de ahí se adelantó un proceso de clústerización (en clúster, microclúster, rutas y circuitos) y validación del mismo. El marco lógico propuesto para el Plan Estratégico del Huila, recogió los diversos proyectos y subproyectos que dieron cuenta del gran potencial con el que se cuenta en las diversas zonas del departamento, pero también de las necesidades de mejora e inversión que se requieren para lograr la consolidación del turismo como estrategia de desarrollo regional y local.

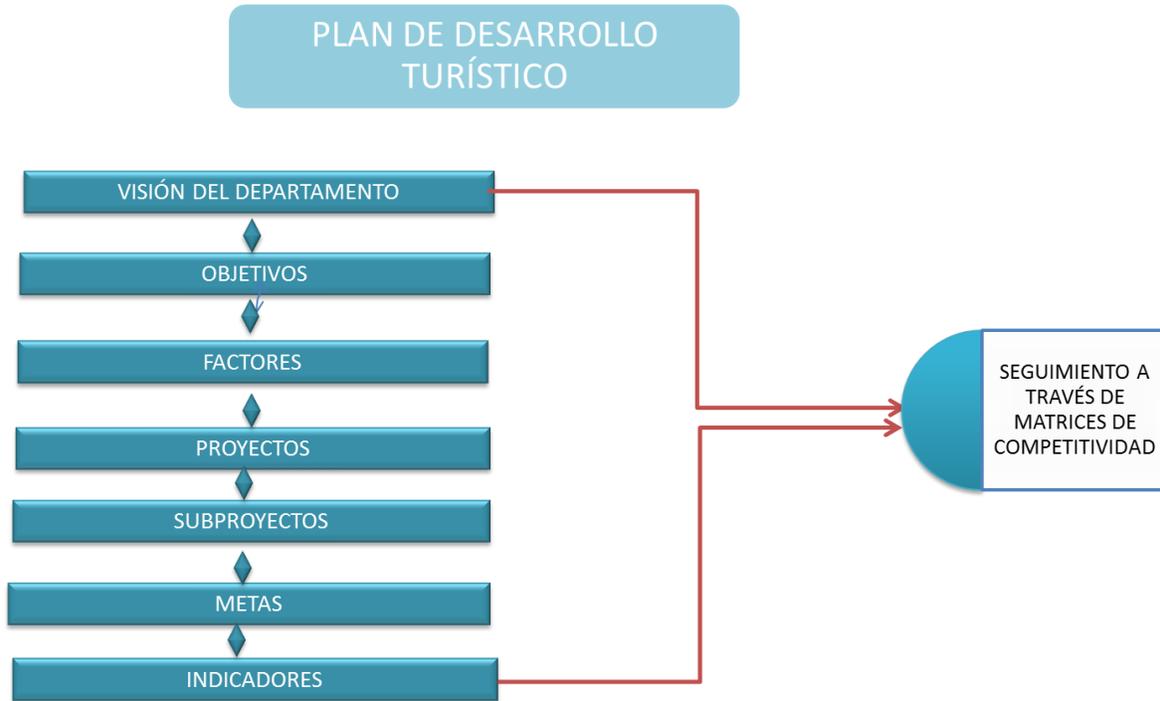
Para cada factor se propuso una serie de indicadores en los que se consideró pertinente priorizar aquellos relacionados con los logros del plan, en la medida en que se requiere que las acciones propuestas se lleven a cabo, en un corto o mediano plazo, acciones concretas que permitan un avance real en el desarrollo turístico de los diversos clústers, microclústers, rutas y circuitos, para que puedan ser fácilmente controlables y verificables por los actores locales y estén por supuesto correlacionados de manera directa con las metas propuestas.

Cabe destacar que los indicadores que se presentan a continuación, facilitarán la articulación de los procesos y logros en el departamento, de acuerdo con los objetivos propuestos, de tal manera que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo realice un seguimiento adecuado a través de una matriz que permita comparar los avances relacionados con los factores propuestos. Así mismo, en las regiones se facilitará la elaboración de la información y su propia evaluación frente a las metas establecidas.

El sistema de indicadores debe conllevar un proceso de seguimiento periódico el cual puede estar articulado al convenio de competitividad del departamento, facilitando la toma de decisiones, el cumplimiento de la visión turística, la ejecución de los proyectos y capacidad de adaptación si se presentan cambios o eventos que hagan reconsiderar o generar correctivos frente a las metas propuestas.

Se privilegiaron aquellos indicadores de tipo cuantitativo y de resultado, dado que lo que se espera es que se logren los efectos de la gestión interinstitucional de nivel local, departamental y nacional:





Fuente: Unión Temporal de Turismo HUITONAVA, 2012.

Una de las debilidades identificadas en el diagnóstico del departamento fue la ausencia de un sistema estadístico con información del sector, por ello se ha previsto que los indicadores sean fácilmente medibles, comparables, pertinentes, confiables y útiles a fin que naturalmente se pueda llevar un control y seguimiento a los mismos. Este conjunto de indicadores podría ser controlado por la Secretaría de Cultura y Turismo de la Gobernación del Huila, y a su vez incorporarse en el seguimiento de la matriz de competitividad que ha sido formulada en el marco del convenio de competitividad firmado con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Formatos de seguimiento

Se han propuesto cuatro tipos de formatos para el seguimiento de los indicadores:

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

TIPO DE FORMATO	NÚMERO
Factor Atracción	Huila- 01
Factor Soporte	Huila- 02
Factor Producción	Huila- 03
Factor Gestión	Huila- 04

Se propone que el seguimiento a los indicadores se realice de manera semestral, con el objetivo de evaluar periódicamente su nivel de avance en función de las metas propuestas.

A continuación se presenta cada uno de los formatos para su seguimiento:

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA			FORMATO HUILA - 01			
ELABORADO POR:			REVISADO POR:			
SUBPROYECTOS	INDICADORES	FECHA DE SEGUIMIENTO	GRADO DE AVANCE			OBSERVACIONES
			Alto	Medio	Bajo	
1.1.1 Construcción del teatro Auditorio del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.	Nº de teatros en funcionamiento.					
1.1.2 Construcción Centro Ferial del Surcolombiano.	Nº de centros feriales en funcionamiento.					
1.1.3 Remodelación de la concha acústica Parque de la Música Jorge Villamil Cordovez.	Nº de parques de la música construidos.					
1.1.4 Construcción de museos de cuarta generación (antropología y Paleontología).	Nº de museos de cuarta generación en operación.					
1.1.5 Renovación del Parque Arqueológico de San Agustín	Nº de parques arqueológicos					





en sus componentes museográficos y naturales.	renovados.					
1.1.6 Desarrollo del Parque Temático Desierto de La Tatacoa.	Nº de proyectos del Parque Temático "Desierto de la Tatacoa", construidos y en operación.					
1.2.1 Embellecimiento de los municipios de Villavieja, San Agustín e Isnos.	Nº de municipios con renovación urbana.					
1.2.2 Construcción, mejoramiento y adecuación de malecones de los municipios de Neiva, Yaguará, Palermo y Villavieja en el destino Huila.	Nº de malecones recuperados.					
2.1.1 Estructuración del producto cultural para la ciudad de Neiva con puesta en valor de los monumentos de Ciudad Villamil, Parque de Mitos y Leyendas y el Malecón.	Nº de rutas creadas.					
2.1.2 Diferenciación de los parques arqueológicos de San Agustín e Isnos.	Nº de parques posicionados y diferenciados.					
2.1.3 Estructuración de un multiproducto en el Desierto de la Tatacoa y creación de ruta, que incluya el tema de astronomía, aventura, ecología e historia.	Nº de productos estructurados.					
2.1.4 Estructuración del producto turístico de Tesalia y Paicol como parte de la ruta a Tierradentro.	Nº de productos					

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

	estructurados.					
2.1.5 Diseño del producto de brujas en La Jagua - Garzón.	Nº de productos estructurados.					
2.1.6 Fortalecimiento y consolidación de la oferta museística como complemento a la vocación histórica y cultural del departamento del Huila.	Nº de museos fortalecidos y consolidados.					
2.1.7 Fortalecimiento de las ferias y fiestas de los municipios vinculados a los clúster, microclúster, rutas y circuitos del destino Huila.	Nº de municipios fortalecidos.					
2.1.8 Fortalecimiento de la gastronomía como atractivo turístico del destino Huila.	Nº de cadenas de valor articuladas.					
2.2.1 Fortalecimiento del producto agroturístico para Loma Chata en el municipio de Garzón y en Gigante.	Nº de productos agroturísticos fortalecidos.					
2.2.2 Establecimiento de rutas ambientales para turismo de naturaleza en el Corredor Biológico Guácharos-Puracé.	Nº de rutas diseñadas					
2.2.3 Creación y construcción del Parque Turístico del Macizo Colombiano.	Nº de estudios de prefactibilidad diseñados.					
	Nº de parques construidos.					





2.2.4 Preparación de la comunidad para aprovechar turísticamente la represa de El Quimbo.	Nº de personas capacitadas y acompañadas para aprovechar turísticamente la represa.					
2.2.5 Estructurar producto de avistamiento de aves en el destino Huila.	Nº de productos creados.					
2.3.1 Desarrollo del glamping (camping de alto nivel para incentivos) en la zona de amortiguación del Desierto de la Tatacoa.	Nº de productos creados.					
2.3.2 Conformación del club de producto de congresos, eventos e incentivos.	Nº de clubes de eventos e incentivos en funcionamiento.					
2.4.1 Fortalecimiento del producto de aventura en los ríos Magdalena y Páez involucrando solamente prestadores certificados.	Nº de operadores de turismo de aventura sobre agua certificados. Nº de productos creados o actualizados.					
2.5.1 Revisión, ajuste y/o diseño de actividades en Yaguará (embalse de Betania), Palermo y Rivera.	Nº de actividades mejoradas.					
2.5.2 Revisión del producto de bienestar alrededor de los termales de Rivera.	Nº de productos de bienestar en operación.					

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA			FORMATO HUILA - 02			
ELABORADO POR:			REVISADO POR:			
SUBPROYECTOS	INDICADORES	FECHA DE SEGUIMIENTO	GRADO DE AVANCE			OBSERVACIONES
			Alto	Medio	Bajo	
3.1.1. Adecuación, construcción y mantenimiento de vías para la conectividad turística en el destino Huila.	Nº de Km pavimentados red secundaria.					
3.1.2 .Mejoramiento de la infraestructura aérea del destino Huila.	Nº de aeropuertos en funcionamiento.					
	Nº de aerolíneas comerciales realizando vuelos a Pitalito.					
	Nº de frecuencias al destino Huila.					
3.1.3. Construcción, mejoramiento y adecuación de muelles y embarcaderos en el destino Huila.	Nº de embarcaderos y muelles en funcionamiento.					
3.1.4. Mejoramiento y adecuación de senderos para el turismo en los municipios con vocación turística del destino Huila.	Nº de senderos turísticos mejorados y adecuados.					
3.1.5. Señalización turística vial, urbana, peatonal e interpretativa para el destino Huila.	Nº de programas de señalización turística implementados.					
	Nº de vías secundarias y terciarias señalizadas.					



3.1.6. Implementación de puntos de información turística articulados a la red de PIT.	Nº de PIT implementados y articulados a la red.					
3.1.7. Adecuación de la infraestructura y planta turística para personas en condición de discapacidad.	Nº de municipios con infraestructura para personas en condición de discapacidad.					
3.1.8. Diseño y construcción de una terminal de transportes para el municipio de San Agustín.	Nº de estudios diseñados.					
	Nº de terminales de transporte en funcionamiento					
3.2.1. Creación y puesta en marcha de un observatorio turístico para el destino Huila.	Nº de observatorios turísticos en operación.					
3.2.2. Dotación de cajeros electrónicos en los municipios con vocación turística del destino Huila (especialmente San Agustín y Villavieja).	Nº de nuevos cajeros electrónicos en funcionamiento.					
3.2.3. Fortalecimiento de los corredores digitales implementados por el Programa Huila Digital en 6 municipios del destino Huila.	Nº de corredores digitales fortalecidos.					
	Nº de municipios beneficiados.					
	Nº de atractivos turísticos cubiertos.					
	Nº de personas beneficiadas.					
3.2.4. Instalación de red de banda ancha en el destino Huila.	Nº de municipios conectados a través de la red de fibra óptica.					

