

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Factibilidad comercial, ambiental de una ruta turística en la zona centro del departamento del Huila

Environmental comercial, feasibility of a tourist route in the central zone of the department of Huila

Yolanda Leiva Andrade

Contador Público, Especialista en Gerencia Tributaria, Magister en Contabilidad Universidad Surcolombiana, Docente Universidad Surcolombiana. E-mail: yolanda.leiva@usco.edu.co, Neiva- Huila, Colombia ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-3760-8312>

Maryuri Vélez Trujillo

Administradora de Empresas, Magister en Administración de Empresas, Graduada Universidad Surcolombiana. E-mail: maryuri.velez@usco.edu.co , Neiva- Huila, Colombia ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4353-6684>

Angee Cristina Cuesta Vieda

Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Surcolombiana. E-mail: u20181166401@usco.edu.co Garzón-Huila, Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-1341-8732>

Origen de subvenciones y apoyos recibidos: Universidad Surcolombiana, Neiva, Colombia

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Resumen

El presente artículo determinó la factibilidad comercial, ambiental de una ruta turística en la zona centro del departamento del Huila. Para ello se determinaron los atractivos turísticos de la zona, se identificó la factibilidad comercial y se analizó la sostenibilidad ambiental del producto. La recolección de la información se realizó por medio de la Cámara de Comercio de Neiva, sede Garzón, tomando como población a los aportantes con Registro Nacional de Turismo, de los ocho municipios que conforman la zona, que ofrecían servicios de alojamiento y alimentación. La caracterización de los sitios se realizó por medio de una encuesta para trazar la ruta con el uso de Google Maps. Finalmente, arrojó como conclusión la riqueza de atractivos naturales y patrimoniales, exaltó la oferta y la demanda del inventario turístico y sumó las políticas de fomento en sostenibilidad ambiental.

Palabras clave: Factibilidad comercial, atractivos turísticos, ruta turística, sostenibilidad ambiental.

Abstract

This article determined the commercial and environmental feasibility of a tourist route in the central zone of the department of Huila. For this purpose, the tourist attractions of the area were determined, the commercial feasibility was identified and the environmental sustainability of the product was analyzed. The information was collected through the Chamber of Commerce of Neiva, Garzón headquarters, taking as population the contributors with National Tourism Registration, from the eight municipalities that make up the zone, who offered lodging and food services. The characterization of the sites was carried out by means of a survey to trace the route with the use of Google Maps. Finally, it concluded that there is a wealth of natural and patrimonial attractions, it exalted the supply and demand of the tourist inventory and added the policies for the promotion of environmental sustainability.

Keywords: Commercial feasibility, tourist attractions, tourist route, environmental sustainability.

Fecha de recepción: 11 de abril de 2024

Fecha de aceptación: 5 de agosto de 2024

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Introducción

El turismo, sector económico del ámbito local, nacional e internacional, es una proyección enmarcada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), (Mincomercio) (2020) y citada en los planes de desarrollo (nacional, departamental y municipal) que busca suplir las exigencias de la globalización económica, cultural, política y social (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (2020)). Así, el Plan Sectorial Nacional de Turismo 2022-2026 “Turismo en armonía con la vida”, en concordancia con el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 “Turismo: El propósito que nos une”, hace hincapié en el turismo con tácticas estructuradas como la generación de condiciones institucionales con el fin de fomentar el sector turístico; la gestión de destinos y fortalecimiento de la oferta; la captación de inversión; la infraestructura y la conectividad; la innovación y el crecimiento empresarial; el fortalecimiento del capital humano para ser más competitivos; y el fomento de un turismo transformador, incluyente y equitativo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (2019)).

Para el caso del departamento del Huila, el presente documento muestra el proceso de creación y estructuración de la ruta turística para la zona centro, por medio de un ejercicio de acercamiento a los prestadores turísticos de los 8 municipios de dicha zona, conformada por los municipios de El Agrado, El Pital, Altamira, Tarqui, Guadalupe, Suaza y Gigante. Al respecto, la factibilidad comercial de los productos turísticos que recogen atractivos naturales y de patrimonio hace que todos los elementos que constituyen este potencial turístico sea la posible fuente de recursos económicos, aun cuando no están totalmente desarrollados (Galindo-Aguirre, Erazo-Álvarez, Narváez-Zurita y Matovelle-Romo, (2020)). Así las cosas, la problemática se deriva de la necesidad de hallar la viabilidad del producto turístico local, haciendo uso de las potencialidades del sector y la oferta turística regional; y contribuir a la economía de las comunidades a través del fomento de la asociatividad.

El departamento del Huila, conocido por su liderazgo nacional en diferentes productos agrícolas como el café, la granadilla y el arroz (Arias, (2020)) recientemente ha experimentado una transición de estas actividades hacia la modalidad de ecoturismo, identificada como turismo de naturaleza, la cual se ha convertido en pilar fundamental del diseño de la ruta turística de la zona, turismo de naturaleza y turismo de patrimonio (Escobedo, (2018)).

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

El turismo representa, la demanda y oferta de servicios debidamente cualificados que generen movimiento económico a gran escala y, a su vez, beneficie a la comunidad. En ese sentido, la zona centro del departamento del Huila posee grandes potencialidades turísticas que no han sido explotadas ni debidamente aprovechadas, pues la mayoría de sus pobladores no ven el turismo como una oportunidad para desarrollar la región. Por lo anterior, se hace indispensable conocer, ¿cuál es la factibilidad comercial, ambiental de una ruta turística en la zona centro del departamento del Huila?

1. Materiales y Métodos

La presente investigación, de diseño no experimental transversal descriptivo, realizada sin la manipulación deliberada de variables y con el fenómeno observado en su ambiente natural, fue un estudio etnográfico para definir la factibilidad comercial y los valores, las creencias, la cultura, etc. de la población objeto de estudio. La recolección de datos se realizó en un momento y tiempo único, con el objetivo de realizar la descripción de variables y el análisis de su incidencia e interrelación (Hernández, Roberto. (2017)).

