

# Parques y monumentos representativos de la cultura opita con potencial para el turismo urbano y comunitario en la ciudad de

# Neiva



Martha Isabel Rojas  
José Alfonso Vargas



# **Parques y monumentos representativos de la cultura opita con potencial para el turismo urbano y comunitario en la ciudad de Neiva**

Martha Isabel Rojas

José Alfonso Vargas

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Administración de Empresas Turísticas  
Grupo de investigación Coratenea

Corporación Universitaria del Huila

CORHUILA

2026

Catalogación en la publicación – Biblioteca Nacional de Colombia

Rojas, Martha Isabel, autora

Parques y monumentos representativos de la cultura opita con potencial para el turismo urbano y comunitario en la ciudad de Neiva / Martha Isabel Rojas, José Alfonso Vargas. -- Primera edición. -- Neiva : Corhuila, 2026.

1 recurso en línea : archivo de texto: PDF.

Incluye glosario -- Incluye referencias bibliográficas.

ISBN 978-628-7748-16-3

1. Turismo - Investigaciones - Neiva 2. Comercio turístico - Aspectos sociales - Neiva 3. Desarrollo social - Investigaciones - Neiva 4. Parques urbanos - Historia - Neiva 5. Monumentos históricos - Neiva I. Vargas, José Alfonso, autor

CDD: 338.479186139 ed. 23

CO-BoBN- a1175841

## **Parques y monumentos representativos de la cultura opita con potencial para el turismo urbano y comunitario en la ciudad de Neiva**

© **Corporación Universitaria del Huila – 2026**

© **De los autores**

**Editorial CORHUILA**

**e-ISBN:** 978-628-7748-16-3

**Primera edición:** Neiva, Colombia, noviembre, 2026

**Coordinador editorial:** Jaime Arturo Cabrera Navarrete

**Diseño y diagramación:** Luz Amanda Hernández Rey

**Corrección de estilo:** Jaime Arturo Cabrera Navarrete

Óscar Eduardo Chávarro Arias – Rector

Editorial de la Corporación Universitaria del Huila – CORHUILA

Calle 21 N° 6 - 01 Barrio Quirinal

Neiva, Huila, Colombia

Teléfono (8) 8754220

editorial@corhuila.edu.co

**Esta obra está licenciada bajo CC BY-NC-ND 4.0**

 **CC BY-NC-ND 4.0**

Hecho en Colombia

Made in Colombia

Se autoriza la reproducción total o parcial de la obra para fines educativos siempre y cuando se cite la fuente. El contenido de este documento se ampara en el derecho de expresión de sus autores y no representa el pensamiento ni la posición institucional de la Corporación Universitaria del Huila – CORHUILA. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos. Este manuscrito fue sometido a un proceso de revisión de pares.

## Resumen

Neiva, capital del departamento del Huila, es un paso casi obligado de visitantes o extranjeros en busca de destinos turísticos de otros municipios del Huila o el sur de Colombia. De tal fenómeno, Neiva no se está beneficiando social-, económica- ni culturalmente. La presente investigación pretende identificar los parques y monumentos representativos de la cultura huilense con mayor potencial para el turismo urbano y comunitario en la ciudad de Neiva. Luego, se identifican en ellos características propias del turismo urbano y comunitario. Al tiempo, la investigación busca generar procesos de identidad sociocultural con actores directa- e indirectamente involucrados y conectados con dichos parques y monumentos. El enfoque de la investigación es mixto; se analizan y vinculan datos cuanti- y cualitativos que facilitan comprender por qué Neiva no capitaliza el paso de turistas, y cómo sus parques y monumentos pueden convertirse en atractivos turísticos urbanos y comunitarios.

**Palabras clave:** turismo urbano, turismo comunitario, patrimonio cultural, espacios públicos, identidad territorial.

## Abstract

Neiva, the capital of the department of Huila, is an almost mandatory stop for visitors or foreigners seeking tourist destinations in other municipalities of Huila or southern Colombia. As a result of this phenomenon, Neiva is not benefitting socially, economically, or culturally. This research aims to identify the parks and monuments that are representative of Huilense culture and have the greatest potential for urban and community tourism in Neiva. Subsequently, it identifies characteristics of urban and community tourism within these sites. At the same time, the study seeks to foster sociocultural identity processes with actors directly and indirectly involved and connected with these parks and monuments. The research approach is mixed; quantitative and qualitative data are analyzed and combined to help understand why Neiva does not capitalize on the flow of tourists, and how its parks and monuments can become urban and community tourist attractions.

**Key words:** urban tourism, community tourism, cultural heritage, public spaces, territorial identity.

# Tabla de contenido

<b>Introducción</b> .....	10
<b>Capítulo 1. Neiva: puertas abiertas a un turismo en transformación</b> .....	12
Turismo urbano: regeneración y cultura en las ciudades.....	14
Turismo comunitario: desarrollo local y sostenibilidad .....	14
Sostenibilidad en el turismo: un principio transversal .....	15
Neiva como corredor turístico.....	15
Turismo en Neiva .....	17
Sitios emblemáticos .....	20
Mitos, leyendas y símbolos .....	20
Inspirados en obras .....	32
<b>Capítulo 2 . Neiva como destino turístico: estudio, datos y realidades</b> .....	38
<b>Capítulo 3. Neiva: entre la memoria cultural y el turismo que aún no despierta</b> .....	72
<b>Glosario</b> .....	80
<b>Referencias</b> .....	81

## Lista de tablas

Tabla 1 <i>Inventario turístico de la ciudad de Neiva</i> .....	17
Tabla 2 <i>Encuestas para la investigación</i> .....	40
Tabla 3 <i>Preguntas de la encuesta núm. 1, dirigida a visitantes</i> .....	40
Tabla 4 <i>Valores de P2</i> .....	41
Tabla 5 <i>Valores de P3</i> .....	42
Tabla 6 <i>Valores de P4</i> .....	43
Tabla 7 <i>Valores de P5</i> .....	44
Tabla 8 <i>Valores de P8</i> .....	45
Tabla 9 <i>Preguntas de la encuesta núm. 2, dirigida a empleados del sector privado</i> .....	46
Tabla 10 <i>Valores de P2</i> .....	46
Tabla 11 <i>Valores de P3</i> .....	47
Tabla 12 <i>Valores de P4</i> .....	48
Tabla 13 <i>Valores de P6</i> .....	49
Tabla 14 <i>Valores de P8</i> .....	50
Tabla 15 <i>Valores de P10</i> .....	50
Tabla 16 <i>Preguntas de la encuesta núm. 3, dirigida a empleados del sector público</i> .....	51
Tabla 17 <i>Valores de P1</i> .....	51
Tabla 18 <i>Valores de P2</i> .....	52
Tabla 19 <i>Valores de P3</i> .....	53
Tabla 20 <i>Valores de P4</i> .....	53
Tabla 21 <i>Valores de P5</i> .....	54
Tabla 22 <i>Valores de P6</i> .....	55
Tabla 23 <i>Valores de P7</i> .....	55
Tabla 24 <i>Valores de P8</i> .....	56
Tabla 25 <i>Preguntas de la encuesta núm. 4, dirigida a agencias de viajes</i> .....	57
Tabla 26 <i>Valores de P2</i> .....	57
Tabla 27 <i>Valores de P4</i> .....	58