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

4.1.1 Fortalecimiento del Consejo Departamental de Seguridad Turística del Huila para hacer frente a los niveles de riesgo y contingencias en la operación turística.	Nº de actores vinculados en el consejo.					
4.1.2. Aumento del pie de fuerza de la Policía de Turismo en el destino Huila.	Nº demunicipios con Policía de Turismo.					
	Nº depolicías de Turismo en el departamento.					
4.1.3 .Ejecución y seguimiento del Programa para la prevención y solución de la ESCNNA (explotación sexual de niños, niñas y adolescentes), asociada con las actividades turísticas en el destino Huila.	Nº de programas en ejecución.					
	Nº de talleres realizados.					
5.1.1 .Sensibilización y capacitación a la comunidad receptora de los municipios con vocación turística sobre Cultura Turística y Ciudadana en el destino Huila, entendiendo el turismo como actividad productiva que genera desarrollo económico y social.	Nº demunicipios sensibilizados y capacitados.					
	Nº de huilenses sensibilizados y capacitados.					
5.1.2. Participación y vinculación de la comunidad receptora en la planeación y desarrollo turístico del destino Huila.	Nº demunicipios atendidos. Porcentaje de destinos turísticos con JAC y JAL vinculados a los comités de turismo.					
5.1.3 Capacitación para el	Nº demunicipios					





conocimiento y apropiación del territorio, los atractivos turísticos y la oferta de prestadores de servicios turísticos del destino Huila por parte de la comunidad receptora.	capacitados.					
6.1.1 Apoyo a municipios en reglamentación y manejo de aprovechamiento económico del espacio público, incluidas ventas informales. Aplica para todos los municipios vinculados y prioritariamente en Neiva y San Agustín.	N° de huilenses apropiados de la riqueza turística de su territorio.					
6.1.2 Articulación del planeamiento turístico con la planificación y el ordenamiento territorial (planes, planes básicos y esquemas de ordenamiento territorial municipales, y planes de ordenamiento departamental) en los municipios con vocación turística.	N° de municipios apoyados.					
6.1.3 Construcción de zonas de estacionamiento y espacios públicos en zona de acceso al Parque Arqueológico de San Agustín y el Desierto de la Tatacoa.	N° de zonas de estacionamiento diseñadas y construidas.					

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DEL HUILA			FORMATO HUILA - 03			
ELABORADO POR:			REVISADO POR:			
SUBPROYECTOS	INDICADORES	FECHA DE SEGUIMIENTO	GRADO DE AVANCE			OBSERVACIONES
			Alto	Medio	Bajo	
7.1.1 Fomento al trabajo cooperado, como valor diferencial del destino Huila.	Nº de asociaciones creadas o fortalecidas.					
7.1.2 Consolidación de los agentes de turismo receptivo, como principales operadores del destino Huila.	Nº de operadores de servicios turísticos fortalecidos.					
7.1.3 Impulso a la vinculación de otros sectores económicos a la cadena de valor turística en el destino Huila.	Nº de empresas asistidas					
7.2.1 Apoyo a la formalización empresarial turística de los prestadores de servicios turísticos en el destino Huila.	Nº de empresas formalizadas.					
8.1.1 Implementación de procesos de calidad y sostenibilidad al interior de las empresas turísticas en el destino Huila.	Nº de prestadores de servicios turísticos certificados.					
8.1.2 Mejora de la gestión empresarial turística en las empresas prestadoras de servicios en el destino Huila.	Nº de empresas prestadoras de servicios turísticos fortalecidas.					





<p>9.1.1 Sensibilización y capacitación en cultura turística y ciudadana para los prestadores de servicios turísticos en el destino Huila.</p>	<p>Nº de programas de capacitación en operación. Nº de prestadores de servicios turísticos sensibilizados y capacitados.</p>					
<p>9.1.2 Formación integral para el desarrollo de competencias de los prestadores de servicios turísticos en temas especializados de cada subsector.</p>	<p>Nº de programas de capacitación en operación. Nº de prestadores de servicios turísticos con competencias especializadas.</p>					
<p>9.1.3 Sensibilización y formación para la promoción de buenas prácticas en desarrollo sostenible del turismo en la comunidad receptora y en los actores del turismo en articulación con el Plan de Gestión Ambiental Regional.</p>	<p>Nº de programas de formación en operación. Nº de prestadores de servicios turísticos con competencias especializadas.</p>					

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA			FORMATO HUILA - 04			
ELABORADO POR:			REVISADO POR:			
SUBPROYECTOS	INDICADORES	FECHA DE SEGUIMIENTO	GRADO DE AVANCE			OBSERVACIONES
			Alto	Medio	Bajo	
10.1.1 Estudio de mercados prioritarios para los nuevos productos turísticos del destino Huila.	Nº de estudios de inteligencia de mercados.					
10.1.2 Diseño y estructuración de marca turística para el destino Huila.	Nº de marcas para el Huila Turístico.					
10.1.3 Diseño e implementación del Plan de Promoción y Comercialización del destino Huila.	Nº de ferias nacionales anuales en las que se participa.					
	Nº de ruedas de negocios nacionales anuales en las que se participa.					
	Nº de demisiones comerciales anuales en las que se participa.					
	Nº de viajes de familiarización anuales que se realizan.					
	Nº de productos turísticos incorporados en los portafolios de las agencias de viaje					
	Nº de eventos reconocidos a nivel					





	nacional al año.					
	Nº de eventos reconocidos a nivel nacional e internacional.					
10.1.4 Diseño e implementación del Plan de Medios de Comunicación.	Nº de páginas web interactivas en funcionamiento permanente.					
	Nº de planes de medios implementados.					
10.1.5 Diseño y ejecución de una estrategia de comunicación 2.0 que involucre la creación, administración y seguimiento de los canales digitales oficiales del sector turístico del destino Huila.	Nº de estrategias digitales diseñadas.					
11.1.1 Creación y/o fortalecimiento de oficinas municipales de turismo en los municipios con vocación turística del destino Huila.	Nº de municipios con oficinas de turismo.					
11.1.2 Fortalecimiento institucional de la Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila y del Consejo de Competitividad Turística promovidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Nº de mesas y consejos fortalecidos.					
11.2.1 Formulación o ajustes del Plan de Desarrollo	Nº de planes de turismo					

Capítulo 2 - Plan Estratégico

Huila

Turístico Departamental y de los planes de desarrollo turístico municipales de acuerdo con la vocación turística del destino Huila.	departamentales.					
	Nº de planes municipales de turismo ajustados.					
	Nº de planes de turismo municipales formulados y llevados a acuerdo.					
11.2.2 Formulación y adopción de la Política Pública de Turismo del destino Huila.	Nº de políticas públicas departamentales adoptadas.					

2.8. PLAN DE INVERSIONES POR FACTORES



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA

PLAN DE INVERSIONES POR FACTORES

(Cifras en millones de pesos)

PLAN ESTRATÉGICO DE HUILA

FACTOR ATRACCIÓN

(Cifras en millones de pesos)

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



OBJETIVO GENERAL: Consolidar los elementos esenciales (aspectos naturales, la cultura e historia, los eventos especiales, actividades de entretenimiento y ocio) y de equipamientos que atraen y motivan al turista o visitante a desplazarse al destino Huila.

(Cifras en millones de pesos)

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
1. Destino Huila: equipado para el turismo.	1.1 Construcción y adecuación de equipamientos en los municipios con vocación turística del destino Huila.	1.1.1 Construcción del teatro auditorio del centro de convenciones José Eustasio Rivera.	1 teatro auditorio en funcionamiento.	A. Adquisición de un nuevo lote para su construcción. B. Estudios de suelos, topografía y revisión y ajuste de diseños estructurales, arquitectónicos, urbanísticos, hidrosanitarios, eléctricos, presupuestales y de programación de obra; de implantación, impacto ambiental y movilidad. C. Gestiones para obtención de la licencia de construcción. D. Gestión de los recursos económicos para su construcción y dotación.	Departamento Administrativo de Planeación del Huila, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo	No de teatros en funcionamiento.
		1.1.2 Construcción Centro Ferial del Surcolombiano.	1 centro ferial para la ciudad de Neiva.	A. Gestiones para obtener licencia de construcción y plan de Implantación. B. Licitación para la construcción. C. Construcción y dotación.	Departamento Administrativo de Planeación del Huila, Despacho de la Gobernadora	No. de centros feriales en funcionamiento.
		1.1.3 Construcción y dotación del Parque de la Música Jorge Villamil Cordovés (concha acústica).	1 parque de la música construido.	A. Licitación de la fase 1. B. Construcción de la fase 1. C. Licitación de la fase 2. D. Ejecución de la fase 2. E. Gestión para la operación del proyecto.	Ministerio de Cultura, Departamento Administrativo de Planeación, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Alcaldía de Neiva.	No. de parques de la música construidos.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
				<p>A. Formular el proyecto del "Paseo del Centenario Agustiniiano" y "Museo Arqueológico de Cuarta Generación" para San Agustín.</p> <p>B. Adquisición de predios.</p> <p>C. Elaboración de guiones museográficos, estudios básicos, diseños arquitectónicos, estudios técnicos, diseños museográficos, estudios económicos.</p> <p>D. Gestión de recursos.</p> <p>E. Licitación.</p> <p>E. Construcción y dotación.</p> <p>F. Puesta en operación del "Paseo del Centenario Agustiniiano" y "Museo Arqueológico de Cuarta Generación" en San Agustín.</p> <p>G. Adquisición del predio para el Planetario de Villavieja "Padre Cielo".</p> <p>H. Actualización de estudios estructurales, arquitectónicos, técnicos, diseños museográficos y otros.</p> <p>I. Licencia de construcción.</p> <p>j. Licitación para construcción.</p> <p>K. Construcción y dotación del Planetario de Villavieja "Padre Cielo".</p> <p>C. Operación del Planetario de Villavieja.</p>	<p>Departamento Administrativo de Planeación, Alcaldías de los municipios, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.</p>	<p>No. de museos de cuarta generación en operación.</p>
		1.1.4 Construcción de museos de cuarta generación (Planetario de Villavieja, Parque -Museo de San Agustín).	2 museos en funcionamiento.			