La técnica o instrumento para recoger la información fue la encuesta que se aplicó a los aportantes de servicios turísticos de la zona para realizar la investigación de mercados con el fin de obtener respuestas sobre el problema en estudio, y que los sujetos que aportan la información llenan por sí mismos, (Hernández, Roberto (2017)). Este instrumento se aplicó vía correo electrónico a los prestadores de servicios, además, se realizaron visitas a los establecimientos para observar la calidad y capacidad instalada de los sitios, para la factibilidad se realiza un estudio de mercado, y finalmente, para la sostenibilidad ambiental se realizó el análisis documental.

La población estuvo conformada por los aportantes con Registro Nacional de Turismo, en concordancia con la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo y de conformidad con el artículo 3 de la Ley 1558 del 10 de julio del 2012, prestadores turísticos de la zona de los 8 municipios que ofrecían servicios como alojamiento, alimentación, transporte y agendas turísticas. Los participantes con enfoque intencional fueron 214 prestadores.

Estos prestadores turísticos son los registrados en Cámara de Comercio del Huila sede Garzón, donde la población total son 714 prestadores en total, de los cuales se depuran

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

las actividades del CIU que no son relacionadas directamente con los servicios turísticos de alojamiento, alimentación, transporte, agencias turísticas ni complementarias a la actividad turística; para un total de la población intencional de 214 prestadores entre ellos alojamiento y alimentación de los 8 municipios.

De los 214 prestadores se depuran los establecimientos de comercio que no cuentan con información en la web, y que de acuerdo a la observación realizada por los investigadores se excluyen los sitios turísticos que no cuenta con condiciones mínimas para la prestación de los servicios, además de considerar la antigüedad de su registro mercantil a partir de los de 3 años en el mercado comercial, llegando a una población de 34 sitios para la aplicación de la encuesta de caracterización de los servicios enunciados del presente estudio.

De los 34 sitios se depuran los establecimientos que no cumplen con la capacidad mínima instalada que está en los rangos entre las 40 y 100 personas. De acuerdo con las respuestas a la encuesta aplicada un total de 29 sitios cumplen los criterios para hacer parte de la ruta turística.

2. Resultados

De acuerdo con los objetivos específicos los resultados fueron:

2.1 Determinar los atractivos turísticos de la zona centro que conformaron la ruta turística

La base de datos de la Cámara de Comercio del Huila reportó 714 empresas activas en el año 2023. De dicha información, no obstante, se excluyeron empresas cuyas actividades económicas correspondían a cultivo de café; comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio; servicios de estancia por horas; explotación mixta; comercio al por mayor de productos farmacéuticos; actividades de estaciones; vías y servicios complementarios; bebidas alcohólicas; y datos de establecimientos repetidos.

Los sitios turísticos de la zona con rangos de capacidad instalada para ofrecer sus servicios, para un promedio de entre 40 y 100 personas, fueron 29, pero 16 cumplieron este criterio (ver tabla 1).

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Tabla 1 Inventario turístico

MUNICIPIO	SITIOS TURISTICOS
GARZÓN	Mirador La Primavera Finca ecoturística Palestina Ecoparque San Rafael El Balcón del Huila Cambur Estancia Natural y Mirador Villa Truch Conexión azul finca Hotel San Luis
GIGANTE	Hotel y restaurante La Pampa de Gigante Matambo Brisas de Mirthayú
EL PITAL	Mirador Los Cuatro Vientos Tercer Nivel Terraza Bar
TARQUI	Mirador la Puerta al Cielo Parque Las Cruces 13
GUADALUPE	Mirador Ecoturístico Santa Lucia
ALTAMIRA	El Mohan
TOTAL: 16	

Nota. Elaboración propia a partir de la base de datos de Cámara y Comercio de Garzón

De acuerdo con la tabla 1 salieron de la geo referenciación de la ruta el municipio de Suaza, por no cumplir con los criterios; y el municipio de El Agrado, dado que los sitios a los que se les compartió la encuesta no cumplen con la capacidad mínima instalada de interés para el proyecto.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

2.1.1. Diseño de la ruta georreferenciada por Google Maps

Con base en la información mencionada anteriormente se diseñó el trazo de la ruta turística de la zona centro del departamento, distribuida en dos trazos con el fin de tener dos propuestas para la oferta, bien sea para las agencias turísticas o para los prestadores específicos (figura 1).

Figura 1 Trazo 1



Nota. Elaboración propia basada en Google Maps.

Figura 2 Trazo 2



Nota. Elaboración propia basada en Google Maps.

La ruta inició en el municipio de Gigante, continuó hacia el sur y termina en el municipio de Guadalupe. La dirección, de acuerdo con el informe de la Gobernación del Huila, publicado en el Sistema de Información Turística y Cultural del Huila (SITYC), evidenció que el flujo vehicular en los peajes de El Patá, Neiva y Los Cauchos presenta más

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

salida vehicular en el departamento respecto a la región norte; el peaje de Altamira, por su parte, permite ingresar a los vehículos que se dirigen a las regiones centro y sur (Sistema de Información Turística y Cultural del Huila, (2019)).

2.1.2. Diseño de itinerarios para la ruta turística

Con base en los trazos de la ruta; los atractivos turísticos ofrecidos por los prestadores de servicios, la descripción de las actividades que se pueden realizar y de acuerdo con la encuesta, se elaboraron dos itinerarios. Asimismo, el costo promedio de la comercialización se determinó a través de las encuestas realizadas y de la observación directa de los investigadores (ver tabla 2).

Tabla 2 Itinerario de los trazos

	Concepto	Costo/Unitario
Itinerario 1		
	Ingreso Matambo	\$3.000
día 1	Brisas Mirtayu	\$ 3.000
	Restaurante La pampa (hospedaje)	\$20.000
día 2	Mirador cuatro Vientos (Pital-almuerzo)	\$ 20.000
	san Luis Garzón (hospedaje)	\$30.000
día 3	Mirador La Primavera	\$ 5.000
	2:00 p.m. Villa Truch	<u>\$25.000</u>
	COSTO UNITARIO	\$106.000
Itinerario 2		
	Parque Las Cruces (Ingreso)	\$3.000
día 1	Mirador ecoturístico puerta al cielo (almuerzo-hospedaje)	\$50.000
	Mirador Santa Lucia	\$3.000
día 2	Mohán (Almuerzo)	\$20.000
	Balcón del Huila-Hospedaje	\$30.000
día 3	Finca Palestina (ingreso)	\$3.000
	Ecoparque San Rafael (almuerzo)	\$25.000

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Cambur Estancia Natural y Mirador	\$3.000
COSTO UNITARIO	\$137.000

Nota. Elaboración propia del Itinerario Turístico desde el día 1 hasta el día 3 por cada trazo.