Tabla 28 Valores de P5 .....	59
Tabla 29 Valores de P6 .....	60
Tabla 30 Valores de P7 .....	61
Tabla 31 Preguntas de la encuesta núm. 5, dirigida a transportadores.....	61
Tabla 32 Valores de P2 .....	62
Tabla 33 Valores de P3 .....	63
Tabla 34 Valores de P4 .....	64
Tabla 35 Valores de P5 .....	64
Tabla 36 Valores de P6 .....	65
Tabla 37 Preguntas de la encuesta núm. 6, dirigida a turistas .....	66
Tabla 38 Valores de P2 .....	66
Tabla 39 Valores de P3 .....	67
Tabla 40 Valores de P4 .....	68
Tabla 41 Valores de P5 .....	69
Tabla 42 Valores de P6 .....	69
Tabla 43 Valores de P7 .....	70
Tabla 44 Valores de P8 .....	71

## Lista de figuras

Figura 1 <i>Mapa de la ciudad de Neiva</i> .....	16
Figura 2 <i>Parque Andino</i> .....	20
Figura 3 <i>Conjunto escultórico de figuras representativas de mitos y leyendas del Alto Magdalena ubicados en el parque Andino</i> .....	21
Figura 4 <i>Monumento mirador “El mohán”</i> .....	24
Figura 5 <i>Monumento “La madre Tierra”</i> .....	25
Figura 6 <i>Monumento “La raza”</i> .....	26
Figura 7 <i>Monumento “La Gaitana”</i> .....	27
Figura 8 <i>Monumento “El caballo colombiano”</i> .....	28
Figura 9 <i>Monumento “La lavandera”</i> .....	29
Figura 10 <i>Domo de las antípodas</i> .....	30
Figura 11 <i>Monumento “Luna roja”</i> .....	31
Figura 12 <i>Monumento “Me llevarás en ti”</i> .....	32
Figura 13 <i>Monumento “Llamarada”</i> .....	33
Figura 14 <i>Monumento “Los guaduales”</i> .....	34
Figura 15 <i>Monumento “El caracolí”</i> .....	35
Figura 16 <i>Monumento “Al sur”</i> .....	36
Figura 17 <i>Parque “El pentagrama musical”</i> .....	37
Figura 18 <i>Valores de P2</i> .....	41
Figura 19 <i>Valores de P3</i> .....	42
Figura 20 <i>Valores de P4</i> .....	43
Figura 21 <i>Valores de P5</i> .....	44
Figura 22 <i>Valores de P8</i> .....	45
Figura 23 <i>Valores de P2</i> .....	46
Figura 24 <i>Valores de P3</i> .....	47
Figura 25 <i>Valores de P4</i> .....	48
Figura 26 <i>Valores de P6</i> .....	49

Figura 27 Valores de P8.....	58
Figura 28 Valores de P10.....	59
Figura 29 Valores de P1.....	60
Figura 30 Valores de P2.....	61
Figura 31 Valores de P3.....	61
Figura 32 Valores de P4.....	62
Figura 33 Valores de P5.....	63
Figura 34 Valores de P6.....	64
Figura 35 Valores de P7.....	64
Figura 36 Valores de P8.....	65
Figura 37 Valores de P2.....	66
Figura 38 Valores de P4.....	66
Figura 39 Valores de P5.....	67
Figura 40 Valores de P6.....	61
Figura 41 Valores de P7.....	64
Figura 42 Valores de P2.....	62
Figura 43 Valores de P3.....	63
Figura 44 Valores de P4.....	64
Figura 45 Valores de P5.....	65
Figura 46 Valores de P6.....	65
Figura 47 Valores de P2.....	66
Figura 48 Valores de P3.....	67
Figura 49 Valores de P4.....	68
Figura 50 Valores de P5.....	69
Figura 51 Valores de P6.....	70
Figura 52 Valores de P7.....	70
Figura 53 Valores de P8.....	71

# Introducción

A nivel mundial, el turismo cada vez más asume un papel protagónico en las proyecciones de progreso económico de los países (UN Tourism, 2024). Igualmente, en Colombia, se ha convertido en tendencia estudiar, comprender y proyectar el turismo como aspecto clave del progreso de las sociedades en renglones específicos de mercados. El departamento del Huila y la actividad turística están catalogados como uno de los potenciales para el desarrollo económico y el desarrollo industrial con grandes perspectivas de apertura de fuentes de trabajo para los pobladores del departamento (Comunicaciones ProColombia, 2021).

En la historia del Huila, se constata que su turismo nace en el municipio de Villavieja, donde se puede contemplar el importante desierto de la Tatacoa, uno de los atractivos turísticos más representativos del departamento, y punto de origen del desarrollo turístico regional (Mosquera Vásquez, 2019). El Huila es un territorio de transición entre la selva, el llano y el altiplano; es decir, una zona de paso obligado para llegar a los exóticos territorios del sur de Colombia: Caquetá, Putumayo y la gran Amazonía. Del mismo modo, Neiva, su capital, se ha convertido en un corredor de turistas que tienen por objetivo llegar a dichos departamentos u otros municipios del Huila como destinos turísticos; entre ellos: Villavieja, por el desierto de la Tatacoa; La Ulloa y Rivera, por su clima fresco, aguas termales y miradores; Paicol, por la Caja de Agua; San Agustín, por el parque arqueológico; Gigante, por la Mano del Gigante y las fincas cafeteras; entre otros.

En promedio, un turista permanece entre 1 y 2 días en Neiva. Sin embargo, durante su estancia, el turista solo busca pasar la noche, terminar de ajustar sus planes turísticos y partir a sus destinos turísticos finales. Esto indica que Neiva no constituye un atractivo turístico propiamente del Huila; sin embargo, sirve a los turistas de paso como punto de referencia para organizar sus planes turístico.

El fenómeno admite dos lecturas. Por un lado, la situación preocupa en la medida que la capital huilense está siendo inviabilizada por el mercado turístico y sus diferentes actores: operadores, institucionalidad, pobladores y el mismo turista. Por el otro, el fenómeno podría configurarse como una gran oportunidad de crecimiento socioeconómico basado en un turismo altamente diferenciado del ofrecido en los municipios del departamento.

Por lo anterior, esta investigación se enfoca en el turismo urbano y comunitario como la posibilidad turística de Neiva frente a las opciones de turismo del resto del Huila. Esto, teniendo en cuenta que, si bien Neiva ofrece algunas posibilidades llamativas para el turista, estas son dispersas y poco empoderadas por las comunidades propias de dichos territorios, lo cual resulta en un desafortunado desaprovechamiento del desarrollo turístico local.

En tal sentido, este proyecto pretende responder a la siguiente pregunta: ¿qué parques y monumentos representativos de la cultura opita tienen mayor potencial para el turismo comunitario y urbano en la ciudad de Neiva? Identificarlos es el objetivo de la presente investigación. Resuelta la pregunta, la ciudadanía neivana tendrá conciencia sobre una oferta turística atractiva, viable y local que haría que el número de turistas aumente en su paso por la ciudad, conozcan más la cultura opita y generen lazos de confianza con comunidades empoderadas de sus potenciales turísticos.

Resulta urgentemente necesario construir una propuesta turística que posibilite un mayor contacto del turista con la ciudad. Desde esa perspectiva, tal apuesta debe tener, por un lado, una marcada diferencia con los tipos de turismo ofrecidos en los otros municipios del Huila (religioso, de aventura, antropológico, agro-ecoturismo, etc.); por otro, una carga visible de accesibilidad, empoderamiento social y de tradición opita.