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		1.1.5 Renovación del Parque Arqueológico de San Agustín en sus componentes museográficos y naturales.	1 parque arqueológico renovado.	<p>A. Gestión con el Instituto Colombiano de Antropología e Historia para el desarrollo del proyecto.</p> <p>B. Gestión de los recursos económicos.</p> <p>C. Ejecución del proyecto.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, ICANH, Alcaldía de San Agustín.	No. de parques arqueológicos renovados.
		1.1.6 Desarrollo del parque temático desierto de La Tatacoa.	2 de los proyectos del Parque Temático construidos y en operación.	<p>A. Ajustes y actualización del proyecto del Observatorio Solar y Jardín de la Astronomía de La Venta.</p> <p>B. Estudios económicos y gestión de recursos para su construcción.</p> <p>C. Compra de predios y licencia de construcción.</p> <p>D. Construcción y operación del Observatorio Solar y Jardín de la Astronomía de La Venta.</p> <p>E. Formulación del proyecto de renovación y mejoramiento del Observatorio Astronómico de El Cusco.</p> <p>F. Elaboración de estudios básicos, diseños arquitectónicos, estudios técnicos, estudios económicos.</p> <p>G. Licitación.</p> <p>H. Construcción y dotación.</p> <p>I. Operación del Observatorio Astronómico de El Cusco.</p> <p>J. Gestión para compra de predios y obtención de recursos para la construcción de las obras de urbanismo del predio Los Mangones.</p> <p>K. Gestión para obtención de recursos para los estudios y diseños del Museo de Ciencias Naturales de La Tatacoa y del sitio de excavación de La Venta.</p> <p>L. Gestión para obtención de recursos para los estudios y diseños del sendero de la Eclíptica y del Campo de Marte.</p> <p>M. Gestión para obtención de recursos para el guión, diseño museográfico y montaje del Museo Colonial en la Capilla de Villavieja.</p> <p>N. Gestión para obtención de recursos para los estudios y diseños del Club de Vuelo.</p> <p>O. Gestión para obtención de recursos para la restauración de la estación del ferrocarril de Villavieja y su utilización para el turismo.</p>	<p>Departamento Administrativo de Planeación, Despacho de la Gobernadora, Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento, Alcaldía de Villavieja</p> <p>Departamento Administrativo de Planeación, Despacho de la Gobernadora, Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento, Alcaldía de Villavieja</p>	No. de proyectos del Parque Temático "Desierto de la Tatacoa", construidos y en operación.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
				<p>A. Formulación del proyecto regional del multidestino del río Magdalena en el Alto Magdalena.</p> <p>B. Gestión del proyecto ante CORMAGDALENA, Fondo de Desarrollo Regional y Otros.</p> <p>C. Estudios para garantizar condiciones de navegabilidad turística y manejo ambiental-paisajístico de sus riberas.</p> <p>D. Gestión para la Capitanía de Puerto del Alto Magdalena.</p> <p>E. Diseños y estudios para el puerto de Aipe, y su vinculación al proyecto del Parque del Agua y del Petróleo.</p> <p>F. Actualización de diseños de puerto y espacio público de Fortalecillas.</p> <p>G. Actualización de atracciones del malecón y puertos de Neiva.</p> <p>H. Actualización de diseños y estudios del puerto y espacio público de Villavieja y ampliación del malecón desde el Puerto Nuevo hasta el Puerto Viejo.</p> <p>I. Gestión y operación del proyecto regional del multidestino del río Magdalena en el Alto Magdalena (navegación turística Huila, Tolima, C/marca).</p>	<p>Departamento Administrativo de Planeación, Despacho de la Gobernadora, Gobernaciones de Cundinamarca, Tolima y Huila, Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento, Municipios, Sena, Fundación Hocol</p>	<p>No. de Puertos del Río Magdalena en el Huila operando navegación turística en coordinación con puertos del Tolima</p>

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
2. Destino Huila: mágico pasado, maravilloso presente.	2.1 Estructuración del producto histórico cultural con base en la Arqueología, Astronomía, ferias y fiestas y gastronomía en el destino Huila.	2.1.1 Estructuración del producto cultural para la ciudad de Neiva con puesta en valor de los monumentos de Ciudad Villamil, Parque de Mitos y Leyendas y el Malecón.	2 rutas creadas.	<p>A. Identificación y análisis de los principales atractivos que se vincularán a la oferta.</p> <p>B. Identificación y análisis de las actividades a realizar en los atractivos.</p> <p>C. Análisis de la necesidad de infraestructura y servicios.</p> <p>D. Definición de la ruta.</p> <p>E. Elaboración del guion turístico con apoyo de la comunidad.</p>	Alcaldía de Neiva, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Sena.	No. de rutas creadas.
		2.1.2 Diferenciación de los parques arqueológicos de San Agustín e Isnos.	3 parques posicionados y diferenciados.	<p>A. Caracterización y valoración de los recursos naturales de los parques arqueológicos.</p> <p>B. Identificación de las diferencias y singularidades, tanto naturales como arqueológicas, de cada parque.</p> <p>C. Definición de una ruta que una los elementos singulares de cada parque.</p> <p>D. Desarrollo de los guiones interpretativos complementarios en tres idiomas y con participación de la comunidad.</p> <p>E. Realización del estudio de capacidad de carga de la ruta arqueológica.</p> <p>F. Diseño de una guía ambiental y cultural de la ruta arqueológica.</p> <p>G. Estudios, diseños y gestión del Museo y Parque Arqueológico de la COSMOVISIÓN, y del COLOR en la Cultura Agustiniana en el municipio de Isnos.</p> <p>H. Estudios, diseños y gestión del Parque Arqueológico del Poblado Yalcón en Morelia, municipio de Saladoblanco.</p>	ICANH, Alcaldías de municipios, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Gobernación del Huila.	No. de parques posicionados y diferenciados.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		2.1.3 Implementación del multiproducto del desierto de La Tatocoa , con los temas de astronomía, aventura, ecología e historia.	2 productos estructurados.	<p>A. Diseño de administración y operación del parque.</p> <p>B. Diseño de oferta cultural para el parque (música, danza, teatro, cuentería).</p> <p>C. Diseño de oferta gastronómica para el parque.</p> <p>D. Diseño de oferta artesanal y de souvenirs para el parque.</p> <p>E. Diseño de sistemas de transporte para el parque temático.</p> <p>F. Valoración ambiental de las áreas donde se puedan establecer sitios de acampada para los turistas y/o visitantes, en las zonas de amortiguación del Parque Regional Natural y diseño de infraestructuras de soporte.</p> <p>G. Diseño de guiones interpretativos para la oferta de ecología, aves y demás fauna, geológica, paleontológica, antropológica, celeste y de aventura presente en el desierto (para guías especializados y material de apoyo para turistas).</p> <p>H. Estructuración de un plan de mejoramiento para prestadores de servicios del casco urbano de Villavieja , con base en el diagnóstico, que incluya acompañamiento a los prestadores de servicios turísticos.</p>	<p>Departamento Administrativo de Planeación, Despacho de la Gobernadora, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Alcaldía de Villavieja, Sena, CAM.</p>	No. De productos estructurados.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		2.1.4 Estructuración del producto turístico de Tesalia y Paicol como parte de la ruta a Tierradentro.	1 producto estructurado	<p>A. Gestionar la coordinación del proyecto con el departamento del Cauca y formular y gestionar proyectos de interés común.</p> <p>B. Identificación y evaluación de la calidad de los servicios turísticos presentes en la zona.</p> <p>C. Estructuración de un plan de mejoramiento, con base en el diagnóstico, que incluya acompañamiento a los prestadores de servicios turísticos.</p>	Alcaldías de Tesalia y Paicol, alcaldías de municipios caucanos, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Gobernaciones del Huila y Cauca, Fundación Hocol, Sena.	No. de productos estructurados.
		2.1.5 Diseño del producto de brujas en La Jagua - Garzón.	1 producto creado.	<p>A. Identificación de las personas vinculadas a actividades de quiromancia y adivinación que formarán parte de la oferta.</p> <p>B. Identificación y evaluación de la calidad de los servicios turísticos presentes en la zona.</p> <p>C. Estructuración de un plan de mejoramiento, con base en el diagnóstico, que incluya acompañamiento a los prestadores de servicios turísticos.</p>	Alcaldía de Garzón, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Gobernación del Huila, Cortuhulla, Sena, Emgesa.	No. de productos estructurados.
		2.1.6 Fortalecimiento y consolidación de la oferta museística como complemento a la vocación histórica y cultural del departamento del Huila.	7 museos fortalecidos y consolidados	<p>A. Definición de las necesidades de inversión de los museos: Arqueológico regional, Jorge Villamil, Sanjuanero Huilense, Arte Contemporáneo en Neiva; Paleontológico de Villavieja y Obando y Arqueológico en San Agustín.</p> <p>B. Identificación de posibles fuentes de financiación.</p> <p>C. Estructuración de proyectos para presentar a las fuentes de financiación identificadas.</p>	Alcaldía de Neiva, Villavieja, San Agustín, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.	No. de museos fortalecidos y consolidados.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		2.1.7 Fortalecimiento de las ferias y fiestas de los municipios vinculados a los clúster, microclúster, rutas y circuitos del destino Huila.	6 municipios fortalecidos.	<p>A. Evaluación de la tradición y representatividad de las ferias y fiestas.</p> <p>B. Establecimiento de planes de mejora de las ferias y fiestas que permitan recuperar tradiciones perdidas.</p> <p>C. Definición de mecanismos de financiación de las ferias y fiestas.</p>	Alcaldías de los municipios con vocación turística y fiestas institucionalizadas, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.	No. de municipios fortalecidos.
		2.1.8 Fortalecimiento de la gastronomía como atractivo turístico del destino Huila.	1 cadena valor de gastronomía articulada dentro de la oferta turística.	<p>A. Realización de un inventario de la oferta gastronómica tradicional del Huila.</p> <p>B. Identificación de la oferta gastronómica tradicional en peligro de desaparecer.</p> <p>C. Promoción para la elaboración de platos tradicionales entre los restaurantes típicos del destino Huila.</p> <p>D. Creación de un concurso de gastronomía tradicional.</p> <p>E. Mejoramiento de las buenas prácticas de manufactura de los restaurantes típicos.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Asociación de bares y restaurantes de Neiva.	No. de cadenas de valor articuladas.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
	2.2 Estructuración de productos de naturaleza para el destino Huila.	2.2.1 Fortalecimiento del producto agroturístico para la Ruta Garzón - Gigante.	1 producto agroturístico fortalecido.	<p>A. Determinación de las necesidades de infraestructura y/o servicios de las fincas vinculadas a la actividad agroturística.</p> <p>B. Elaboración de un plan de adecuaciones físicas y de calidad de acuerdo con el diagnóstico realizado a cada finca.</p> <p>C. Estructuración de un proyecto dirigido al Fondo de Promoción Turística para apoyar los requerimientos relacionados con la mejora de la calidad.</p> <p>D. Ejecución del proyecto.</p>	Alcaldías de Garzón y Gigante, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Gobernación del Huila, CortuHuila, Sena, Emgesa, Comité Departamental de Cafeteros.	No. de productos agroturísticos fortalecidos.
		2.2.2 Establecimiento de rutas ambientales para turismo de naturaleza en el corredor biológico Guácharos - Puracé.	1 ruta diseñada.	<p>A. Caracterización ambiental del corredor biológico Guácharos - Puracé.</p> <p>B. Identificación de las actividades a desarrollar en el corredor biológico.</p> <p>C. Identificación de las reservas de la sociedad civil localizadas en el corredor biológico.</p> <p>D. Caracterización de los productos y servicios que ofrecen cada una de las reservas.</p> <p>E. Estructuración de un plan de mejoramiento, con base en el diagnóstico, que incluya acompañamiento a los propietarios de las reservas de la sociedad civil presentes en el corredor biológico.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Unidad de Parques, Ministerio de Ambiente, CAM, municipios del área de influencia del corredor (Acevedo, Palestina, Pitalito, San Agustín e Isnos).	No. de rutas diseñadas

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

COSTO APROXIMADO POR ACTIVIDAD	BASE DE CÁLCULO	1	2	4	5	6	15	16	17	18	19	20	21	TOTAL
45	Se estima la contratación de una consultoría especializada	31,50		4,50	4,50		2,25						2,25	45
	Este trabajo ya lo ha adelantado la CAM													
14	Se estima la contratación de un profesional por tres meses a razón de 4,5 M por mes	7,00		5,60	1,40									14
54	Se estima la contratación de un profesional para realizar el acompañamiento a razón de 4.5 M x mes durante un año		27,00					27,00						54

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
				A. Elaboración de estudio de prefactibilidad		
		2.2.3 Creación y construcción del Parque Turístico del Macizo Colombiano	1 estudio de prefactibilidad elaborado. 1 parque construido.	B. Elaboración del estudio de factibilidad, diseño arquitectónico y estudios técnicos del proyecto.	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, CAM, Fundación del Macizo Colombiano, Alcaldía de Pitalito, Comité Cívico de Bruselas, Cámara de Comercio de Neiva, Sena, Cormagdalena, Federación de Cafeteros, CORHUILA y Confamiliar del Huila.	No. de estudios de prefactibilidad diseñados. No. de parques construidos.
				C. Gestión de los recursos para la construcción del parque.		