2.2. Factibilidad comercial para implementar la ruta turística

En el desarrollo de la factibilidad comercial se identificaron las siguientes variables:

2.2.1. Identificación y caracterización de la oferta

En los productos regionales se hallaron los siguientes de acuerdo a cada uno de los municipios involucrados:

Tabla 3 Rutas turísticas

MUNICIPIO	RUTA	DESCRIPCIÓN
Garzón y Gigante	Ruta Mágica del Café	Generar un modelo de desarrollo económico sostenible, en actividades de agroturismo, que no sólo fortalezcan las fincas cafeteras entre los municipios de Garzón y Gigante.
Gigante, Villa Vieja e Isnos	Ruta Bienestar	Resaltan los siguientes atractivos: El Desierto de la Tatacoa, en Villavieja; La Montaña Mano del Gigante, en Gigante; el puente de cristal sobre El Salto del Mortiño, así como el Parque Arqueológico Alto de los Ídolos en Isnos, CenturHuila 3.0 (Google Play, 2022)..
Garzón, Tarqui, Suaza, Guadalupe, El Agrado y El Pital	Ruta Natural Centro del Huila	Presenta atractivos representativos como El Charco del Poirá, el Centro de Investigación del bosque seco tropical del Quimbo - Attalea y el viaducto sobre la represa de El Quimbo en El Agrado; en El Pital se resaltan cascadas con belleza particular; en Tarqui miradores como La Puerta al Cielo; en Guadalupe cascadas La Planta; y en

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

			Suaza balnearios como Las Quemadas y el sombrero Suaceño (Google Play, 2022).
Argentina y Nátaga	Ruta de la Biodiversidad Natural del Huila		Resalta principales atractivos como El Salto de Bordonos, PNN Cueva de los Guacharos, PNN Nevado del Huila, PNR El Dorado, Resguardo indígena NASA, PNR Oseras, Zonas del PNN Puracé, en el municipio de Argentina; como referente religioso departamental la Basílica Menor de Nuestra Señora de Las Mercedes, en Nátaga; entre otros (Google Play, 2022).
San Agustín, Paicol y Garzón	Ruta de paisaje, aventura y arqueología huilense		Resalta una amplia capacidad de servicios de alojamiento compuesta por los municipios de San Agustín, Paicol y Garzón. Los principales atractivos son El parque Arqueológico de San Agustín , Lac averna Caja de Agua y actividades de aventura en Paicol, el Balcón del Huila y atractivos religiosos del municipio de Garzón (Google Play, 2022).

Nota. Tomado de CenturHuila 3.0 (2022)

2.2.2. Agencias turísticas

Los establecimientos de comercio seleccionados para la muestra, los cuales tienen por razón social “agencias turísticas”, corresponde a 16 con registro mercantil renovado, de acuerdo con la base de datos de la Cámara de Comercio, regional Garzón se encuentran:

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Tabla 4 Agencias turísticas

MUNICIPIO	ESTABLECIMIENTO
Garzón	Casatravel
	Centro turístico los rojas
	Fernández Gómez José Ricardo
	Gabe un paraíso de colores
	Inversiones Zapata T SAS
	Michues raíces ancestrales
	Paraíso mágico operador turístico
	Riverman grupo turístico
	Rutas y destinos GH
Gigante	Agencia de viajes y turismo Gigantour
	Eva Elisa Fierro Perdomo
	Montealegre Polania Raúl Fernando
	Operador turístico Opitur
	Tierra de gigantes SAS
El Pital	Agencia prestadora de servicios turístico Pitayo Travel
Guadalupe	Agencia agroturística paramo
Total: 16	

Nota. Elaboración propia a partir de la base de datos de Cámara y Comercio de Garzón.

2.2.3. Entorno turístico

A continuación se encuentra la descripción del entorno por temas políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

- **Entorno Político**

En el sector turístico prevalece la Ley 300 de 1996, instrumento de apoyo a los municipios en materia turística; en concordancia con la Corporación Nacional de Turismo, ente que reglamentó, controló y promovió la actividad turística del país durante sus 30 años de existencia (Toro, (2020)).

- **Entorno económico**

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Al considerar las variables económicas que podrían afectar directa o indirectamente el desarrollo del proyecto, en este caso para la ruta turística de la zona centro departamental, en la tabla 5 se mencionan las variables que podrían incidir.

Tabla 5 Variables económicas

VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN
El PIB (Producto Interno Bruto)	De acuerdo con el boletín técnico del DANE, durante el primer trimestre del año 2023 el PIB creció 3,0% respecto al mismo periodo del año 2022 (DANE, (2023a)).
IPC (Índice De Precios Al Consumidor)	De acuerdo con el boletín técnico del DANE ((2023a)), en enero de 2024 la variación mensual del IPC fue de 0,92% y la anual de 8,35% para el mismo periodo.
Índice de competitividad	La Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) del (DANE (2023b)) menciona que, para el tercer trimestre de 2023, en 24 ciudades y áreas metropolitanas, un 13,1% de personas de 10 años y más realizaron turismo interno y/o excursionismo, representando un alza de 2,6 puntos en relación al mismo periodo en 2022 (10,4%).
Salario mínimo	Para el año 2024 en Colombia el salario mínimo de, acuerdo con el Ministerio del Trabajo, quedó en \$ 1.300.000 más el auxilio del transporte, que quedó en \$162.000. En total, el salario mínimo para el año 2024 quedo en \$1.462.000 (Ministerio de Trabajo, Fuente especificada no válida.)

Nota. Elaboración propia a partir de consulta bibliográfica.