El crecimiento en la demanda por el turismo urbano y comunitario a nivel mundial es muy alentador. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (UN Tourism, 2024), este segmento creció un 50% en los últimos diez años. Este organismo estima que quienes más se interesan en este tipo de turismo son las generaciones jóvenes, alrededor de 270 millones de personas, que demandan productos auténticos en las urbes. Según la Organización de Naciones Unidas (2022) y el World Bank Group (2019), la mitad de la población del mundo es urbana. Se espera que, para el año 2030, haya un crecimiento del 61%, lo cual tendría un impacto considerable en el turismo urbano como factor clave del desarrollo de la ciudad y su economía.

ProColombia (2021) identificó aproximadamente 40 mercados con oportunidades de turismo urbano y comunitario, entre los que se encuentran Estados Unidos, Alemania, Argentina, Australia, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, China, Corea del Sur, Ecuador, España, Francia, Holanda, Indonesia, Japón, México y Reino Unido. Por lo anterior, consideramos que apostarles a ofertas de calidad en este turismo sería la mejor opción para lograr que el turista no vea a Neiva solo como una ciudad de paso, sino como un destino turístico por explorar.

Para cumplir con el objetivo general, planteamos tres específicos: 1) caracterizar los parques y monumentos de Neiva de mayor arraigo en la cultura opita; 2) identificar en ellos características propias del turismo urbano y comunitario; 3) determinar porcentajes de mayor reconocimiento de actores directa- e indirectamente involucrados y conectados con dichos parques y monumentos. El presente libro se estructura en tres capítulos. En el capítulo 1, se propone una revisión teórica del problema. En el capítulo 2, se expone el diseño metodológico: el tipo de estudio, las técnicas implementadas y las fuentes de información. También, se incluyen los resultados. Finalmente, en el capítulo 3, se propone una reflexión final a partir de los resultados.





# Neiva:

## puertas abiertas a un turismo en transformación

Esta investigación se fundamenta en la comprensión de los conceptos esenciales del turismo, con énfasis en el turismo urbano y el comunitario, enfoques que permiten analizar de manera integral la interacción entre los visitantes, los espacios urbanos y las comunidades receptoras.

El turismo ha sido definido desde múltiples perspectivas a lo largo del tiempo. Entre los primeros en conceptualizarlo, se encuentran los académicos suizos Hunziker & Krapf (2018), quienes lo describieron como un fenómeno derivado del desplazamiento temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual, sin fines de lucro. Posteriormente, la ONU Turismo (2021) amplió esta definición al considerar el turismo como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período no mayor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos.

Desde una mirada más compleja, Martín de la Rosa (2003) interpreta el turismo como un fenómeno que involucra interacciones económicas, sociales, culturales y ambientales entre múltiples actores: turistas, comunidades receptoras, entidades gubernamentales y proveedores de servicios. Por su parte, Hall & Page (2014) afirman que el turismo debe ser entendido como un sistema dinámico de relaciones y flujos entre personas, lugares y productos, articulado en el espacio y el tiempo, con consecuencias tanto locales como globales.

En el estudio realizado por Tan et al. (2025) sobre la gestión del turismo urbano en China, se subraya la importancia de concebir el turismo no solo como un desplazamiento físico, sino como una interacción social, simbólica y económica que transforma tanto al visitante como al destino. Esta perspectiva permite comprender al turismo como un proceso cultural que genera significados y vínculos entre los actores involucrados.

## **Turismo urbano: regeneración y cultura en las ciudades**

El turismo urbano ha emergido como una herramienta estratégica para la revitalización de las ciudades, especialmente a partir de las décadas de 1980 y 1990. Según Law (1993), muchas urbes comenzaron a promover el turismo como un mecanismo para contrarrestar la desindustrialización, impulsar la economía local y rehabilitar espacios degradados. En este sentido, el turismo urbano cumple funciones tanto económicas como simbólicas, pues reconfigura el paisaje urbano y el imaginario colectivo de la ciudad.

Bacci (2007) resalta que el turismo urbano busca no solo beneficios económicos, sino también impactos sociales positivos, como el fortalecimiento de la identidad local, la generación de empleo y la inclusión de comunidades urbanas en los procesos turísticos. Tan et al. (2025) complementan esta visión al definir el turismo urbano como aquel que se desarrolla en entornos urbanos y valoriza sus atributos culturales, históricos, recreativos y arquitectónicos. Asimismo, Ashworth & Page (2011) argumentan que las ciudades, como centros de consumo cultural, ofrecen una amplia variedad de productos turísticos basados en patrimonio, arte, gastronomía, compras y eventos, lo cual convierte al turismo urbano en un fenómeno complejo, multidimensional y en constante evolución.

## **Turismo comunitario: desarrollo local y sostenibilidad**

El turismo comunitario representa una alternativa al modelo turístico tradicional al poner en el centro la participación de las comunidades locales. Murphy (2014) fue uno de promotores más recientes del concepto, posteriormente enriquecido por más estudios. López-Guzmán & Sánchez Cañizares (2009) lo definen como una modalidad turística que implica el involucramiento directo de la comunidad en la planificación, gestión y beneficios de la actividad turística. Este enfoque tiene como finalidad mejorar la calidad de vida de la población local, respetar los recursos naturales y culturales, y ofrecer experiencias auténticas a los visitantes.

Desde la perspectiva clásica de Álvarez Sousa (2005), el turismo comunitario debe analizarse como un sistema integrado que considera distintos tipos de capitales: social, cultural, ambiental, económico y patrimonial. Este marco teórico es útil para evaluar los impactos del turismo en las comunidades y para diseñar estrategias sostenibles de desarrollo. En la misma línea, Hiwasaki (2006) sostiene que el turismo comunitario busca conservar el ambiente, fortalecer el tejido social y diversificar la económica de los territorios, sin sacrificar los valores culturales que los caracterizan.

## Sostenibilidad en el turismo: un principio transversal

El concepto de sostenibilidad en el turismo se ha convertido en un principio rector para las políticas y prácticas del sector. Orgaz Agüera & Moral Cuadra (2016) indican que el turismo comunitario es una herramienta eficaz para alcanzar el desarrollo sostenible en contextos rurales y urbanos, al integrar las dimensiones económica, social y ambiental. En efecto, la sostenibilidad turística implica no solo minimizar los impactos negativos sobre el entorno, sino también garantizar la equidad social y la viabilidad económica del destino.

Butler (1999), a través de su Modelo del Ciclo de Vida del Destino Turístico, advierte sobre la necesidad de planificar el desarrollo turístico de manera consciente, a fin de evitar la sobreexplotación y el deterioro del atractivo turístico. También, Sharplay (2009) señala que un enfoque sostenible debe priorizar la participación local, la educación ambiental y la distribución equitativa de los beneficios generados por el turismo.