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		2.2.4 Preparación de la comunidad para aprovechar turísticamente la represa del Quimbo.	50 personas capacitadas y acompañadas de los municipios del área de influencia del proyecto. 2 Actividades turísticas incluída en el plan regional del Quimbo.	<p>A. Realización de un estudio para determinar las actividades turísticas que podrán desarrollarse en la represa - Participación del sector turístico en la elaboración de los planes de ordenamiento territorial regionales y municipales.</p> <p>B. Identificación entre los residentes de los municipios afectados por el Quimbo, de aquellas personas interesadas en vincularse a actividades turísticas.</p> <p>C. Estructuración de un plan de capacitación y acompañamiento dirigido a las personas interesadas en vincularse a la oferta de servicios turísticos.</p> <p>D. Realización de la capacitación y el acompañamiento.</p> <p>E. Inclusión de los requerimientos de ordenamiento territorial en la actividad turística del plan regional del Quimbo.</p>	<p>Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, CAM, Alcaldías de Garzón, Gigante, Agrado, Altamira, Paicol y Tesalia, Cámara de Comercio de Neiva, Sena, Cormagdalena, EMGESA.</p>	No. de personas capacitadas y acompañadas para aprovechar turísticamente la represa.
		2.2.5 Estructurar producto de avistamiento de aves en el destino Huila.	1 producto creado.	<p>A. Revisión de los estudios realizados sobre aves del departamento.</p> <p>B. Priorización de las áreas para observación de aves teniendo en cuenta accesibilidad y endemismos.</p> <p>C. Elaboración de una guía de observación de aves para las áreas priorizadas.</p> <p>D. Estructuración de un programa de formación para guías especializados en avistamiento de aves.</p>	<p>Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, CAM.</p>	No. de productos creados.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

COSTO APROXIMADO POR ACTIVIDAD	1	2	4	5	6	15	16	17	18	19	20	21	TOTAL
15									15,00				15
180									180,00				180
44							22,00						44

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
	2.3 Desarrollo del turismo de congresos, eventos e incentivos en el Destino Huila.	2.3.1 Desarrollo del glamping (camping de alto nivel para incentivos) en la zona de amortiguación del desierto de La Tatocoa y otros.	1 producto creado.	<p>A. Determinación de las necesidades de infraestructura para poder ofertar el glamping.</p> <p>B. Articulación de los prestadores de servicios turísticos a la oferta de glamping.</p> <p>C. Capacitación a los prestadores de servicios en el manejo del glamping</p>	Alcaldía de Villavieja, alcaldías municipales, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Gobernación del Huila, Sena, CAM.	No. de productos creados.
		2.3.2 Conformación del club de producto de congresos, eventos e incentivos.	1 club de producto creado y en funcionamiento.	<p>A. Identificación de la oferta de espacios para la realización de congresos y convenciones en Neiva.</p> <p>B. Determinación de las necesidades de adecuación de la oferta identificada.</p> <p>C. Gestión de recursos para las adecuaciones de los recintos de carácter público.</p> <p>D. Soporte a los empresarios para el trámite de créditos requeridos para las adecuaciones de sus instalaciones.</p> <p>E. Concesión a una empresa especializada en congresos y eventos de las infraestructuras del centro de convenciones, recinto ferial y teatro Pigoanza.</p> <p>F. Conformación del club de producto de congresos y convenciones y definición de su plan de trabajo.</p>	Gobernación del Huila, Alcaldía de Neiva, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Comfamiliar del Huila, Cámara de Comercio de Neiva, Cotelco, Fenalco, Sena.	No. de clubes de eventos e incentivos en funcionamiento.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
	2.4 Desarrollo de productos de turismo de aventura para el destino Huila.	2.4.1 Fortalecimiento del producto de aventura en los ríos Magdalena y Páez involucrando solamente prestadores certificados y fortalecimiento de operadores de otras modalidades de turismo de aventura.	10 operadores de turismo de aventura certificados. 1 producto de aventura creado o actualizado.	<p>A. Definición de rutas y atractivos para la práctica de actividades de aventura.</p> <p>B. Valoración ambiental de los atractivos seleccionados.</p> <p>C. Identificación de los prestadores de servicios turísticos de aventura.</p> <p>D. Evaluación de las condiciones de seguridad que cumplen los operadores de aventura con base en las Normas Técnicas Sectoriales.</p> <p>E. Establecimiento de planes de mejora de los operadores de aventura a la luz del diagnóstico efectuado.</p> <p>F. Certificación de los prestadores.</p> <p>G. Identificación de actividades de turismo en torno al río Magdalena.</p>	Alcaldías de Neiva, San Agustín, Pitalito, Timaná, Tarqui, Tesalia, Paicol, Palermo, Villavieja y Aipe, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Gobernación del Huila, Sena, Fundación HOCOL.	No. de operadores de turismo de aventura sobre agua certificados. No. De productos creados o actualizados.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
	2.5 Estructuración del producto de ocio, recreación y bienestar para el destino Huila.	2.5.1 Revisión, ajuste y/o diseño de actividades en Yaguará - embalse de Betania, Palermo y Rivera.	2 actividades revisadas y mejoradas.	<p>A. Determinación de las actividades a realizar en los atractivos identificados.</p> <p>B. Caracterización ambiental de los atractivos usados para la realización de actividades de ocio y recreación.</p> <p>C. Realización de estudios de capacidad de carga de los atractivos vinculados a la oferta de ocio y recreación.</p> <p>D. Realización de estudios fisicoquímicos del agua del embalse como soporte para las actividades acuáticas y oferta gastronómica.</p> <p>E. Establecimiento de las necesidades de infraestructura y servicios en los atractivos identificados tomando como parámetro la capacidad de carga definida.</p> <p>F. Gestión de los recursos para la adecuación de los atractivos a cargo del sector público.</p> <p>G. Soporte a los empresarios para el trámite de créditos requeridos para las adecuaciones de sus instalaciones.</p>	Alcaldías de Neiva, Yaguará, Palermo, Rivera, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Gobernación del Huila, Sena, Fundación HOCOL, Comfamiliar del Huila.	No. de actividades mejoradas.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		2.5.2 Revisión del producto de bienestar alrededor de los termaleros de Rivera.	1 producto de bienestar revisado y en operación.	<p>A. Realización de un inventario de la oferta termal del municipio de Rivera.</p> <p>B. Evaluación de la oferta termal a la luz de los requerimientos del producto de bienestar en torno al termalismo.</p> <p>C. Determinación de las inversiones requeridas por los emprendimientos termaleros para alcanzar los estándares establecidos para el producto de bienestar.</p> <p>D. Soporte a los empresarios para el trámite de créditos requeridos para las adecuaciones de sus instalaciones.</p>	<p>Gobernación del Huila, Alcaldía de Rivera, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Sena, Comfamiliar del Huila.</p>	No. de productos de bienestar en operación.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

ATRACCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



Posible Fuentes de Financiación	
1.Fondo de Promoción Turística	622,6
2.Mincomercio/Viceturismo	85,5
4.Gobernación del Huila	445,2
5.Alcaldías municipales	54,7
6.Cámara de Comercio de Neiva	23,6
15.Comité Departamental de Cafeteros del Huila	24,3
16.Corporación Autónoma regional-CAM	159,0
17.Cormagdalena	260,0
18.Emgesa	345,0
19.Fundación HOCOL	2,3
20.ICANH	3,7
21.Aliados del sector privado	8,3
TOTAL FACTOR ATRACCIÓN	2.034,0

PLAN ESTRATÉGICO DE HUILA

FACTOR SOPORTE

(Cifras en millones de pesos)

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

OBJETIVO GENERAL: Determinar las condiciones básicas que inciden en la mejora y efectividad de los factores de soporte y facilitadores en el Destino Huila, dirigidos a satisfacer las necesidades de los turistas.

(Cifras en millones de pesos)

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
3. Destino Huila: conectado con el mundo.	3.1 Destino Huila: turísticamente accesible	3.1.1 Adecuación, construcción y mantenimiento de vías para la conectividad turística en el destino Huila.	46,8 km de vías secundarias del circuito turístico del sur y otros, pavimentados.	<p>A. Gestión ante la Secretaría de Vías para la priorización de los tramos.</p> <p>B. Gestión de los recursos económicos que se requieren.</p> <p>C. Establecimiento de un comité de seguimiento.</p> <p>D. Involucramiento de las comunidades beneficiarias.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Secretaría de Vías e Infraestructura, municipios con vocación turística interesados.	No. de kilómetros de la red secundaria pavimentados
		3.1.2 Mejoramiento de la infraestructura aérea del destino Huila.	<p>Aeropuerto Contador de Pitalito en funcionamiento.</p> <p>1 aerolínea comercial realizando vuelos a Pitalito.</p> <p>2 frecuencias nuevas al destino Huila (Neiva y Pitalito).</p>	<p>A. Gestión para la realización de un estudio de demanda potencial del aeropuerto Contador de Pitalito y de una posible pista alterna en San Agustín.</p> <p>B. Realización de un diagnóstico de necesidades de infraestructura del aeropuerto Contador.</p> <p>C. Elaboración de un presupuesto de las necesidades de inversión requerida en el aeropuerto Contador.</p> <p>D. De acuerdo con los resultados del análisis de la demanda potencial del aeropuerto Contador, gestión para la vinculación de aerolíneas con vuelos comerciales y las inversiones requeridas por parte de la Aeronáutica Civil.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Secretaría de Vías e Infraestructura, Alcaldía de Neiva y de Pitalito, Aeronáutica Civil, Cámara de Comercio de Neiva.	<p>No. De aeropuertos en funcionamiento.</p> <p>No. De aerolíneas comerciales realizando vuelos a Pitalito.</p> <p>No. De frecuencias al destino Huila.</p>