- **Entorno Social**

El Huila fue seleccionado como sitio de desarrollo del IX Encuentro Iberoamericano de Turismo Rural 2024, que contará con la participación de representantes de 22 países. Este reconocimiento refleja el notable progreso en la competitividad turística del departamento,

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

como lo indica el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia, que lo ha situado entre los 10 departamentos más competitivos del país en este ámbito. El gobierno local “Huila Crece” ha realizado inversiones significativas en infraestructura y promoción turística, destacando la creación de cuatro clústeres turísticos que abarcan una amplia gama de experiencias, desde la Ecorregión Tatacoa hasta el Parque Arqueológico de San Agustín. Este reconocimiento subraya el compromiso del Huila con el desarrollo económico y social a través del turismo, consolidándolo como un destino privilegiado para eventos internacionales de esta índole (Gobernación del Huila, (2023)).

- **Entorno Tecnológico**

Telefónica, la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Gobernación del Huila (2023)) firmaron un acuerdo de colaboración para promover un turismo digital, sostenible e inclusivo. Este acuerdo, que tendrá una vigencia de cuatro años, se basa en cinco pilares: el emprendimiento digital, la innovación y aplicación de nuevas tecnologías al sector del turismo, el desarrollo del talento, la promoción del turismo sostenible y la accesibilidad universal.

2.2.4.. *Identificación y caracterización de la población objetivo*

De acuerdo con la encuesta realizada se caracterizó los clientes potenciales en los siguientes grupos:

Tabla 6 Caracterización

Familias que buscan vacaciones	86,2%
Turistas individuales, parejas y grupos de amigos	79,3%
58.6% Aventureros y amantes de la naturaleza	58,6%
Viajeros escolares u universitarios o de negocios; y, finalmente,	41,4%
Personas mayores que buscan destinos relajantes	34,5%

Nota. Elaboración propia a partir de consulta bibliográfica.

Identificando las necesidades y las potencialidades del sector en la zona, la ruta turística se enfocó en familias en temporada de vacaciones, su oferta se ejecutaría en épocas

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

de Semana Santa, San Pedro, semana de descanso escolar de octubre y temporada de diciembre.

2.2.5. Caracterización de la competencia

Tomando como referente comercial la información de la encuesta realizada a los prestadores turísticos, se encontró en la competencia de la industria turística, identificada por los sitios de la zona, un 65.5% constituido por las empresas locales y regionales; un 41.4% de competidores directos; un 17.2% de competidores indirectos u empresas de viajes especializadas; y, por último, un 3.4% compuesto por cadenas y franquicias. Lo anterior evidenció que la competencia de los prestadores, o la que ellos identifican dentro de la misma zona, será la oportunidad cooperativa del producto.

2.2.6. Caracterización de los proveedores

En el análisis de los proveedores locales, las empresas turísticas dependen de diversos proveedores para ofrecer una amplia gama de servicios a sus clientes. Así, se encontró que el 51.7% son supermercados y tiendas locales; el 31% empresas minoristas locales; el 20,7% operadores turísticos y guías de turismo; el 17.2% proveedores de excursiones; el 13.8% restaurantes minoristas; el 10.3% empresas de transporte y empresas aseguradoras de viajeros; el 6.9% empresas mayoristas; y el 3.4% hoteles mayoristas y minoristas.

2.2.7. Definición del servicio y del programa de prestación de servicios

De acuerdo con la definición del producto, la ruta turística de la zona centro del departamento del Huila se seguirá comercializando bajo la marca de “Sendero Central del Huila”. El producto se ofrecerá a las agencias turísticas locales para su debida comercialización; además, se dará a conocer a todos los prestadores para su fortalecimiento en oferta y potencialización de la calidad.

2.2.8. Estrategias de comercialización

En el análisis del marketing utilizado por los diferentes establecimientos se identificó que las estrategias utilizadas para atraer y retener clientes, son las redes sociales, con un total de 10 respuestas; y adicionalmente se encontraron las promociones, los planes y la calidad del servicio.

Las estrategias efectivas para el mercado en la zona, son las redes sociales; que deben ser el paso inicial para dar a conocer el producto local, hacer la oferta y la comercialización turística complementaría a las demás rutas.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

2.2.9. Análisis de costos del producto turístico

En el proyecto de factibilidad comercial las inversiones se clasificaron en inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo; con el fin de establecer las inversiones previas para poner en marcha el proyecto (Méndez, Rafael (2020)). En la tabla 4 se observa la inversión para la comercialización del producto local.

Tabla 7 Análisis de inversiones

INVERSION				DIFERIDAS				
Descripción	Vida útil	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Computadores	5 años	2	\$2.000.000	\$4.000.000	Publicidad, radial tv local	2	1.000.000	2.000.000
Impresora	5 años	1	\$1.000.000	\$1.000.000	Servicios Internet personal	2	400.000	800.000
kit muebles oficina	5 años	1	\$2.500.000	\$2.500.000	papelería licencias otros	2	2.222.240	4.444.480
							150.000	300.000
							160.000	160.000
							300.000	600.000
TOTAL				\$7.500.000				8.304.480
Inversión inicial								\$15.804.480

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

La financiación del proyecto para la puesta en marcha de cada uno de los itinerarios, correspondientes recursos propios de los operadores turísticos.

- **Ingresos**

Los ingresos corresponden a los valores que van a recibir los operadores turísticos por la venta de cada uno de los itinerarios de la ruta turística, se proyecta teniendo en cuenta las temporadas altas en los meses de abril (Semana Santa), junio (San Pedro), octubre (Semana de Receso) y diciembre (Navidad) y meses de temporada baja, marzo, mayo, julio y septiembre, con una estimación de 40 turistas por ruta, estimando dos visitas en temporada alta y una en temporada baja.

- **Itinerarios 1.** Esta ruta se ejecutará durante tres días. Iniciaré en el municipio de Gigante a las 2 pm y finalizaré en Garzón, el precio por itinerario se proyecta en \$230.000

Itinerarios 2. Esta ruta se ejecutará durante tres días. Iniciaré en el municipio de Tarquí a las 8 am y Finalizaré en Garzón. Se estima el ingreso por turista para esta ruta en \$280.000

Tabla 8 Ingresos Proyectados itinerario 1 y 2

Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
9.200.000	18.400.000	9.200.000	18.400.000	9.200.000	9.200.000	9.200.000	18.400.000	9.200.000	18.400.000
Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
20.400.000	40.800.000	20.400.000	40.800.000	20.400.000	20.400.000	20.400.000	40.800.000	20.400.000	40.800.000

Nota. Elaboración Propia

Total Ingresos Proyectados \$285.600.000

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

- **Costos**

Los costos corresponden a las erogaciones directas para la ejecución del proyecto, incluye conceptos como; Transporte. Para la ruta 1 se estima en \$500.000 (valores para el 2024) y para el itinerario 2 se en \$700.000 por viaje, alimentación, ingreso e imprevistos para el itinerario 1 corresponde a \$106.000 y el itinerario 2 \$137. 000, (ver tabla 9).