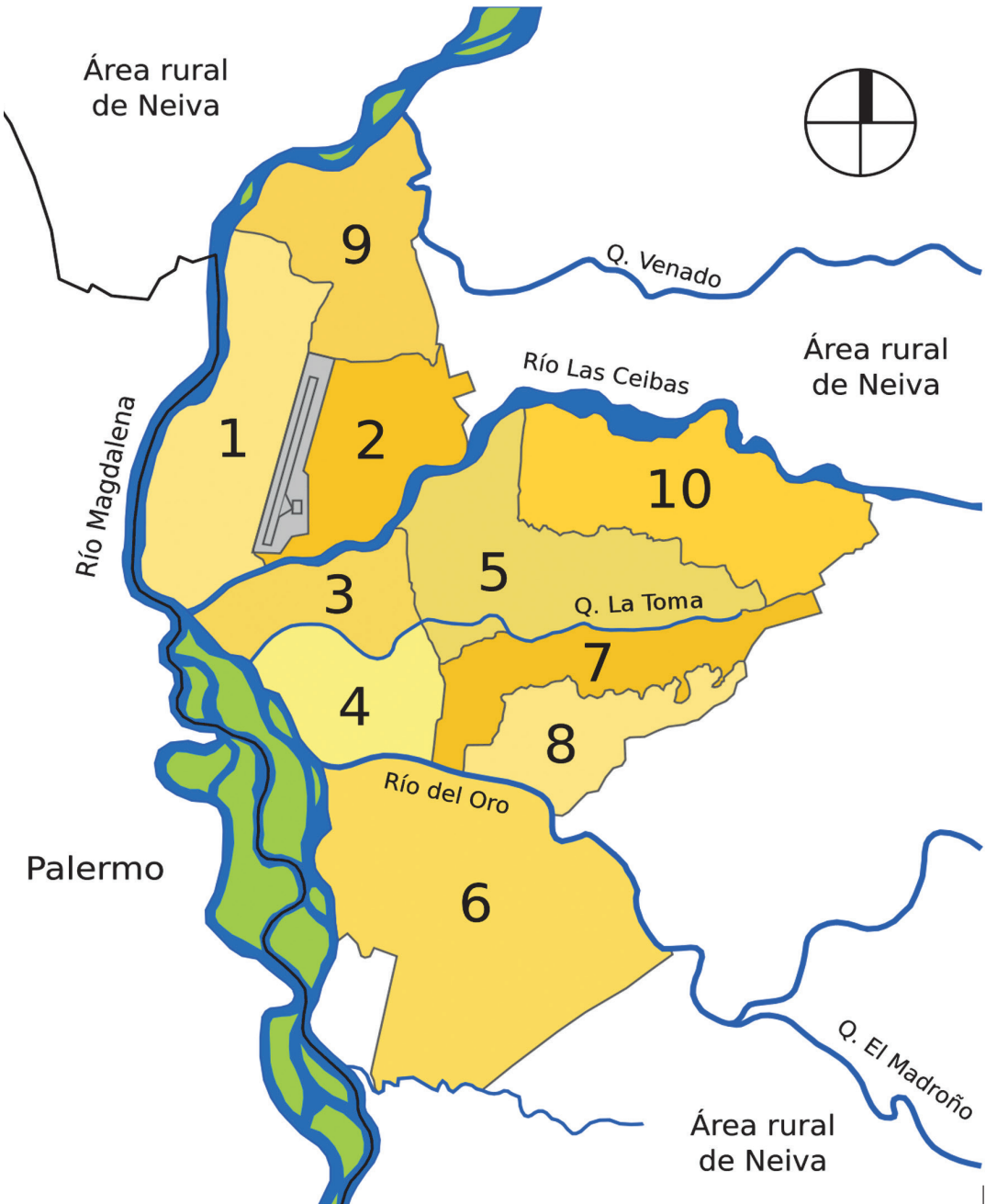
## Neiva como corredor turístico

La ciudad de Neiva, capital del departamento del Huila en Colombia, se posiciona como un nodo estratégico dentro del corredor turístico del suroccidente del país. Su localización geográfica, entre las cordilleras Central y Oriental, la convierte en un punto de articulación entre importantes destinos como Bogotá, Popayán, Mocoa, Florencia y Pasto. Además, Neiva cuenta con un rico acervo patrimonial, cultural y natural que puede ser aprovechado desde una perspectiva de turismo urbano y comunitario, siempre que se garantice la participación de sus habitantes en los procesos de planificación y gestión turística. En la Figura 1, se aprecia el mapa de Neiva:



**Figura 1**

Mapa de la ciudad de Neiva



Nota. Tomado de Rojas (2011).



## Turismo en Neiva

A continuación, se propone un inventario turístico de la ciudad de Neiva.

Tabla 1

*Inventario turístico de la ciudad de Neiva*

Tipología		Elemento turístico
<b>Atractivos naturales</b>		
 <p><b>Sitios naturales</b></p>	1.	Río Magdalena
	2.	Río Las Ceibas
	3.	Río El Oro
	4.	Quebrada La Toma
	5.	Laguna El Curibano
	6.	Laguna Los Colores
	7.	Cerro Neiva
	8.	Cerro El Chiflón
	9.	Cerro El Buitre
	10.	Reserva Natural La Tribuna
	11.	Jardín Botánico de Neiva

Tipología		Elemento turístico
<b>Atractivos culturales</b>		
 <p><b>Patrimonio histórico</b></p>	1.	Hacienda Matamundo
 <p><b>Patrimonio arquitectónico</b></p>	1.	Edificio Nacional
	2.	Estación del Ferrocarril
	3.	Hacienda Matamundo
	4.	Batallón Tenerife
	5.	Centro de Convenciones José Eustasio Rivera
	6.	Estación del Ferrocarril de Fortalecillas
 <p><b>Templos</b></p>	1.	Templo Colonial
	2.	Templo Virgen de Aránzazu en La Gaitana
	3.	Catedral Inmaculada Concepción
	4.	Santuario a San Roque en El Caguán
	5.	Santuario al Señor de Los Milagros en San Francisco
 <p><b>Obras de arte expuesta al público</b></p>	1.	Conjunto Escultórico Ciudad Villamil
	2.	Conjunto Escultórico Mitología Alto Magdalena – Parque Andino
	3.	Monumentos del Citytour
	4.	I. E. Liceo de Santa Librada
	5.	El Pescador
	6.	Obelisco a los Mártires
	7.	Monumento a las Bailarinas
	8.	El Cristo Intercesor de Peño Redondo
	9.	Monumento al Triunfo

## Tipología

## Elemento turístico



### Monumentos

1. Parque Andino
2. El caballo colombiano
3. Me llevarás en ti
4. La lavandera
5. Llamada
6. Los guaduales
7. La raza
8. Palacio de los niños
9. El caracolí
10. Parque el pentagrama musical
11. El Mohán
12. La Gaitana
13. La Madre Tierra
14. Domo de las antípodas
15. Al sur
16. Luna roja 1
17. Luna roja 2
18. Los potos
19. Centro de Convenciones José Eustasio Rivera



### Parques

1. Parque Santander
2. Parque Andino
3. Plaza Cívica Los Libertadores
4. Parque Leesburg
5. Parque de la Música Jorge Villamil Cordobés
6. Parque Caracolí
7. Parque de Los Periodistas
8. Paseo José Eustasio Rivera
9. Plaza Cívica Los Libertadores



### Museos

1. Museo de Arte Contemporáneo del Huila
2. Museo Arqueológico Regional de Neiva
3. Museo Geológico Petrolero – Universidad Surcolombiana
4. Museo de Arte Moderno de Neiva
5. Museo Prehistórico
6. Museo Jorge Villamil Cordobés