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		3.1.3 Construcción, mejoramiento y adecuación de muelles y embarcaderos en el Destino Huila.	3 muelles y embarcaderos sobre el río Magdalena en funcionamiento.	<p>A. Actualización o elaboración de estudios, diseños y presupuestos de construcción de los muelles y embarcaderos en San Agustín, Neiva (Fortalecillas) y Villavieja).</p> <p>B. Elaboración de proyectos para gestionar recursos ante el Fondo de Desarrollo Regional y el Fondo de Promoción Turística para construcción o adecuación de los muelles y embarcaderos.</p> <p>C. Gestión de los recursos con CORMAGDALENA.</p>	<p>Departamento Administrativo de Planeación, Cormagdalena, Alcaldías de Neiva, Villavieja y San Agustín, CAM</p>	No. de embarcaderos y muelles en funcionamiento.
		3.1.4 Mejoramiento y adecuación de senderos para el turismo en los municipios con vocación turística del destino Huila.	5 senderos turísticos mejorados y adecuados.	<p>A. Levantamiento de un inventario de senderos.</p> <p>B. Priorización de los senderos que se van a atender.</p> <p>C. Gestión de los recursos económicos.</p> <p>D. Involucramiento de las comunidades beneficiarias.</p>	<p>Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, municipios con vocación turística, CAM, Comité de Cafeteros</p>	No. de senderos turísticos mejorados y adecuados.
		3.1.5 Señalización turística vial, urbana, peatonal e interpretativa para el destino Huila.	1 programa de señalización turística definido e implementado. 4 vías secundarias y terciarias con señalización turística.	<p>A. Realización de un estudio de actualización de georreferenciación, ubicación y costos de las señales requeridas.</p> <p>B. Realización de un proceso de concertación interinstitucional para la señalización turística.</p> <p>C. Estructuración de un proyecto de apadrinamiento de las señales, que permita su financiación y mantenimiento.</p>	<p>Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Inviás, Secretaría de Vías e Infraestructura, Departamento Administrativo de Planeación, Fondo de Promoción Turística, prestadores de servicios turísticos, propietarios de atractivos turísticos.</p>	No. de programas de señalización turística implementados. No. de vías secundarias y terciarias señalizadas.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		3.1.6 Implementación de puntos de información turística articulados a la red de PIT.	3 Puntos de Información Turística en funcionamiento.	<p>A. Identificación de los destinos en los que deben ubicarse los PIT.</p> <p>B. Determinación del presupuesto requerido para la construcción de los PIT.</p> <p>C. Establecimiento del presupuesto de funcionamiento de los PIT y determinación de la entidad que lo tendrá a cargo.</p> <p>D. Preparación de un proyecto para buscar cofinanciación del Fondo de Promoción Turística.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Cámara de Comercio de Neiva, Fondo de Promoción Turística, Alcaldías de los municipios con vocación turística.	No. de PIT implementados y articulados a la red.
		3.1.7 Adecuación de la infraestructura y planta turística para personas en condición de discapacidad.	1 municipio con infraestructura y planta turística para personas en condición de discapacidad.	<p>A. Realización de un inventario de las necesidades de adecuación de infraestructura y planta turística para atención de personas en condición de discapacidad, según las normas vigentes sobre la materia.</p> <p>B. Elaboración de un presupuesto del costo de las adecuaciones requeridas</p> <p>C. Selección del municipio piloto para realizar las adecuaciones.</p> <p>D. Gestión de los recursos para las adecuaciones de la infraestructura de carácter público.</p> <p>E. Soporte a los empresarios para el trámite de créditos requeridos para las adecuaciones de sus instalaciones.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Departamento administrativo de Planeación, Alcaldía Municipal de San Agustín.	No. De municipios con infraestructura para personas en condición de discapacidad.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		3.1.8 Diseño y construcción de un parador de transportes para el municipio de San Agustín.	1 estudio de prefactibilidad. 1 estudio de diseños arquitectónicos 1 parador de transporte en San Agustín en funcionamiento	<p>A. Gestión de la realización de un estudio de factibilidad del proyecto.</p> <p>B. Gestión para la elaboración de los diseños del parador.</p> <p>C. Estructuración de un proyecto para gestionar recursos ante el Fondo Nacional de Regalias.</p>	Gobernación del Huila, Departamento Administrativo de Planeación, Alcaldía de San Agustín.	No. de estudios diseñados. No. de paradores de transporte en funcionamiento
		3.1.9. Construcción, mejoramiento y adecuación de malecones de los municipios portuarios del río Magdalena en el departamento del Huila.	4 malecones (Neiva, Yaguará, Aipe y Villavieja) recuperados.	<p>A. Identificación de las necesidades de adecuación del malecón de Yaguará y de otros municipios portuarios.</p> <p>B. Gestión de los recursos económicos para construcción y mejoramiento de malecones.</p> <p>C. Construcción y operación turística de malecones.</p>	Departamento Administrativo de Planeación, Alcaldías de Neiva, Aipe, Yaguará y Villavieja, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Cormagdalena-	No. de malecones recuperados y en operación.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

COSTO APROXIMADO POR ACTIVIDAD	BASE DE CÁLCULO	1	4	5	6	8	9	10	14	15	16	17	18	21	TOTAL
30	Se tomaron como base los valores ejecutados para el estudio de factibilidad, diseños y construcción del Terminal del municipio de Honda-Tolima. Valor indicativo, al no tratarse de una inversión exclusivamente turística, no se suma al costo del presente plan.														
50															
7.000															
4.88	Se estima un promedio de 1.200 millones por malecón.		1.872	528	1.872						528				4.272

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
	3.2 Destino Huila: turísti- camente digital	3.2.1 Creación y puesta en marcha de un observatorio turístico para el destino Huila.	1 Observatorio turístico creado y en funcionamiento	A. Estructuración de la Cuenta Satélite de Turismo del Huila	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Dane, municipios, Viceministerio de Turismo, COTELCO, ANATO, Sena, Universidades, Cámara de Comercio de Neiva.	No. de observatorios turísticos en operación.
				B. Promoción de acuerdos de cooperación entre la Secretaría de Cultura y Turismo Departamental y las fuentes de información, para que éstas la suministren de manera oportuna y regular.		
		3.2.2 Dotación de cajeros electrónicos en los municipios con vocación turística del destino Huila (especialmente San Agustín y Villavieja).	5 nuevos cajeros electrónicos en funcionamiento	C. Generación de un boletín semestral de estadísticas de turismo departamental. D. Diseño de una plataforma tecnológica en donde se pueda interactuar y presentar la información estadística del sector. E. Promoción de acuerdos de cooperación entre la Secretaría de Cultura y Turismo Departamental, el Viceministerio de Turismo, SENA y sector privado, para la operación de la Cuenta Satélite de Turismo.	Alcaldías municipales, gremios como COTELCO y gestión de prestadores de servicios turísticos.	No. de nuevos cajeros electrónicos en funcionamiento.
		3.2.3 Fortalecimiento de los corredores digitales implementados por el Programa Huila Digital en 6 municipios del destino Huila.	6 corredores digitales fortalecidos en igual número de municipios.	A. Evaluación del estado actual de cada corredor y del impacto en los principales atractivos turísticos. B. Definición de un plan de trabajo y compromisos por parte de los municipios.	Gobernación del Huila, IncubarHuila, Ministerio de TIC, Alcaldías de los municipios de Neiva, Palermo, Garzón, la Plata, Pitalito y San Agustín.	No. de corredores digitales fortalecidos. No. de municipios beneficiados. No. de atractivos turísticos cubiertos. No. De personas beneficiadas.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
4. Con seguridad el Huila.	4.1 Mejoramiento de las condiciones generales de seguridad en los clúster, micro clúster, rutas y circuitos del destino Huila.	4.1.1 Fortalecimiento del Consejo Departamental de Seguridad Turística del Huila para hacer frente a los niveles de riesgo y contingencias en la operación turística.	1 Consejo de Seguridad comprometido y actuante.	A. Identificación de los requerimientos del proyecto nacional de banda ancha que promueve el Ministerio de TIC.	Gobernación del Huila, Ministerio de TIC, alcaldías de los municipios con vocación turística.	No. de municipios conectados a través de la red de fibra óptica.
				B. Estructuración de un plan de inversiones necesarias para atender los requerimientos planteados por el Ministerio de TIC.		
				C. Vinculación al proyecto nacional de banda ancha que promueve el Min TIC.		
				D. Gestión de los recursos económicos que se requieren.		
				A. Identificación nuevamente de los actores.	Integrantes del Consejo de Seguridad Turística, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Policía de Turismo.	No de actores vinculados en el consejo.
			B. Revisión de la estructura institucional que existe actualmente.			
			C. Diseño de un reglamento operativo y administrativo.			

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		4.1.2 Aumento del pie de fuerza de la Policía de Turismo en el destino Huila.	12 municipios con vocación turística con Policía de Turismo conformada y fortalecida. 20 policías de turismo operando en el destino Huila.	<p>A. Concertación institucional.</p> <p>B. Gestión para levantar diagnóstico operativo de la Policía de Turismo.</p> <p>C. Diseño de un plan de mejoramiento.</p> <p>D. Presentación de propuesta operativa y de monitoreo del plan.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, oficinas de turismo de los municipios con vocación turística, Policía Nacional Secretaría de Gobierno, Cotelco, Fenalco, Mesa Sectorial de Turismo, JAC y JAL comunitarias.	No. de municipios con Policía de Turismo. No. de policías de turismo en el departamento.
		4.1.3 Ejecución y seguimiento del Programa para la prevención y solución de la ESCNNA (explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes), asociada con las actividades turísticas en el destino Huila.	1 programa en ejecución. 10 talleres realizados.	<p>A. Ejecución de talleres para identificar la magnitud de la problemática en el destino.</p> <p>B. Análisis y definición del programa a ejecutar.</p> <p>C. Seguimiento al programa.</p>	Viceministerio de Turismo, Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, ICBF, alcaldías municipales con vocación turística, gremios, Policía Nacional y de Turismo.	No. de programas en ejecución. No. de talleres realizados.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
5. El Huila eres tú.	5.1 Mejoramiento de la actitud del huilense frente al turista que visita el destino Huila.	5.1.1 Sensibilización y capacitación a la comunidad receptora de los municipios con vocación turística sobre cultura turística y ciudadana en el destino Huila, entendiendo el turismo como actividad productiva que genera desarrollo económico y social.	12 municipios con vocación turística atendidos. 2400 huilenses sensibilizados y capacitados.	<p>A. Identificación de los actores.</p> <p>B. Diseño de la propuesta de sensibilización y capacitación.</p> <p>C. Ejecución de la propuesta.</p> <p>D. Evaluación y seguimiento a la propuesta.</p> <p>E. Sensibilización a la ciudadanía sobre los beneficios e impactos positivos y negativos del turismo como actividad económica.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, oficinas de turismo de los municipios, Policía de Turismo, JAC, JAL, universidades, Sena Colegios Amigos del Turismo, Fenalco; Cámara de Comercio de Neiva.	No. de municipios sensibilizados y capacitados. No. de huilenses sensibilizados y capacitados.
		5.1.2 Participación y vinculación de la comunidad receptora en la planeación y desarrollo turístico del Destino Huila.	12 municipios con vocación turística atendidos con las JAC y JAL conformadas e incluidas en los comités de turismo.	<p>A. Concertación institucional.</p> <p>B. Conformación del comité de trabajo.</p> <p>C. Desarrollo del plan operativo del comité comunitario.</p> <p>D. Inclusión del trabajo en mesas sectoriales.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, oficinas de turismo de los municipios con vocación, Policía de turismo, Casas de la cultura, JAC, JAL, Universidades, Sena Colegios Amigos del Turismo, Fenalco.	No. De municipios atendidos. Porcentaje de destinos turísticos con JAC y JAL vinculados a los comités de turismo.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		5.1.3 Capacitación para el conocimiento y apropiación del territorio, los atractivos turísticos y la oferta de prestadores de servicios turísticos del Destino Huila por parte de la comunidad receptora.	12 municipios con vocación turística atendidos. 2400 huilenses apropiados de la riqueza turística de su territorio.	<p>A. Identificación de los actores.</p> <p>B. Diseño de la propuesta de capacitación.</p> <p>C. Ejecución de la propuesta.</p> <p>D. Evaluación y seguimiento a la propuesta.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, oficinas de turismo de los municipios, Policía de turismo, JAC, JAL, Universidades, Sena Colegios Amigos del Turismo, Fenalco; Cámara de Comercio de Neiva	No. De municipios capacitados. No. De huilenses apropiados de la riqueza turística de su territorio.
	5.2 Recuperación y amueblamiento del espacio público urbano para el turismo en los municipios con vocación turística del destino Huila.	1.2.1 Embellecimiento de los municipios de Villavieja, San Agustín e Isnos.	3 municipios embellecidos.	<p>A. Realización de un inventario de fachadas en las zonas que se decida embellecer para precisar los metros cuadrados de las mismas.</p> <p>B. Firma de un convenio con una empresa de pinturas para lograr descuentos por volumen.</p> <p>C. Ejecución de una campaña conjuntamente con las JAC para pintar las fachadas seleccionadas.</p> <p>D. Ejecución de una campaña conjuntamente con las JAC para de plantas en los jardines, separadores y entradas de los municipios.</p>	Departamento Administrativo de Planeación, Despacho de la Gobernadora, Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento, Municipios de San Agustín, Villavieja e Isnos, Sena.	No. De municipios con renovación urbana.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
6. Destino Huila: ordenado y sostenible para el turismo.	6.1 Mejoramiento del ordenamiento territorial y uso apropiado de áreas turísticas de los municipios con vocación turística en el Destino Huila.	6.1.1 Apoyo a municipios en reglamentación y manejo de aprovechamiento económico del espacio público, incluidas ventas informales. Aplica para todos los municipios vinculados y prioritariamente en Neiva y San Agustín.	12 municipios apoyados.	A. Coordinación con autoridades municipales para revisar lo existente en esta materia de normas y acciones concretas.	Departamento Administrativo de Planeación, Oficinas municipales de planeación y de gobierno de los municipios con vocación, CAM.	No. De municipios apoyados.
				B. Gestión para la consecución de recursos para la ejecución del proyecto		
C. Planteamiento de programas y proyectos que apoyen el cumplimiento de la misma y del objetivo de recuperación y mejoramiento del espacio público.						
D. Concertación con actores públicos y privados vinculados.						
E. Adopción de las normas por parte de las autoridades competentes.						
				A. Revisión preliminar de vigencias de los planes de ordenamiento territorial de los municipios.	Departamento Administrativo de Planeación, Oficinas municipales de planeación de los municipios con vocación, CAM.	No. De municipios apoyados.
			B. Identificación de los impactos negativos que el turismo genera o puede llegar a generar en el territorio.			
			C. Identificación de los planteamientos que necesita el turismo para ser propuestos en la revisión de los planes.			
			D. Gestión con la oficina de planeación o con la instancia encargada de la revisión del plan.			
		6.1.2 Articulación del planeamiento turístico con la planificación y el ordenamiento territorial (planes, planes básicos y esquemas de ordenamiento territorial municipales, y planes de ordenamiento departamental) en los municipios con vocación turística.	12 municipios apoyados.			