Tabla 9 Análisis de costos

	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	500.000	1.000.000	500.000	1.000.000	500.000	500.000	500.000	1.000.000	500.000	1.000.000
ón	4.240.000	8.480.000	4.240.000	8.480.000	4.240.000	4.240.000	4.240.000	8.480.000	4.240.000	8.480.000
	700.000	1.400.000	700.000	1.400.000	700.000	700.000	700.000	1.400.000	700.000	1.400.000
ón	5.480.000	10.960.000	5.480.000	10.960.000	5.480.000	5.480.000	5.480.000	10.960.000	5.480.000	10.960.000

Nota. Elaboración propia.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Tabla 10 Costos de personal

PERSONAL	SAL		PAR				PRIM			DOT	TOTAL	
	ARI	AUX.	SAL	PENS	AR	AFIS	INT.	A DE	VACA			
2024	NSP.	UD	CIÓN	L	ES	CESA	NTIAS	NTIAS	SERVI	CIONE	ACI	
Coordinador	\$1.80	\$162.000	\$216.000	\$25.200	\$72.000	\$149.940		\$149.940		\$75.060	\$45.000	\$2.713.140
Guía	\$1.30	\$162.000	\$156.000	\$18.200	\$52.000	\$108.290		\$108.290		\$54.210	\$32.500	\$2.004.490
TOTAL												\$4.717.630

Nota. Elaboración propia.

- **Gastos**

Tabla 11 Análisis de gastos

Gastos	Valor mensual	Valor Anual
Coordinador	2.713.140	32.557.680
Guía turístico	2.004.490	24.053.880
Publicidad redes sociales	700.000	8.400.000
Imprevistos	500.000	6.000.000
Depreciación anual	125.000	1.500.000

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Amortización	132.936	1.595.232
TOTALES	6.175.566	74.106.792

Nota. Elaboración propia.

2.2.10. Flujo financiero operativo

Se proyectó el estado de resultados y el flujo de efectivo a 5 años. Para el año 1 se determinaron los ingresos, costos y gastos con base en los valores de mercado para el año 2024 y para los siguientes años se hizo el incremento de acuerdo con el índice de presión al consumidor definido por el DANE, que para el 2024 es de 9,28%.

Tabla 12 Flujo financiero operativo

PROYECCIONES FINANCIERAS-ESTADO DE RESULTADO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	285.600.000	312.103.680	341.066.902	372.717.910	407.306.132
COSTOS	152.880.000	167.067.264	182.571.106	199.513.705	218.028.577
GASTOS	61.576.338	67.290.622	73.535.192	80.359.258	87.816.597
AMORTIZACION					
INVERSION INICIAL	1.595.230	1.595.230	1.595.230	1.595.230	1.595.230
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	69.548.432	76.150.563	83.365.373	91.249.717	99.865.728
PROVISION IMPUESTOS	24.341.951	26.652.697	29.177.881	31.937.401	34.953.005
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTO	45.206.481	49.497.866	54.187.493	59.312.316	64.912.723

Nota. Elaboración propia.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Tabla 13 Flujo de caja

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD	45.206.481	49.497.866	54.187.493	59.312.316	64.912.723
DEPRECIACIÓN	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
DIFERIDOS	1.595.230	1.595.230	1.595.230	1.595.230	1.595.230
FLUJO DE CAJA					
NETO	48.301.711	52.593.097	57.282.723	62.407.547	68.007.954

Nota. Elaboración propia.

2.2.11. Evaluación financiera del proyecto

Para calcular el Valor Presente Neto (VPN) se tomó la tasa de intereses vigente según el Banco de la República (2024), de 12.75%. El VPN permite determinar si la inversión inicial se logra maximizar en un periodo de tiempo, asegurando una suma de dinero mayor a futuro según (Saavedra, (2019); Méndez, (2020)).

Tabla 14 Evaluación financiera del proyecto

Datos del proyecto		
FLUJOS		
PERIODOS	CAJA	Vr Presente
	-	-
0	15.476.152	15.476.152
1	48.301.711	42.839.655
2	52.593.097	41.370.964
3	57.282.723	39.964.465
4	62.407.547	38.616.322

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

5	68.007.954	37.323.035
TOTALES	273.116.879	184.638.289

Valor

presente
neto (VPN) 88478.590

Nota. Elaboración propia.

La información financiera (costos, gastos, inversión y demás) para la viabilidad del proyecto, determinó que cumple con las condiciones de factibilidad para ser ejecutado en la zona centro del departamento del Huila (ver tabla 15).

Tabla 15 Indicadores de la evaluación financiera del proyecto

EVALUACIÓN FINANCIERA	RESULTADOS
Tasa de oportunidad (TIO)	82,21%
Valor presente del flujo del proyecto	184.638.289
Valor presente neto (VPN)	88.478.590
Tasa interna de retorno financiero (TIR)	320,64%
Relación Beneficio / Costo (B/C)	1,2
Margen Neta de Rentabilidad	16%

Nota. Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados financieros proyectados se sustenta la viabilidad financiera, toda vez que los indicadores arrojados supera los límites de sostenibilidad de cada una de las variables que los componen. Se encontró, entonces, que es viable la comercialización de la ruta turística de la zona centro del Huila denominada “Sendero Central del Huila”.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

2.3. Sostenibilidad Ambiental de la ruta turística de la zona centro departamental

El Plan Sectorial de Turismo Nacional “Turismo En Armonía Con La Vida 2022-2026”, del Departamento Nacional de Planeación (DNP, (2019)), mencionó, en su formulación, el surgimiento de preocupaciones en torno al nivel de cumplimiento y claridad de determinadas políticas y medidas de sostenibilidad turística que tienen que ver con la eficiencia en la gestión de recursos, especialmente en el subsector del hospedaje; el uso de plásticos; y la contaminación marina y terrestre. Así las cosas, el plan se organizó en 4 ejes estratégicos:

- (i) Democratización del turismo como fuerza transformadora para una cultura de paz;
- (ii) Territorios turísticos para la equidad y el bienestar;
- (iii) Turismo: alternativa para la transición económica y protección de la naturaleza
- (iv) Turismo: dinamizador de la economía para la vida y la justicia social. (DNP, (2019, pág. 26)).