## Tipología

## Elemento turístico

### Atractivos folclóricos



### Gastronomía

1. Asado huilense
2. Tamal huilense
3. Lechona huilense
4. Quesillo huilense
5. Viudos de pescado
6. Sancocho de pollo
7. Mistela
8. Surumba

## Atractivos folclóricos

9. Guarapo
10. Biscocho achira
11. Biscocho de cuajada
12. Masato (dulce)
13. Nochebuena
14. Alfandoques
15. Sevillana
16. Juan Valerio
17. Cholupa
18. Chicha de maíz
19. Aguardiente anisado
20. Arepa orejaeperro
21. Insulso
22. Bizcochuelo



### Música

1. Rajaleña
2. Bambuco
3. Campesina



### Baile

1. Sanjuanero



### Artesanías

2. Utilitarios de madera
3. Utilitarios de bejuco
4. Bisutería
5. Decoraciones

## Tipología

## Elemento turístico

### Eventos institucionales



### Reinados

1. Reinado Nacional del Bambuco



### Festivales

1. Festival Folclórico
2. Encuentro Departamental Estudiantil de Rajaleña
3. Viva la Palabra Viva
4. Festival de Cuenteros
5. Festival de Cine de Neiva Cinexcusa



### Cívicos

1. Fundación del Municipio
2. Premio Mingo Pinzón
3. Premio Periodismo Reynaldo Matiz



### Fiestas reales

1. Fortalecillas
2. Guacirco

## Sitios emblemáticos

Como se puede apreciar en la tabla anterior, el inventario turístico de Neiva es robusto. A continuación, se presentan los elementos turísticos más emblemáticos de la ciudad, sin que eso signifique que los demás tengan menor valor. Las descripciones son propias con apoyo en Bautista (2019).

## Mitos, leyendas y símbolos

Figura 2

Parque Andino



Nota. Tomado de Huila Turística (2012).

Hoy día, el parque Andino está conformado por el edificio que albergó la estación del ferrocarril desde 1938 hasta 1985. Es un importante hito arquitectónico en la historia de Neiva. La estación no solo sirvió como punto de conexión para el transporte ferroviario de la región y el país, sino que se convirtió en un símbolo del desarrollo urbano de la época. Allí mismo se encuentra el busto del general José de San Martín, una obra que rinde homenaje a uno de los más grandes héroes de la independencia argentina. Este busto, realizado en bronce, es parte de un conjunto escultórico que incluye 16 figuras representativas de mitos y leyendas del Alto Magdalena. Tal conjunto forma parte del rico patrimonio cultural de la región huilense; refleja la conexión entre la historia y las tradiciones locales. Entre estas figuras, se destacan:

**Figura 3**

*Conjunto escultórico de figuras representativas de mitos y leyendas del Alto Magdalena ubicados en el parque Andino*



**La llorona**



**El mohán**



**La madre monte**



**La candileja**



**El hojarasquín**



**La madre agua**



**La muelona**



**Mandingas**



**La mula del diablo**



**La patasola**



**El poira**



**El pollo malo**



**El sombrero**



**El tunjo de oro**



**El duende**

*Nota.* Tomado de Huila Magnífica (2017).

**Figura 4**

*Monumento mirador “El mohán”*



*Nota.* Tomado de Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo (2025).

Esta obra, elaborada por el maestro Emiro Garzón, alberga en su interior una cafetería y un mirador panorámico de la ciudad. El mohán es una figura mitológica fundamental en el imaginario huilense. Su construcción busca promover entre los neivanos su apropiación como ícono de identidad popular y como guardián del río Magdalena.

## Figura 5

### Monumento “La madre Tierra”



Nota. Tomado de Vega (2011e).

La estructura del conjunto escultórico, elaborada por el maestro José Jairo Plazas Fierro, está hecha de láminas de hierro y soportada a través de texturas y soldadura eléctrica. A las esculturas se les aplicó una capa de pintura en bronce y ocre. La obra central tiene siete m de altura; está compuesta por dos módulos. La obra perimetral está compuesta por cuatro esculturas de diferentes alturas que oscilan entre los 2,30 m y los 3,80 m. Están dispuestas en forma equidistante; denotan los cuatro puntos cardinales. El conjunto escultórico se visualiza en 360°. En cada posición, dentro del espacio, adopta formas diferentes de interpretar: árboles, serpientes, águilas, incluso imágenes femeninas y otros seres vivientes. El enigma de la creación del mundo se refleja en este conjunto escultórico; recrea una pregunta clave: ¿de dónde venimos?

**Figura 6**

*Monumento “La raza”*



*Nota.* Tomado de Vega (2011f).

Esta escultura, elaborada por el maestro Carlos Rojas Niño, presenta la figura de tres personas parcialmente desnudas hechas en hormigón y acero sobre una base de concreto: un hombre, una mujer y un niño en brazos. El primero representa a los conquistadores españoles; la mujer, a las aborígenes; el niño es el fruto del cruce entre estos dos. Este monumento ha sido objeto de polémicas por la creciente consciencia feminista y descolonizadora, pues es sabido que el concepto de raza y sincretismo étnico implicaron procesos marcados por la violencia contra los aborígenes y las mujeres.

## Figura 7

Monumento “La Gaitana”



Nota. Tomado de González (2017).

Quizás el monumento más emblemático de la ciudad. Elaborada por el maestro Rodrigo Arenas Betancourt, tiene una estructura construida en hierro; alcanza una altura máxima de 30 m y un ancho de 12. El conjunto escultórico fue construido en bronce. El monumento rinde un homenaje a la cacica Gaitana, líder y símbolo de la resistencia y rebeldía indígena contra la Conquista. Se ha considerado, también, un símbolo del liderazgo y la tenacidad de la mujer huilense en defensa de la tierra y el honor familiar.

**Figura 8**

*Monumento “El caballo colombiano”*



*Nota.* Tomado de Las Ceibas - Empresas Públicas de Neiva ESP (2020).

Esta escultura, elaborada por el maestro Álvaro Zamara, consiste en tres cilindros estructurados en hierro, en cuya parte superior de cada uno figura la cabeza de un caballo hecha de plástico reforzado con poliéster en fibra de vidrio. A cada uno de los cuerpos del conjunto escultórico se le aplicó pintura de base y sintética; le corresponde el amarillo, el azul y el rojo, los colores de la bandera de Colombia. Su propósito es resaltar el significado y valor simbólico del caballo para los colombianos.

### Figura 9

Monumento “La lavandera”



Nota. Tomado de Vega (2011d).

Esta escultura, elaborada por el maestro Emiro Garzón, de tipología costumbrista, está construida en bronce a la cera perdida, montada sobre un pedestal de concreto revestido en tableta de mármol. Con esta obra, el maestro Garzón rinde un sentido homenaje a uno de los más preciados oficios de antaño de Neiva; las mujeres de la época recorrían la ciudad de lado a lado recogiendo la ropa de los ciudadanos para lavarla.

**Figura 10**

*Domo de las antípodas*



*Nota.* Tomado de Huila Turística (2011).

Esta obra, elaborada por el ingeniero Antonio José Puentes, está construida en tubos de hierro. Simboliza la mitad de la esfera terrestre; del cenit de su cúpula, se desprende un eje que atraviesa imaginariamente el globo terráqueo hasta el punto opuesto, en donde estaría la ciudad de Palembang en la región de Sumatra en Indonesia. La obra escultórica se construyó con el apoyo de la embajada de Indonesia al aceptar la hermandad con Neiva en su condición de antípoda.