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		6.1.3 Construcción de zonas de estacionamiento o y espacios públicos en zona de acceso al Parque Arqueológico de San Agustín y en Villavieja.	2 Zonas de estacionamiento o diseñadas y construidas.	<p>A. Revisión de los Planes de Ordenamiento Territorial.</p> <p>B. Elaboración diseños.</p> <p>C. Gestión de recursos económicos.</p>	Departamento Administrativo de Planeación, Oficinas municipales de planeación de los municipios con vocación, CAM.	No. De zonas de estacionamiento diseñadas y construidas.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila SOPORTE

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



Posible Fuentes de Financiación	
1.Fondo de Promoción Turística	643,9
4.Gobernación del Huila	4.393,9
5.Alcaldías municipales	633,1
6.Cámara de Comercio de Neiva	1.872,0
8.Fondo Nacional de Regalías	2.050,6
9.SENA	18,6
10.Entidades educativas	53,7
14.Infihuila	20,2
15.Comité Departamental de Cafeteros del Huila	46,9
16.Corporación Autónoma regional-CAM	756,3
17.Cormagdalena	264,0
18.Emgesa	206,3
21.Aliados del sector privado	9,8
TOTAL FACTOR SOPORTE	10.969,0

PLAN ESTRATÉGICO DE HUILA

FACTOR PRODUCCIÓN

(Cifras en millones de pesos)

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

PRODUCCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

OBJETIVO GENERAL: Fortalecer la estructura productiva y empresarial de los prestadores de servicios turísticos en el Destino Huila

(Cifras en millones de pesos)

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
7. Destino Huila: una gran empresa turística.	7.1 Fortalecimiento de la cadena de valor turística en los cluster, microcluster, rutas y circuitos identificados en el Destino Huila.	7.1.1 Fomento al trabajo cooperado, como valor diferencial del destino Huila.	10 asociaciones creadas o fortalecidas.	<p>A. Identificación de los inconvenientes que impiden el trabajo asociado.</p> <p>B. Identificación de las asociaciones que promueven el turismo en el destino.</p> <p>C. Formulación de un proyecto para la articulación empresarial turística.</p> <p>D. Gestión de recursos para la ejecución del proyecto.</p> <p>E. Puesta en marcha del proyecto.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo	No. De asociaciones creadas o fortalecidas.
		7.1.2 Consolidación de los agentes de turismo receptivo, como principales operadores del Destino Huila.	15 operadores turísticos fortalecidos.	<p>A. Identificación de las deficiencias en la operación de los agentes.</p> <p>B. Identificación de las necesidades requeridas por los operadores para la estructuración de ofertas del destino.</p> <p>C. Formulación de un proyecto para asistir a los operadores en la estructuración eficiente de paquetes turísticos</p> <p>D. Consecución de los recursos para ejecutar el proyecto.</p> <p>E. Implementación del proyecto.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo	No. De operadores de servicios turísticos fortalecidos.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila PRODUCCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

COSTO APROXIMADO POR ACTIVIDAD	BASE DE CÁLCULO	1	2	3	4	5	6	7	9	11	18	19	20	21	22	TOTAL
162	Se estima crear y/o fortalecer tres (3) procesos asociativos por año (en promedio de 30 socios cada una). Consultoría especializada por 6 meses a razón de \$9 millones mensuales, a partir del segundo año de ejecución del plan; se requieren dos consultores por año..			113,4			8,1			16,2	16,2	8,1				162
24	Se estima atender 5 agencias por año, a partir del segundo año de ejecución del plan. Consultoría especializada por 4 meses a razón de \$2 millones mensuales, a partir del segundo año de ejecución del plan.	19,2													4,8	24

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

PRODUCCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
				<p>A. Identificación de los sectores económicos que aporten al encadenamiento productivo del turismo.</p> <p>B. Identificación de estructuras organizativas de la comunidad con posibilidad de vincularse a las ofertas turísticas del destino.</p> <p>C. Identificación de las necesidades del empresariado turístico en materia de proveeduría de bienes y servicios.</p> <p>D. Estructuración de un programa que permita el encadenamiento productivo entre sectores.</p> <p>E. Acompañamiento bajo esquemas de asistencia técnica a organizaciones comunitarias y abastecedores, que den respuesta a las necesidades del empresariado turístico.</p> <p>F. Suscripción de alianzas que permitan consolidar los encadenamientos.</p> <p>G. Estructuración de un sistema de seguimiento y control que garantice la permanencia de las alianzas.</p>	<p>Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Cámara de Comercio</p>	<p>No. De empresas asistidas</p>
		7.1.3 Impulso a la vinculación de otros sectores económicos a la cadena de valor turística en el Destino Huila.	30 empresas asistidas.			
		7.2.1 Apoyo a la formalización empresarial turística de los prestadores de servicios turísticos en el Destino Huila.	100 empresas formalizadas.	<p>A. Identificación de los prestadores de servicios turísticos informales.</p> <p>B. Realización de jornadas de divulgación de los beneficios de la formalización y de la reglamentación turística.</p> <p>C. Acompañamiento a empresarios informales hasta lograr la formalización.</p>	<p>Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Alcaldías de los municipios con vocación, prestadores de servicios turísticos, Cámara de Comercio de Neiva.</p>	<p>No. De empresas formalizadas.</p>
7.2	Formalización turística, sinónimo de competitividad en el Destino Huila.					

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

PRODUCCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
8. Destino Huila: con calidad excepcional.	8.1 Estímulo a la prestación de servicios con alto componente de calidad en los cluster, microcluster, rutas y circuitos identificados en el Destino Huila.	8.1.1 Implementación de procesos de calidad y sostenibilidad al interior de las empresas turísticas en el Destino Huila.	60 prestadores de servicios turísticos certificados.	<p>A. Promoción de las NTS y de sostenibilidad, a través de jornadas de capacitación.</p> <p>B. Identificación de los empresarios dispuestos a incorporar estándares de calidad y de sostenibilidad en la prestación de sus servicios.</p> <p>C. Formulación de un proyecto que permita, a partir de un diagnóstico estructurar planes de mejoramiento.</p> <p>D. Puesta en marcha los planes de mejoramiento mediante asistencia técnica.</p> <p>E. Identificación de los empresarios asistidos, dispuestos a alcanzar la certificación.</p> <p>F. Estructuración de un proyecto con destino al Fondo de Promoción Turística para la certificación de las empresas turísticas identificadas.</p> <p>G. Certificación de las empresas asistidas.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Alcaldías de los municipios con vocación, prestadores de servicios turísticos, Cámara de Comercio de Neiva, Cotelco, empresas certificadoras, Sena.	No. Prestadores de servicios turísticos certificados.
		8.1.2 Mejora de la gestión empresarial turística en las empresas prestadoras de servicios en el Destino Huila.	60 prestadores de servicios turísticos fortalecidos	<p>A. Estructuración de un proyecto que permita incorporar buenas prácticas en la operación de las empresas turísticas, mediante asesoría personalizada.</p> <p>B. Gestión de los recursos para la ejecución del proyecto.</p> <p>C. Implementación del proyecto.</p> <p>D. Realización de jornadas financieras en coordinación con el gobierno nacional y las entidades crediticias para difundir las exenciones tributarias, facilidades de crédito y acceso al mismo.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, prestadores de servicios turísticos, Cámara de Comercio de Neiva, Cotelco, Sena.	No. De empresas prestadoras de servicios turísticos fortalecidas.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

PRODUCCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

COSTO APROXIMADO POR ACTIVIDAD	BASE DE CÁLCULO	1	2	3	4	5	6	7	9	11	18	19	20	21	22	TOTAL
420	Se estima atender 20 empresas por año. Consultoría especializada durante 10 meses, a razón de \$9 millones el mes (2 consultores). Se estima certificar 30 empresas a razón de 5 millones por cada una; incluye auditoría de certificación y pre auditorías de seguimiento.	336,0						21,0							63,0	420
135	Se estima atender 20 empresarios por año. Consultoría especializada a razón de \$9 millones el mes por un año (se requieren dos consultores). Actividades propuestas a partir del segundo año de ejecución del plan.			94,5			6,8	6,8	27,0							135

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila PRODUCCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
9. Destino Huila: con huilenses competentes.	9.1 Diseño e implementación de programas de formación, desarrollo de competencias y habilidades en los prestadores de servicios turísticos del Destino Huila.	9.1.1 Sensibilización y capacitación en cultura turística y ciudadana para los prestadores de servicios turísticos en el Destino Huila.	1 programa en operación. 300 prestadores de servicios turísticos sensibilizados y capacitados.	<p>A. Diseño de un plan de capacitación.</p> <p>B. Formulación del proyecto.</p> <p>C. Gestión de los recursos económicos y técnicos.</p> <p>D. Convocatoria a los prestadores de servicios turísticos.</p> <p>E. Realización de campaña de cultura turística y ciudadana.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, prestadores de servicios turísticos, Cámara de Comercio de Neiva, Sena, Fenalco, Fondo de Promoción Turística.	No. De programas de capacitación en operación. No. De prestadores de servicios turísticos sensibilizados y capacitados.
		9.1.2 Formación integral para el desarrollo de competencias de los prestadores de servicios turísticos en temas especializados de cada subsector.	1 programa de capacitación en operación. 50 prestadores de servicios turísticos con competencias especializadas.	<p>A. Identificación de las necesidades de capacitación por tipo de prestador.</p> <p>B. Promoción de convenios de cooperación administrativa con academia e instituciones educativas que ofrezcan programas de turismo y gestionar los recursos técnicos y económicos.</p> <p>C. Solicitud al SENA de la ampliación de la cobertura en programas de turismo nivel departamental.</p> <p>D. Estructuración de un programa especial de capacitación para los guías de turismo de San Agustín con expertos reconocidos en temas como orfebrería, chamanismo, tigres y jaguares.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, prestadores de servicios turísticos, Cámara de Comercio de Neiva, Universidades, Sena, Fondo de Promoción Turística.	No. De programas de capacitación en operación. No. De prestadores de servicios turísticos con competencias especializadas.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

PRODUCCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		9.1.3 Sensibilización y formación para la promoción de buenas prácticas en desarrollo sostenible del turismo en la comunidad receptora y en los actores del turismo en articulación con el Plan de Gestión Ambiental Regional.	1 programa de formación en operación. 100 prestadores de servicios turísticos sensibilizados y formados en turismo sostenible.	<p>A. Identificación de los actores.</p> <p>B. Diseño de la propuesta de sensibilización y capacitación.</p> <p>C. Ejecución de la propuesta.</p> <p>D. Evaluación y seguimiento a la propuesta.</p> <p>E. Sensibilización de la ciudadanía y actores sobre los beneficios e impactos del turismo sostenible.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, prestadores de servicios turísticos, Cámara de Comercio de Neiva, Universidades, CAM, Fondo de Promoción Turística.	No. De programas de formación en operación. No. De prestadores de servicios turísticos con competencias especializadas.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila PRODUCCIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



Posible Fuentes de Financiación	
1.Fondo de Promoción Turística	434,8
2.Mincomercio/Viceturismo	20,4
3.Mincomercio/ iNNpulsa Mipymes	246,1
4.Gobernación del Huila	70,2
5.Alcaldías municipales	27,1
6.Cámara de Comercio de Neiva	26,7
7.Empresarios turísticos	32,6
9.SENA	37,8
10.Entidades educativas	0,0
11.Ministerio de Cultura	16,2
18.Emgesa	21,7
19.Fundación HOCOL	13,6
21.Aliados del sector privado	2,7
22. Gremios del turismo	67,8
TOTAL FACTOR PRODUCCIÓN	1.017,6

PLAN ESTRATÉGICO DE HUILA

FACTOR GESTIÓN

(Cifras en millones de pesos)

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



OBJETIVO GENERAL: Implementar una dirección coherente y estratégica de la política pública de turismo que incluye una gran estrategia de promoción y mercadeo del Destino Huila.