El tercer eje, sobre turismo como alternativa para la transición económica y proteger la naturaleza, promueve una visión estratégica del sector, en aras de un turismo alternativo para la transición económica, proteger la naturaleza y promover una visión estratégica del sector.

Por otra parte, en términos de sostenibilidad el eje estratégico “Turismo: alternativa para la transición económica y protección de la naturaleza” se desarrolla de acuerdo al objetivo estratégico de impulsar la sostenibilidad de atractivos, servicios de empresas y destinos, para aprovechar la riqueza natural y cultural que existe en el país.

El indicador que formula el plan, finalmente, se conforma por la sumatoria de los atractivos, servicios, las empresas y los destinos turísticos del país impulsados en ámbitos de sostenibilidad, que se fortalecerán de acuerdo a los siguiente programas y proyectos (ver tabla 16).

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Tabla 16 Programas y proyectos de sostenibilidad ambiental

Programas	Proyectos
Turismo como estrategia para la conservación de la biodiversidad y la transición económica.	Garantizar el desarrollo de actividades económicas a largo plazo y generar fuentes de ingresos desde el turismo sostenible.
Desarrollo Sostenible del Turismo	Ejecutar acciones para reducir los impactos negativos económicos, sociales y medioambientales producto del turismo.

Nota. Elaboración propia a partir del Plan Sectorial de Turismo Nacional denominado “Turismo en armonía con la vida” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019)).

El Plan Sectorial de Turismo Departamental “Huila un Paraíso por Descubrir 2019 – 2032” menciona que en materia de infraestructura el departamento del Huila tiene un propósito por cumplir en la creación de sinergia a nivel nacional para su debida financiación, ejecución y operación con criterio de sostenibilidad económica, ambiental y social (Gobernación del Huila, (2019)).

Para ello, se citan 6 proyectos relevantes visionados en la zona y se hace mención de la necesidad de infraestructura para todos los tipos de transporte al servicio del turismo, vías para la conectividad al interior del destino Huila, dotación de Infraestructura fluvial de apoyo al turismo, servicios públicos para soportar el turismo, ordenamiento territorial para el desarrollo turístico de destinos sostenibles y sustentables para el desarrollo turístico del Departamento.

2.3.1. Planes de gestión integral de residuos sólidos (PGIRS) municipales

Los municipios llevan a cabo un Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos (GIRS) para mejorar el manejo de los residuos en la localidad, que incluye actividades que tienen como objetivo diseñar estrategias efectivas que permitan reducir la generación de residuos, aprovecharlos de manera eficiente y garantizar su tratamiento y disposición final de manera ambientalmente responsable, contribuyendo así a la protección del medio ambiente y la salud pública en el municipio (Empugar, (2022-2033)) (ver tabla 17).

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Tabla 17 Programas y actividades de sostenibilidad ambiental

Municipio	Programa	Actividades
Garzón	Programa de barrer y limpiar áreas públicas.	Garantizar la cobertura del servicio de barrido y limpieza Realizar el mantenimiento y reposición de cestas
	Programa de limpieza de playas costeras y ribereñas	Adelantar actividades sociales de inclusión para la conservación y cuidado de las Cuencas Hidrográficas Mitigación, control y eliminación de los puntos de disposición inadecuada de residuos
	Programa de gestión de residuos sólidos en el área rural	Desarrollar programas de cultura ciudadana e implementar alternativas de aprovechamiento Fortalecer los elementos operativos de prestación del servicio público de aseo.
Gigante	Programa de barrido y limpieza de vías y áreas publicas	Compra e instalación y restauración de canastillas o cestas
	Programa de limpieza de playas costeras y ribereñas	Diseñar y desarrollar campañas de sensibilización Implementar vallas o avisos publicitarios en las cuencas
	Programa de gestión de residuos sólidos en el área rural	Realización de diagnóstico para ampliar la prestación del servicio de aseo Realizar capacitación a la población rural para la concientización del pago del servicio de Aseo
El Pital	Programa de barrido y limpieza de vías y áreas publicas	Establecer las zonas de mayor y media criticidad Instalar cestas en áreas periféricas de zonas urbana y rural
	Programa de limpieza de playas costeras y ribereñas	Jornadas de limpieza en la Quebrada Yaguilga Instalar vallas informativas en las fuentes hídricas
	Programa de gestión de residuos sólidos en el área rural	Capacitar la comunidad rural sobre la recolección, transporte, aprovechamiento y disposición final de los residuos sólidos Establecer ruta de recolección de residuos.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

		Apoyo en la comercialización de reciclables
Altamira	Programa de barrido y limpieza de vías y áreas publicas	Instalar cestas en áreas periféricas Dotar de herramientas y EPP Desarrollar campañas de sensibilización sobre educación ambiental en la zona urbana y rural sobre el manejo adecuado de los RS en las áreas públicas.
	Programa de limpieza de playas costeras y ribereñas	Realizar Jornadas de limpieza en la bocatoma de La Quebrada La Perica Realizar Jornadas de limpieza de La Laguna.
	Programa de gestión de residuos sólidos en el área rural	Permanecer con la ruta de recolección de residuos en la zona rural. Apoyo en la comercialización de reciclables. Instalación de 4 puntos ecológicos en la zona rural
Tarqui	Programa de barrido y limpieza de vías y áreas publicas	Capacitación y divulgación de talleres comunitarios Ampliación e implementación de cestas de basura en el casco urbano del Municipio. Jornadas de limpieza, recolección de inservibles y embellecimiento
	Programa de limpieza de playas costeras y ribereñas	Adelantar jornadas de limpieza en la zona de recreación del rio Magdalena Adelantar jornadas de limpieza en la zona de recreación sobre la quebrada la Caraguata en el sitio conocido como “Las Lajas”
	Programa de gestión de residuos sólidos en el área rural	Contrato con entidades para la respectiva prestación del servicio de aseo en los centros poblados de Maito, Quituro, Vergel, Ricabrisa, Buenos Aires, La Esmeralda y Betania Prestación del servicio de recolección, transporte y disposición final de residuos en la zona rural Realización de campañas y talleres de concientización