**Figura 11**

*Monumento “Luna roja”*



*Nota.* Tomado de Redactores del sitio web de Jorge Villamil (2020).

La obra, elaborada por el maestro Antonio José Correa, está compuesta por 25 piezas de acero revestido con pintura sintética negra, dispuestas en forma de espirales y recubiertas con fibra de vidrio de color naranja. Las piezas se disponen verticalmente y forman la ilusión de una esfera tridimensional. Cuando estas piezas se observan en movimiento, crean una ilusión visual que remite a la imagen de una luna que emerge de los elementos verticales negros –la noche–. Este efecto es producto de la percepción visual, similar al que emplean los pintores impresionistas en el que cada elemento vertical representa una fracción matemática de la esfera. El ojo del observador completa los espacios entre los elementos. Además, dos plataformas horizontales, una de ellas cuadrada, reflejan la luna, refuerzan la percepción visual y crean un efecto de espejo que amplifica la sensación tridimensional de la obra.

## **Inspirados en obras**

Varios de los siguientes monumentos fueron inspirados en canciones de Jorge Villamil Cordovez, compositor insigne del Huila y Colombia.

**Figura 12**

*Monumento “Me llevarás en ti”*



*Nota.* Tomado de Ortiz (2021).

Esta escultura, elaborada por el maestro Juan Diego Guzmán Tafur, recrea la canción homóloga de Villamil Cordovez. Tiene una altura de 3 m por 4 de largo y 1.50 de ancho. Reposa sobre una base de concreto cubierto de mármol con la técnica de recubrimiento de concreto con bronce. En esta obra, Guzmán Tafur interpreta magistralmente el espíritu de la canción del compositor huilense, quien plasma la angustia humana de permanecer en la memoria del ser amado con quien se ha tenido una ruptura. Anécdotas sobre Villamil Cordovez relatan que la canción se inspira en la ruptura de su noviazgo con Alicia, su primera novia.

**Figura 13**

*Monumento “Llamarada”*



*Nota.* Tomado de Méndez (2009b).

Esta escultura, elaborada por el maestro César Augusto Melo, también recrea una canción homóloga de Villamil Cordovez; en ambas obras, figura el drama de la pasión humana, especialmente aquellas derivadas de la fidelidad marital, los amores y desamores, el recuerdo del ser amado que busca amor en otros brazos. La escultura consiste en ocho lengüetas representativas del fuego hechas de láminas de acero soldadas, revestidas con pintura sintética roja, montada sobre un pedestal de concreto.

**Figura 14**

*Monumento “Los guaduales”*



*Nota.* Tomado de Vega (2011b).

Otra escultura inspirada en canción de Villamil Cordovez. Hecha por el maestro Emilio Esteban Prada con la técnica de lámina de hierro soldada en oxidación, usó como materia tubos de la industria petrolera de la región huilense. Cada tubo tiene una longitud de 4 m. El artista dispuso 8 sectores para instalar en bases de concreto 70 tallos con nudos forjados y soldados cada 50 cm. En los tubos, se aprecia una curvatura con el propósito de emular el movimiento de los guaduales por el viento.

La canción de Villamil Cordovez tiene plasmada la importancia de los guaduales durante los diferentes procesos históricos del pueblo colombiano y, especialmente, el huilense, en su formación social y económica. La guadua ha estado presente en sistemas de construcción tanto de bareque como de concreto. También, los guaduales presentes en los lechos y riveras de los ríos han sido refugio de pescadores y amantes furtivos. Se cuenta que, en la inspiración del compositor mientras reposaba a la vera del río Suaza al sur del Huila, su abuela le hizo caer en cuenta de que los guaduales no bailan, como él creía, sino que lloran.

### Figura 15

Monumento “El caracolí”



Nota. Tomado de Vega (2011a).

Esta obra, elaborada por el maestro Emilio Esteban Prada, está conformada por láminas de acero sometidas a oxidación. Se implantó sobre cinco bases cuadradas de concreto que soportan los cilindros en forma de cañas. Semejan la corteza de los majestuosos árboles de caracolí. Villamil Cordovez, compositor de la canción homóloga, se inspiró en medio de la nostalgia por la muerte de su padre. Su canción recrea las vivencias de la niñez y la juventud cuando juntos visitaban el próspero puerto El Caracolí. La escultura está emplazada en un parque que lleva su mismo nombre.

**Figura 16**

*Monumento “Al sur”*



*Nota.* Tomado de Méndez (2009a).

La escultura, elaborada por el maestro Segundo Arístides Huertas, consta de dos cuerpos elaborados en lámina de hierro soldada en oxidación, montados sobre una base de concreto. Los dos cuerpos simbolizan el Nevado del Huila y el cerro de El Pacandé, referente geográfico de la canción homóloga de Villamil Cordovez. El espíritu la canción refleja la nostalgia del compositor cuando migró del Huila hacia México, y el amor fuerte que se siente por la tierra natal cuando se vive lejos de ella. Por eso, evoca con marcada nostalgia el recuerdo de los paisajes del río Magdalena y las animadas reuniones familiares amenizadas con la música de la región.

**Figura 17**

*Parque “El pentagrama musical”*



*Nota.* Tomado de Vega (2011c).

El monumento, elaborado por el maestro Emiro Garzón, se asienta sobre una base en forma de pentágono truncado, revestida de granito, de la cual emergen en alto relieve las efigies de destacados compositores huilenses: Luis Alberto Osorio, Papi Tovar, Álvaro Córdoba, Pipa Prada y Jorge Villamil Cordovez. Desde esta sólida estructura, se eleva un conjunto de cinco líneas paralelas que ascienden hacia el infinito, evocando el pentagrama musical. En la cúspide, se alza la figura de una mujer que connota armonía y sensualidad; parece fundirse con las notas musicales. Su cuerpo, en un movimiento delicadamente erótico, parece transportarse hacia el infinito, guiado por la melodía; simboliza el poder envolvente de la música.



# Neiva como destino turístico: estudio, datos y realidades

La presente investigación es de tipo aplicado, pues se centra en el estudio y consolidación del conocimiento para aplicarlo en la vida real.

Es de alcance descriptivo, ya que define, clasifica, cataloga, desglosa el objeto de estudio. De enfoque mixto, porque analiza y vincula datos cuanti- y cualitativos que permiten responder al planteamiento del problema. Para la investigación, se propusieron las siguientes fases, determinadas en función de los objetivos formulados:

- ✓ diseño de la encuesta
- ✓ implementación de la encuesta
- ✓ recopilación de bases de datos
- ✓ organización de datos.

Se diseñaron seis encuestas en línea. A continuación, se exponen sus detalles:

**Tabla 2**

*Encuestas para la investigación*

Núm.	Muestra	Núm. De preguntas abiertas	Núm. De preguntas cerradas	Total de preguntas
1	48 visitantes	4	4	8
2	11 empleados del sector privado	4	6	10
3	13 empleados del sector público	3	5	8
4	39 agencias de viajes	3	4	7
5	33 personas: transportadores	3	3	6
6	46 turistas	4	4	8

*Nota.* Elaboración propia. Las tablas y figuras sin atribución explícita de autoría deben considerarse elaboración propia.