(Cifras en millones de pesos)

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
10. Destino Huila: de las estrellas al mundo.	10.1 Fortalecimiento de la promoción y el mercadeo del Destino Huila.	10.1.1 Estudio de mercados prioritarios para los nuevos productos turísticos del Destino Huila.	1 estudio de inteligencia de mercados.	A. Realización de un análisis DOFA de los productos turísticos.	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Alcaldías de los municipios vinculados a los productos, oficina de productividad y competitividad del departamento, Casa Fiscal del Huila, prestadores de servicios turísticos.	No. de estudios de inteligencia de mercados
				B. Contratación con una consultora para la realización de un estudio de inteligencia de mercados.		
C. Identificación de los mercados prioritarios.						
D. Definición de las estrategias para penetrar esos mercados.						
		10.1.2 Diseño y estructuración de marca turística para el Destino Huila.	1 marca para el Huila Turístico.	A. Contratación de una agencia especializada en la dirección de un proceso de generación de marca	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, oficina de productividad y competitividad del departamento, Universidades, prestadores de servicios turísticos.	No. De marcas para el Huila Turístico
				B. Construcción de la marca en base a talleres participativos con los actores del departamento.		
C. Socialización de la marca sugerida con los diferentes segmentos de la población huilense: medios de comunicación, prestadores del servicio, operadores del servicio, gremios y comunidad en general.						
D. Lanzamiento de la marca.						

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
 INDUSTRIA Y TURISMO

COSTO APROXIMADO POR ACTIVIDAD	BASE DE CÁLCULO	1	4	5	6	8	9	TOTAL
	Esta tarea queda a cargo de un funcionario de la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo.							
150	Las actividades C y D forman parte de las tareas que llevara a cabo la consultora contratada	75,0		75,0				150
100	Se estima la contratación de una agencia especializada que lleve a cabo las actividades B, C y D.	50,0		50,0				100

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
			2 ferias nacionales anuales.	A. Identificación de los eventos de relevancia.	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Alcaldías de los municipios vinculados a los productos, oficina de productividad y competitividad del departamento, Casa Fiscal del Huila, Cotelco, Cámara de Comercio de Neiva, prestadores de servicios turísticos.	No. De ferias nacionales anuales en las que se participa
			2 ruedas de negocios nacionales anuales.	B. Articulación público-privada para lograr la participación en los eventos.		No. De ruedas de negocios nacionales anuales en las que se participa
		10.1.3 Diseño e implementación del plan de promoción y comercialización del Destino Huila.	4 misiones comerciales.	C. Seguimiento posterior para evaluar resultados.		No. De misiones comerciales anuales en las que se participa
				D. Identificación de los operadores turísticos más relevantes.		No. De viajes de familiarización anuales que se realizan
			2 viajes de familiarización anuales.	E. Elaboración de itinerario de viaje.		No. de productos turísticos incorporados en los portafolios de las agencias de viaje
				F. Organización de reuniones entre los operadores receptivos de la región y aquellos de los principales mercados emisores.		No. De eventos reconocidos a nivel nacional al año
				G. Seguimiento posterior para evaluar el impacto de las visitas.		

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

COSTO APROXIMADO POR ACTIVIDAD	BASE DE CÁLCULO	1	4	5	6	8	9	TOTAL
60	Se calcula 30 millones de pesos por feria incluye compra de stand y desplazamiento de 4 representantes del departamento.	30,0		30,0				60
10	Se calcula los costos de desplazamiento de un representante del departamento a razón de 500 mil el tickete, 100 mil de viáticos diarios por 3 días y 200 mil de alojamiento por noche durante dos noches.			10,0				10
7	Se calcula los costos de desplazamiento de 1 persona por misión a razón de 1 M el tickete, 100 mil de viáticos diarios por 3 días y 200 mil de alojamiento por noche durante dos noches			7,0				7
26	Se estiman dos viajes anuales de cinco mayoristas cada uno y de seis días, cinco noches. Se estima un promedio de costo tickete de \$400 mil por agente, costo noche alojamiento \$200 mil por agente, alimentación a razón de \$100 mil día por agente, gastos de transporte interno, bus día \$1 millón por seis días en la zona.	9,9		9,9			6,2	26
	Gestión a cargo de un funcionario de la Secretaria de Cultura y Turismo.							

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
			4 eventos reconocidos a nivel nacional y uno (1) internacional anual.	<p>A. Identificación de aquellos eventos con potencialidad.</p> <p>B. Estructuración y formulación del proyecto.</p> <p>C . Ejecución y seguimiento.</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Alcaldías de los municipios vinculados a los productos, oficina de productividad y competitividad del departamento, Casa Fiscal del Huila, Cotelco, Cámara de Comercio de Neiva, prestadores de servicios turísticos.	No. De eventos reconocidos a nivel nacional e internacional
		10.1.4 Diseño e implementación del plan de medios de comunicación.	1 plan de medios creado e implementado.	<p>A. Funcionamiento y/o actualización de una página web con su link de turismo, para los municipios, el departamento, los prestadores y operadores del servicio.</p> <p>B. Diseño y elaboración material impreso uniforme.</p> <p>C. Programación de pautas publicitarias en medios de comunicación regionales y nacionales</p>	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, oficina de productividad y competitividad del departamento, medios de comunicación.	No. De páginas web interactiva en funcionamiento permanente. No. De planes de medios implementados.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
 INDUSTRIA Y TURISMO

COSTO APROXIMADO POR ACTIVIDAD	BASE DE CÁLCULO	1	4	5	6	8	9	TOTAL
	Gestión a cargo de un funcionario de la Secretaría de Cultura y Turismo.							
46	Se estima el diseño del portal en 10 M mas 1 M mensual por tres años para mantenimiento y actualización.	23,0		23,0				46
1.500	Se estima la contratación de una agencia especializada en diseño y ejecución de plan de medios	750,0		750,0				1.500

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
1.1. Destino Huila: con planificación y gestión turística.	11.1.Fortalecimiento institucional y de alianzas estratégicas, necesarias para el desarrollo de la actividad turística en el Destino Huila.	10.1.5 Diseño y ejecución de una estrategia de comunicación 2.0 que involucre la creación, administración y seguimiento de los canales digitales oficiales del sector turístico del Destino Huila.	1 estrategia digital diseñada.	A. Desarrollo de una estrategia de comunicación digital 2.0	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, oficina de productividad y competitividad, gremios, prestadores de servicios turísticos, Fondo de Promoción Turística	No. De estrategias digitales diseñadas.
				B. Realización del diseño, montaje de los canales de comunicación (Medios Sociales) a los que la Secretaría de Cultura y turismo deba incursionar conforme a la estrategia planteada.		
C. Administración de los canales creados en social media.						
D. Diseño y ejecución de contenidos escritos, audiovisuales y digitales que promuevan la participación y visita de turistas al departamento del Huila.						
E. Monitoreo diario y presentación de informes mensuales de gestión						
				A. Formulación de planes de reestructuración administrativa de los municipios.	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, alcaldías municipales de los municipios con vocación, Departamento Administrativo de Planeación.	No. De municipios con oficinas de turismo.
				B. Presentación de proyectos de acuerdo a los Concejos Municipales.		

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
 INDUSTRIA Y TURISMO

COSTO APROXIMADO POR ACTIVIDAD	BASE DE CÁLCULO	1	4	5	6	8	9	TOTAL
1.050	El valor de toda la estrategia es de \$ 350 millones de pesos anuales. La idea es implementarla por lo menos durante lo últimos 3 años de ejecución del plan.	199,5		850,5				1.050
	Se estima pagar \$ 15 millones de pesos por la formulación de los planes de reestructuración de cada municipio (en total son 4).			60,0				60

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
	11.1.2 Fortalecimiento institucional de la Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila y del Consejo de Competitividad Turística promovidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	11.1.2 Fortalecimiento institucional de la Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila y del Consejo de Competitividad Turística promovidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	1 mesa sectorial de turismo fortalecida institucionalmente para el seguimiento a este plan. 1 Consejo de Competitividad Turística fortalecido para el seguimiento de la matriz de competitividad.	A. Revisión de reglamentos internos.	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, alcaldías municipales de los municipios con vocación, Departamento Administrativo de Planeación, oficina de productividad y competitividad, Cámara de Comercio de Neiva, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	No. De mesas y consejos fortalecidos.
				B. Ajuste de conformaciones según los casos requeridos.		
				C. Articulación de las instituciones públicas, privadas y académicas participantes para el seguimiento al plan sectorial y al cumplimiento de la política.		
				D. Gestión con los 5 municipios que no tienen plan sectorial para la formulación del mismo.		
11.2 Fortalecimiento y consolidación de procesos de planificación turística departamental y municipal en el Destino Huila.	11.2.1 Formulación o ajustes del Plan de Desarrollo Turístico Departamental y de los planes de desarrollo turístico municipales de acuerdo con la vocación turística del Destino Huila.	1 un plan sectorial departamental en operación y ordenanza. 7 planes sectoriales municipales ajustados y acuerdos. 5 planes sectoriales de turismo formulados y acuerdos.	A. Construcción participativa del plan sectorial y de la política pública departamental de turismo	Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, alcaldías municipales de los 12 municipios con vocación, Departamento Administrativo de Planeación, oficina de productividad y competitividad, Viceministerio de Turismo.	No. De plan de turismo departamental. No. De planes municipales de turismo ajustados. No. De planes de turismo municipales formulados y llevados a acuerdo.	
			B. Revisión de los planes municipales de turismo de los 7 municipios que ya lo tienen.			
			C. Realización de ajustes respectivos.			
			D. Gestión con los 5 municipios que no tienen plan sectorial para la formulación del mismo.			

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
 INDUSTRIA Y TURISMO

COSTO APROXIMADO POR ACTIVIDAD	BASE DE CÁLCULO	1	4	5	6	8	9	TOTAL
180	Se estima pagar un Gerente que cuesta \$ 5 millones mensuales, durante los últimos 3 años de ejecución del plan (36 meses).		59,4	59,4		61,2		180
170	\$ 70 millones para la revisión de los 7 planes (10 millones por cada uno) y \$ 100 millones para la formulación de los 5 planes (20 millones por cada uno).		85,0	49,3	35,7			170

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

PROGRAMAS	PROYECTOS	SUBPROYECTOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	INDICADORES
		11.2.2 Formulación y adopción de la Política Pública de Turismo del Destino Huila.	1 Política pública departamental de turismo aprobada y adoptada.	<p>A. Presentación de proyecto de Ordenanza a la Asamblea del Huila</p> <p>B. Aprobación y divulgación de la Política Pública de Turismo.</p> <p>C. Adopción de la política pública por parte de los municipios con vocación.</p>	<p>Secretaría Departamental de Cultura y Turismo, Departamento Administrativo de Planeación, oficina de productividad y competitividad, Viceministerio de Turismo.</p>	No. De políticas públicas departamental adoptadas.