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Guadalupe Programa de barrido y limpieza de vías y áreas publicas	Realización de la verificación del servicio en las rutas programadas Instalar cestas en áreas periféricas
Programa de limpieza de playas costeras y ribereñas	Jornadas de limpieza en la Quebrada la Viciosa Instalar vallas informativas y de sensibilización Realizar campañas del comparendo ambiental
Programa de gestión de residuos sólidos en el área rural	Realizar una caracterización, cuantificación de los residuos sólidos generados en el sector rural especialmente donde hay mayor población. Diseño de ruta de recolección Realizar estudio tarifario para la prestación del servicio Realizar Campañas de capacitación y sensibilización.

Nota. Elaboración propia a partir de los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos PGIRS.

2.3.2. Estrategia para la sostenibilidad de la ruta turística

De acuerdo a lo anterior, junto a los proyectos y programas de los entes territoriales, se proponen estrategias para asegurar la sostenibilidad de la ruta turística de la zona centro, la ejecución del plan de señalización turística con enfoque medio ambiental, como fomento a la sensibilización de los prestadores, turistas y comunidad en general de las practicas básicas de conservación; entre ellas, la recolección de basuras, el aprovechamiento de residuos, proyección de productos artesanales locales funcionales, charlas sobre conciencia ambientalista entre otros.

3. Discusión

Los atractivos turísticos de la zona centro del departamento del Huila, patrimonio natural y cultural, constituyeron una base sólida para el diseño e implementación de una ruta turística que aprovechara el potencial de la región y contribuya al desarrollo económico y social local supliendo las demandas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), (Mincomercio) (2020), además, de las potencialidades identificadas en la zona a partir del plan sectorial de turismo nacional “Turismo en armonía con la vida” y el departamental “Turismo: El propósito que nos une”.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Para la construcción de dicha ruta se involucró a las autoridades, empresas turísticas y comunidades locales; enfoque participativo fundamental para garantizar la viabilidad y el éxito de la propuesta donde se pretende de acuerdo al (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (2019)) el fortalecimiento del capital humano.

Asimismo, la identificación de la factibilidad comercial para implementar una ruta turística demostró que existe un potencial considerable para el desarrollo de un proyecto turístico exitoso, citando a (Galindo-Aguirre, Erazo-Álvarez, Narváez-Zurita y Matovelle-Romo, (2020)) donde se enfoca en que los productos turísticos recojan atractivos naturales y de patrimonio como fuente de recursos económicos. Y así se evidenció que los costos de implementación y de oferta son bajos y de acceso al público objetivo, dejando abierta la posibilidad de analizar otros nichos de mercado potenciales.

Finalmente, la determinación de la sostenibilidad de la ruta turística demostró los esfuerzos de los entes territoriales por asegurar que el turismo contribuya, a largo plazo, de manera positiva al desarrollo económico, social y ambiental de la región, con el propósito de generar planes de mitigación de riesgos alrededor del reconocimiento del departamento por su liderazgo nacional en productos agrícolas como el café, la granadilla y el arroz (Arias, (2020)).

Referencias

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Política de Turismo Sostenible*.

Bogotá D.C.: Mincomercio. <https://acortar.link/PuEh9I>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Plan sectorial de Turismo 2022-2026. Turismo en armonía con la vida*. Bogotá D.C: Mincomercio.

<https://acortar.link/YTsO6j>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018-2022. Turismo: El propósito que nos une*. Bogotá D.C.: Mincomercio.

<https://acortar.link/kVFFXL>

Galindo-Aguirre, J., Erazo-Alvarez, J., Narváez-Zurita, C. y Matovelle-Romo, M. (2020).

Factibilidad del Emprendimiento Turístico Rural. *Revista Arbitrada*

Interdisciplinaria Koinonía, 5(10), 862-892.

doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.838>

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

- Arias, E. R. (01 de 09 de 2020). *Factibilidad comercial*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/factibilidad-comercial.html>
- Arias, R. L. (24 de Febrero de 2020). *El Huila, más allá del café y las achiras*. Obtenido de ANeIA: <https://acortar.link/QMedtm>
- Banco de la República. (2 de febrero de 2024). *Informe de Política Monetaria - Enero de 2024*. Obtenido de <https://acortar.link/UQ5MNa>
- CenturHuila 3.0*. (2022). Obtenido de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ycjn.centurhuila&hl=es_CO&gl=US
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023a). *Producto Interno Bruto - PIB - Nacional trimestral*. Obtenido de DANE: <https://acortar.link/Enxp6d>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023b). *Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT)*. Obtenido de DANE: <https://acortar.link/pDcaNt>
- Empugar. (2022). *Plan de gestión integral de residuos sólidos municipio de Garzón – Huila*. Obtenido de Actualización y reformulación del plan de gestión integral de residuos sólidos PGIRS del municipio de Garzón – Huila.
- Empugar. (2022-2033). *Plan de gestión integral de residuos sólidos municipio de Garzón – Huila*. Obtenido de Actualización y reformulación del plan de gestión integral de residuos sólidos PGIRS del municipio de Garzón – Huila.
- Escobedo, A. (20 de noviembre de 2018). *Turismo de naturaleza: ¿En qué consiste y cuál es su origen?* Obtenido de Entornos turisticos: <https://acortar.link/YQLel>
- Escobedo, A. (2018). *Turismo de naturaleza: ¿En qué consiste y cuál es su origen?* Obtenido de Entornos turisticos: <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/>
- Galindo, J., Erazo, J., Narváez, C., & Matovelle, M. (2020). *Factibilidad del Emprendimiento Turístico Rural*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/journal/5768/576869215031/html/>
- Galindo-Aguirre, J., Erazo-Alvarez, J., Narváez-Zurita, C., & Matovelle-Romo, M. (2020). Factibilidad del Emprendimiento Turístico Rural. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 862-892. doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.838>
- Gobernación del Huila. (2019). *Actualización Plan Sectorial de Turismo “Huila, un Paraíso por Descubrir 2019 – 2032”*. Neiva: Gobernación del Huila. Obtenido de Alcaldía de Neiva: <https://acortar.link/vP1w1s>
- Gobernación del Huila. (13 de 12 de 2023). *El Huila será anfitrión en el encuentro iberoamericano de turismo rural y sostenible en 2024*. Obtenido de Gobernación