Las preguntas cerradas tuvieron por objetivo recolectar datos de tipo demográfico; las abiertas, indagar sobre la experiencia de visita a los monumentos y su importancia en la ciudad de Neiva.

Para presentar los resultados, en primer lugar, se mostrará una tabla que contiene las preguntas de las encuestas junto con sus respectivos enunciados. Luego, se propone un análisis descriptivo.

**Tabla 3**

*Preguntas de la encuesta núm. 1, dirigida a visitantes*

Pregunta	Enunciado
P1	Nombre
P2	Rango de edad
P3	Profesión u oficio
P4	Entidad donde labora
P5	¿Qué monumentos ha visitado en Neiva?
P6	¿Por qué cree que los monumentos son importantes en la imagen de la ciudad?
P7	¿Cómo le parecen los monumentos o sitios turísticos que conoce?
P8	¿Quién le sugirió visitar un museo o sitio turístico?

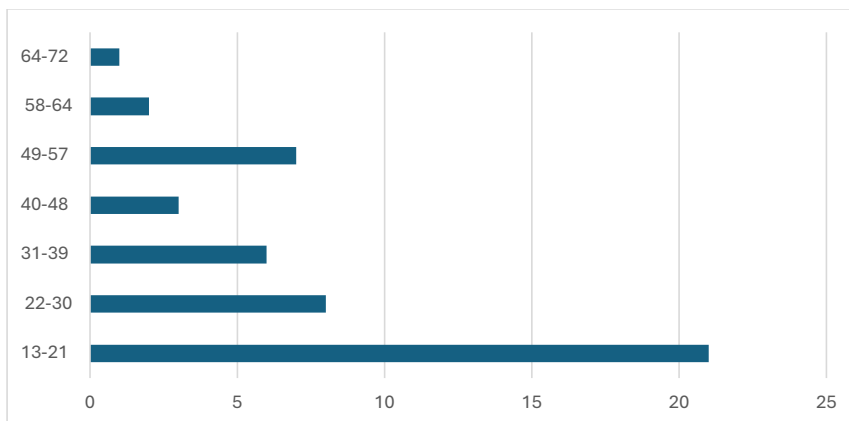
**Tabla 4**

Valores de P2

Rango de edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
13-21	21	0,44	44%
22-30	8	0,17	17%
31-39	6	0,13	13%
40-48	3	0,06	6%
49-57	7	0,15	15%
58-64	2	0,04	4%
64-72	1	0,02	2%
Total	48	1	100%

**Figura 18**

Valores de P2



En la tabla y figura anteriores, se evidencia que el 44% de los encuestados están en un rango de edad entre los 13 y 21 años; es decir, en ese rango, se concentra la mayoría de los encuestados. Solo el 2% corresponde a visitantes cuyas edades están entre los 64 y 72 años.

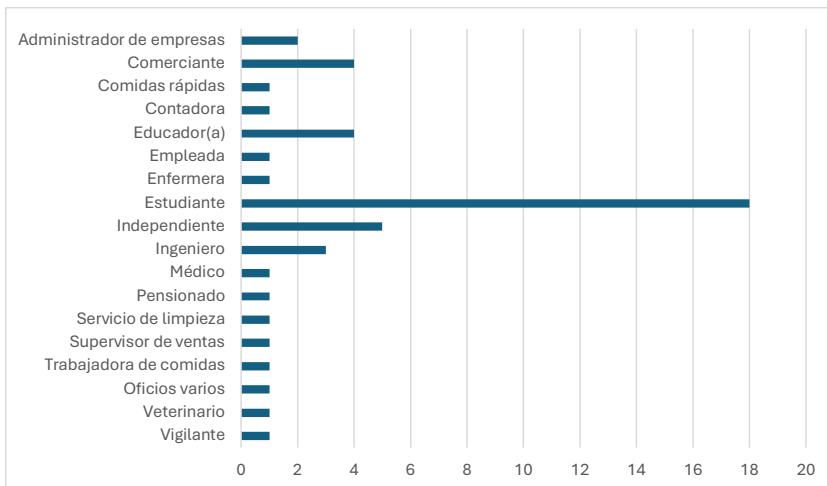
**Tabla 5**

Valores de P3

Profesión u oficio	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Administrador de empresas	2	0,042	4,2%
Comerciante	4	0,083	8,3%
Comidas rápidas	1	0,021	2,1%
Contadora	1	0,021	2,1%
Educador(a)	4	0,083	8,3%
Empleada	1	0,021	2,1%
Enfermera	1	0,021	2,1%
Estudiante	18	0,375	37,5%
Independiente	5	0,104	10,4%
Ingeniero	3	0,063	6,3%
Médico	1	0,021	2,1%
Pensionado	1	0,021	2,1%
Servicio de limpieza	1	0,021	2,1%
Supervisor de ventas	1	0,021	2,1%
Trabajadora de comidas	1	0,021	2,1%
Oficios Varios	1	0,021	2,1%
Veterinario	1	0,021	2,1%
Vigilante	1	0,021	2,1%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 19**

Valores de P3



Naturalmente, si la mayoría de encuestados corresponde a personas en edades de 13-21 años, la ocupación de la mayoría de encuestados, según esta pregunta, corresponde a ser estudiante (37,5%). En general, la tabla y figuras muestran que personas con diversas profesiones u oficios visitan la ciudad.

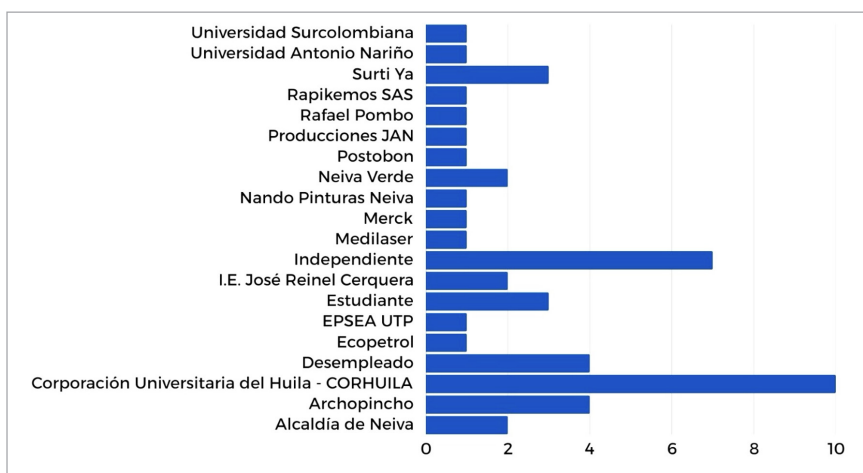
**Tabla 6**

Valores de P4

Entidad donde labora	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Alcaldía de Neiva	2	0,042	4,2%
Archopincho	4	0,083	8,3%
CORHUILA	10	0,208	20,8%
Desempleado	4	0,083	8,3%
Ecopetrol	1	0,021	2,1%
EPSEA UTP	1	0,021	2,1%
Estudiante	3	0,063	6,3%
I. E. José Reinel Cerquera	2	0,042	4,2%
Independiente	7	0,146	14,6%
Medilaser	1	0,021	2,1%
Merck	1	0,021	2,1%
Nando Pinturas Neiva	1	0,021	2,1%
Neiva verde	2	0,042	4,2%
Postobón	1	0,021	2,1%
Producciones JAN	1	0,021	2,1%
Colegio Rafael Pombo	1	0,021	2,1%
Rapikemos SAS	1	0,021	2,1%
Surti Ya	3	0,063	6,3%
Universidad Antonio Nariño	1	0,021	2,1%
Universidad Surcolombiana	1	0,021	2,1%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 20**

Valores de P4



La mayoría de encuestados labora en CORHUILA (20,8%) seguido de los trabajadores independientes (14,6%).