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

COSTO APROXIMADO POR ACTIVIDAD	BASE DE CÁLCULO	1	4	5	6	8	9	TOTAL
24	Este es un proyecto de gestión que solo requiere de recursos económicos para realizar divulgación a través de talleres en los 12 municipios con vocación (cada taller tendría un costo de \$ 2 millones de pesos aproximadamente).			24,0				24
3.383,0		1.137,4	144,4	1.998,1	35,7	61,2	6,2	3.383,0
3.315,6		TOTAL RECURSOS PÚBLICOS						
67,4	TOTAL RECURSOS PRIVADOS							

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

GESTIÓN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



Posible Fuentes de Financiación	
1.Fondo de Promoción Turística	1.137,4
2.Mincomercio/Viceturismo	144,4
4.Gobernación del Huila	1.998,1
5.Alcaldías municipales	35,7
6.Cámara de Comercio de Neiva	61,2
7.Empresarios turísticos	6,2
TOTAL FACTOR GESTIÓN	3.383,0

PLAN ESTRATÉGICO DE HUILA

RESUMEN DE INVERSIONES

(Cifras en millones de pesos)

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

RESUMEN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

RESUMEN DE INVERSIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA CIFRAS EN MILLONES DE PESOS

Eje estratégico	Valor total	fuente de financiación		1	2	3	4	5	6	7
		Pública	Privada							
Factor Atracción	2034,0	1630,7	403,3	Fondo de Promoción Turística	Mincomercio/Viceturismo	Mincomercio/ iNNpulsa Pymes	Gobernación del Huila	Alcaldías municipales	Cámara de Comercio de Neiva	Empresarios turísticos
Factor Soporte	10969,0	8780,5	2188,5	623	86	0	445	55	24	
Factor Producción	1017,6	852,6	165,0	644	0	0	4.394	633	1.872	0
Factor Gestión	3383,0	3315,6	67,4	435	20	246	70	27	27	33
TOTAL PLAN	17403,6	14579,3	2824,3	2.839	250	246	6.907	751	1.983	39

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

RESUMEN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

Eje estratégico	Valor total	fuente de financiación		8	9	10	11	12	13	14
		Pública	Privada							
Factor Atracción	2034,0	1630,7	403,3					Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones		
Factor Soporte	10969,0	8780,5	2188,5	2.051	19	54	0	0	0	20
Factor Producción	1017,6	852,6	165,0	0	38	0	16	0	0	0
Factor Gestión	3383,0	3315,6	67,4	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PLAN	17403,6	14579,3	2824,3	2.051	56	54	16	-	-	20

Capítulo 2 - Plan estratégico de Huila

RESUMEN

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
COLOMBIA



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

Eje estratégico	Valor total	fuente de financiación		15	16	17	18	19	20	21	22
		Pública	Privada								
Factor Atracción	2034,0	1630,7	403,3	Comité Departamental de Cafeteros del Huila	Corporación Autónoma regional - CAM	Cormag - dalena	Emgesa	Fundación HOCOL	ICANH	Aliados del sector privado	Gremios del turismo
Factor Soporte	10969,0	8780,5	2188,5	24	159	260	345	2	4	8	0
Factor Producción	1017,6	852,6	165,0	47	756	264	206	0	0	10	0
Factor Gestión	3383,0	3315,6	67,4	0	0	0	22	14	0	3	68
TOTAL PLAN	17403,6	14579,3	2824,3	71	915	524	573	16	4	21	68



ANEXOS

(en medio digital)

BIBLIOGRAFÍA

- Agenda Interna del Huila para la productividad y competitividad, Departamento del Huila, Cámara de Comercio de Neiva, Editora Surcolombiana, 2005.
- Plan Nacional de Desarrollo “Prosperidad para todos” y Plan Nacional de Inversiones 2011-2014, Departamento Nacional de Planeación del Huila.
- Plan Departamental de Desarrollo “Huila Naturaleza Productiva” 2008-2011.
- Plan de Desarrollo Departamental “Haciendo el cambio” 2012-2015, Departamento Administrativo de Planeación del Huila.
- Plan Regional de Competitividad, Corporación Huila Futuro 2009.
- Política Sectorial de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2005.
- Plan Sectorial Nacional de Turismo “Turismo: factor de prosperidad para Colombia” 2011-2014.
- Documento Diagnóstico Plan Sectorial de Desarrollo Turístico del Huila –Corporación MANAI2008.
- Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Neiva – Alcaldía de Neiva 2009, Corporación Huila Futuro.
- Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Garzón – Alcaldía de Garzón 2009, CORHUILA.
- Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Pitalito – Alcaldía de Pitalito 2010, Corporación Mashiramo.
- Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Paicol – Alcaldía de Paicol 2009, Fundación HOCOL.
- Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Tesalia – Alcaldía de Tesalia 2009, Fundación HOCOL.
- Plan Sectorial Municipal de Desarrollo Turístico de Garzón – Corporación Universitaria del Huila CORHUILA 2009.
- Plan Integral de Desarrollo Turístico del Huila- Amparo Morales, CORPES CENTRO ORIENTE 1995.
- Plan de Mercadeo Turístico del Huila- CORPES Centro Oriente, 1997-Hector Eduardo López Bandera.

- Plan Indicativo de Formación en Turismo: Lineamientos para su implementación, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 2009.
- Plan de Ordenamiento Territorial Municipio de Neiva. Acuerdo N° 026 de 2009.
- Plan de Desarrollo Municipal 2009 – 2011 – San Agustín.
- Plan de Desarrollo Municipio de Santa María – Huila 2008 – 2011- “Pacto, cambio y unidad”.
- Plan de Desarrollo del Municipio de Paicol 2008- 2011. Acuerdo 023.
- Plan de Manejo Parque Nacional Natural Puracé – 2004
- Esquema de Ordenamiento Territorial Municipio de Paicol-Huila – Diagnóstico Territorial – 1999.
- Estudio nacional exploratorio descriptivo sobre el fenómeno de trata de personas en Colombia, UNODC y Ministerio del Interior 2009.
- Estudio de Competitividad del Huila, Documento No.4 Nuestra Riqueza Regional (Lo que hemos construido) Corporación Huila Futuro 2001.
- Una Política de Desarrollo para el Huila-1971, Imprenta Departamental del Huila.
- Ordenanza 078 de 2000, Departamento del Huila - Plan Departamental de Ordenamiento Territorial del Huila.
- Matriz de competitividad turística, Convenio de Competitividad Turística, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009.
- Informe de Coyuntura Económica 2009, Cámara de Comercio de Neiva.
- Informe de Coyuntura Económica 2010, Cámara de Comercio de Neiva.
- Informe gestión piscícola – Secretaria Departamental de Agricultura y Minería del Huila 2009.
- Informe Final Marca Neiva, Héctor López Bandera, Secretaría Municipal de Cultura y Turismo de Neiva, 2009



- Informe ejecutivo de gestión presentado por la Electrificadora del Huila S.A E.S.P a la Superintendencia delegada para Energía y Gas. Bogotá, noviembre de 2011.
- Informe Centro de Turismo SENA La Plata – junio de 2011.
- Cifras de la Federación Nacional de Cafeteros. Encuentro Cafetero 2011.
- Mapa de Oportunidades del Huila, diagnostico empresarial del departamento, Superintendencia de Sociedades 2011.
- Perfil epidemiológico Huila, primer semestre de 2011. Secretaria de Salud Departamental.
- Política de Turismo y Artesanías – Viceministerio de Turismo – 2009.
- Seguridad Turística: Reto competitivo de Colombia, Plan Estratégico. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Policía de Turismo, 2009.
- Matrices de compromiso de 29 convenios de competitividad turística, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 2011.
- Documento de avances a junio de 2011, Plan de desarrollo “Huila naturaleza productiva”, programa naturaleza y cultura productiva para un turismo sostenible.
- Presentación avances turismo 2011, Secretaria Departamental de Cultura y Turismo, Coordinación de Turismo.
- Reglamento Interno Operativo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila, Secretaría Técnica 2011.
- Reglamento y Conformación de la Mesa Sectorial de Turismo, Secretaría Técnica (Cámara de Comercio de Neiva) 2011.
- Validación de la visión de futuro del Huila, compromiso Huila Líder de la región Surcolombiana. Corporación Huila Futuro 2009.
- Construcción de muelles flotantes y barcazas en municipios ribereños del río Magdalena, CORMAGDALENA 2009.

- Acuerdo Esquema de Ordenamiento Territorial Rivera Despensa Verde, Eco turística y Agro turística del Huila Acuerdo No. 026 Diciembre de 1999.
- San Agustín Patrimonio Histórico de la Humanidad “Eco municipio Cultural y Turístico” - Proyecto de Acuerdo Plan Básico de Ordenamiento Territorial del 2001.
- Formulación del Plan de Manejo y declaratoria como área natural protegida del Desierto de La Tatacoa- Universidad Surcolombiana Facultad de ingeniería 2006.
- Proyecto de Acuerdo Esquema de Ordenamiento Territorial Municipio de Villavieja Huila.
- Esquema de Ordenamiento Territorial del Municipio de Tesalia – Acuerdo 054 de 2000.
- Observatorio de Educación Turística – Alumnos de Administración Turística – CORHUILA-2011.

BIBLIOGRAFÍA VIRTUAL

www.alcaldiadeneiva.gov.co

www.lanacion.com.co

www.parquesnacionales.gov.co

www.diariodelhuila.com/noticia/23003

www.cotelco.org/comunicaciones/sala/noti-cotelco/356-asociacion-hotelera-y-turistica

www.ejercito.mil.co

www.policia.gov.co

www.cartografiadeaipe.blogspot.com/2010/09/callejon.html

www.colombia-huila.gov.co/nuestromunicipio.shtml?s=m&m=T

www.isnos-huila.gov.co

www.rivera-huila.gov.co/nuestromunicipio.shtml?s=m&m=T



www.mintic.gov.co/

www.huiladigital.org/

www.huila.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=17852:el-huila-incluido-en-el-plan-nacional-de-senalizacion-turistica&catid=63:secretaria-cultura-y-turismo&Itemid=2019

<http://es.wikipedia.org/wiki/SKNV>

www.aeropuertosedelmundo.com.ar/america/sur/colombia/aeropuertos/neiva.php

www.mincomercio.gov.co/info/tlc/media/file45758

<http://turismocultural.mincultura.gov.co/?idcategoria=26792>

www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=195

www.proyectoelquimboemgesa.com.co/site/Default.aspx?tabid=40

www.ccneiva.org

www.cam.gov.co

www.sena.edu.co

www.icanh.gov.co

Plan de Desarrollo Turístico de HUILA

EQUIPO CONSULTOR

Gustavo A. Toro Velásquez
Director General

Martha Cruz Betancourt
Coordinadora regional

Ana María Rocha
Corrección de estilo

Hayda Suescún Pérez
Coordinadora nacional de desarrollo empresarial

William Gerley Pinilla Ríos
Líder departamental

Francisco Ciri
Coordinador nacional ambiental

María Cristina Ríos
Profesional ambiental local

Lorena Wasserman
Coordinadora nacional
de promoción y mercadeo

María Eugenia Giraldo Rodríguez
Profesional local de desarrollo empresarial

Sandra Zabala
Coordinadora nacional
de ordenamiento territorial

Mauricio Jaramillo Hernández
Diva Marcela García García
Profesionales locales de ordenamiento territorial

Paola Villalobos
Diseñadora gráfica

Ana Milena Larrazábal
Asistente departamental

Alejandro Pico
Investigación de mercados



Empresas consultoras:


Tourism Consulting
Consulting hotelero, turístico y trabajo estratégico


Fundación Universitaria Cafam