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

del Huila: <https://www.huila.gov.co/publicaciones/14594/el-huila-sera-anfitrión-en-el-encuentro-iberoamericano-de-turismo-rural-y-sostenible-en-2024/#:~:text=El%20departamento%20del%20Huila%20ser%C3%A1,12%20de%20diciembre%20de%202023>

Gobernación del Huila. (30 de 10 de 2023). *Parque Tecnológico Manila, un referente de innovación, economía naranja y turismo sostenible*. Obtenido de <https://www.huila.gov.co/publicaciones/14452/parque-tecnologico-manila-un-referente-de-innovacion-economia-naranja-y-turismo-sostenible/>

Gobernación del Huila. (13 de diciembre de 2023a). *El Huila será anfitrión en el encuentro iberoamericano de turismo rural y sostenible en 2024*. Obtenido de Gobernación del Huila: <https://acortar.link/0oxKpT>

Gobernación del Huila. (30 de octubre de 2023b). *Parque Tecnológico Manila, un referente de innovación, economía naranja y turismo sostenible*. Obtenido de Gobernación del Huila: <https://acortar.link/8EPw17>

Gobernación del huila secretaria de cultura y turismo. (11 de 2019). *Actualización plan sectorial de turismo huila un paraíso por descubrir 2019-2032*.

Google Play. (2022). *CenturHuila 3.0*. Obtenido de Google Play : <https://acortar.link/8VJ1CN>

Hernández , R. (2017). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Academia UTP: <https://academia.utp.edu.co/grupobasicoclinicayaplicadas/files/2013/06/Metodolog%C3%ADa-de-la-Investigaci%C3%B3n.pdf>

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. M. (2017). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Mc Graw Hill. Obtenido de Academia UTP: <https://acortar.link/J63W2>

Méndez, R. (2020). Formulación y evaluación de proyectos enfoque para emprendedores . En R. Méndez, *Formulación y evaluación de proyectos enfoque para emprendedores* (págs. 293-296). Bogotá D.C.: ECOE.

Méndez, R. (2020). Formulación y evaluación de proyectos enfoque para emprendedores Décima edición. En R. Méndez, *Formulación y evaluación de proyectos enfoque para emprendedores Décima edición* (pág. 544). Bogotá: ECOE.

Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible (Minambiente). (2020). *Lineamientos ambientales para el ordenamiento de las actividades turísticas en suelo rural*. Obtenido de Minambiente: Lineamientos ambientales para el ordenamiento de las actividades turísticas en suelo rural

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018-2022. Turismo: El propósito que nos une*. Bogotá D.C.: Mincomercio. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://acortar.link/kVFFXL>

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Plan sectorial de Turismo 2022-2026 (Turismo en armonía con la vida)*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/05022023_Plan_Sectorial_Turismo.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Plan sectorial de Turismo 2022-2026. Turismo en armonía con la vida*. Bogotá D.C: Mincomercio. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://acortar.link/YTsO6j>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Política de Turismo Sostenible*. Bogotá D.C.: Mincomercio. Obtenido de Mincit: <https://acortar.link/PuEh9I>
- Ministerio de Trabajo. (29 de diciembre de 2023). Decreto 2292 de 2023. *Por el cual se fija el salario mínimo mensual legal*. Bogotá D.C. Obtenido de <https://acortar.link/jptmHG>
- Ministro de Comercio, Industria y Turismo (Mincomercio). (2020). *Política de Turismo Sostenible*. Obtenido de Mincit : <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>
- Saavedra, W. J. (2019). ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN INSTITUTO DE EDUCACIÓN NO FORMAL PRE-UNIVERSITARIA Y DE PREICFES ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA DIRIGIDO A LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL DEL MUNICIPIO DE NEIVA. *UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA*.
- Saavedra, W. J. (2019). Análisis de factibilidad para la creación de un instituto de educación no formla pre- universitaria y de PreIcfes adscrito a la Universidad Surcolombiana dirigido a la población estudiantil del municipio de Neiva. *Universidad Surcolombiana*.
- Sistema de Información Turística y Cultural del Huila. (2019). *Boletines Estadísticos*. Obtenido de SITYC Huila: <http://turismo.huila.gov.co/boletines>
- Toro, G. (2020). La política de turismo en Colombia. *Turismo y Sociedad*, 2, 9-16. Obtenido de Universidad del Externado: <https://acortar.link/sQgUzw>
- Toro, G. (2020). *LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO EN COLOMBIA*. Obtenido de Universidad del Externado: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2204/1948><https://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/politica-turistica-colombia-omision-accion-86526>

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Lista de tablas

Tabla 1 Inventario turístico.....	6
Tabla 2 Itinerario de los trazos	8
Tabla 3 Rutas turísticas	9
Tabla 4 Agencias turísticas.....	11
Tabla 5 Variables económicas.....	12
Tabla 6 Caracterización	13
Tabla 7 Análisis de inversiones.....	15
Tabla 8 Ingresos Projectados itinerario 1 y 2	16
Tabla 9 Análisis de costos	17
Tabla 10 Costos de personal.....	18
Tabla 11 Análisis de gastos	18
Tabla 12 Flujo financiero operativo	19
Tabla 13 Flujo de caja	20
Tabla 14 Evaluación financiera del proyecto	20
Tabla 15 Indicadores de la evaluación financiera del proyecto.....	21
Tabla 16 Programas y proyectos de sostenibilidad ambiental.....	23
Tabla 17 Programas y actividades de sostenibilidad ambiental	24

Lista de figuras

Figura 1 Trazo 1	7
Figura 2 Trazo 2	7