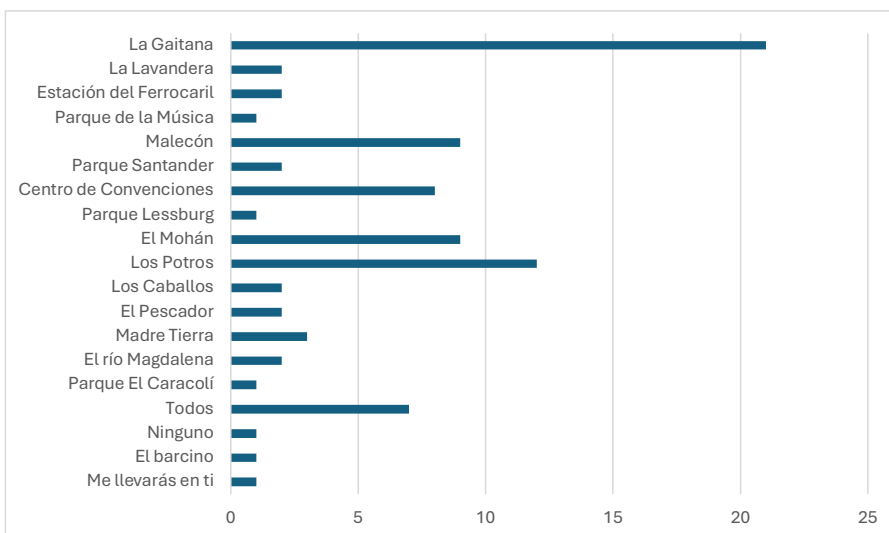
**Tabla 7**

Valores de P5

¿Qué monumentos ha visitado en Neiva?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
La Gaitana	21	0,44	44%
La lavandera	2	0,04	4%
Estación del ferrocarril	2	0,04	4%
Parque de la música	1	0,02	2%
Malecón	9	0,19	19%
Parque Santander	2	0,04	4%
Centro de convenciones	8	0,17	17%
Parque Leesburg	1	0,02	2%
El mohán	9	0,19	19%
Los potros	12	0,25	25%
Los caballos	2	0,04	4%
El pescador	2	0,04	4%
Madre Tierra	3	0,06	6%
El río Magdalena	2	0,04	4%
El caracolí	1	0,02	2%
Todos	7	0,15	15%
Ninguno	1	0,02	2%
El barcino	1	0,02	2%
Me llevarás en ti	1	0,02	2%

**Figura 21**

Valores de P5



Como se anunció anteriormente, el monumento quizás más emblemático es el de la Gaitana, seguido de Los Potros; los dos son los monumentos más visitados en la ciudad. Esto muestra el impacto y la acogida de la obra del maestro Rodrigo Arenas Betancourt, escultor de ambos monumentos. En la P6, la mayoría de los encuestados coinciden en que los monumentos reflejan una imagen importante de la ciudad y reflejan el pasado histórico de la ciudad, su cultura y su tradición. Como respuestas a la P7, los encuestados afirmaron que los monumentos y sitios turísticos que conocieron son atractivos, llamativos, divertidos y representativos de la ciudad, aunque también señalaron el deterioro y la necesidad de mantenimiento en alguno de ellos.

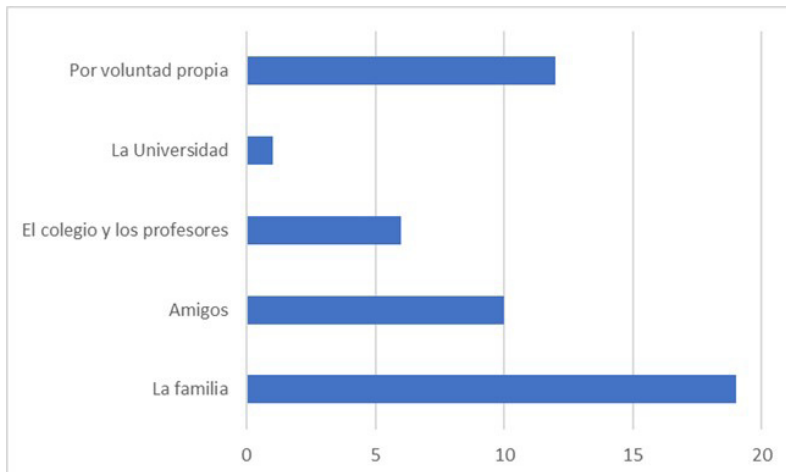
**Tabla 8**

Valores de P8

¿Quién le sugirió visitar un museo o un sitio turístico?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
La familia	19	0,40	40%
Amigos	10	0,21	21%
El colegio o los profesores	6	0,13	13%
La universidad	1	0,02	2%
Por voluntad propia	12	0,25	25%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 22**

Valores de P8



**Tabla 9**

Preguntas de la encuesta núm. 2, dirigida a empleados del sector privado

Pregunta	Enunciado
P1	Nombre
P2	Rango de edad
P3	Profesión u oficio
P4	Entidad donde labora
P5	¿Qué es un monumento?
P6	¿Qué monumentos conoce de la ciudad de Neiva? Mencione 4
P7	¿Conoce la ubicación de alguno de ellos? Nómbralas
P8	¿Qué otro lugar de la ciudad representa la cultura opita en la ciudad de Neiva?
P9	¿Cree que son importantes para el conocimiento y el turismo de nuestra ciudad?
P10	¿Conoce de alguna ruta virtual o física en que se visiten los monumentos y lugares turísticos en Neiva?

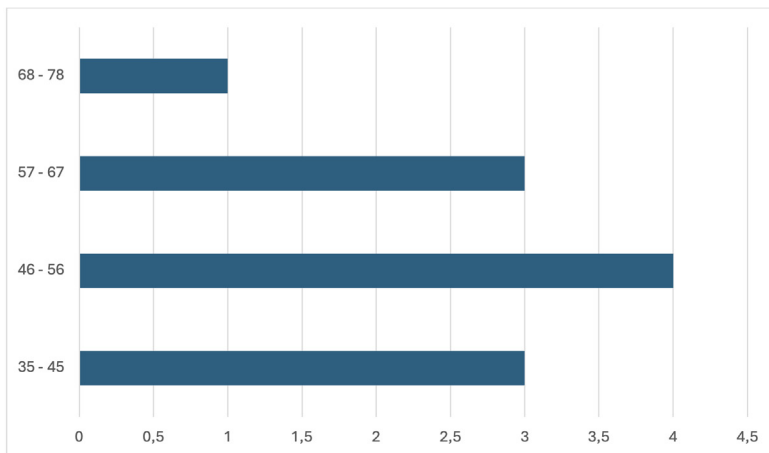
**Tabla 10**

Valores de P2

Rango de edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
35 - 45	3	0,27	27%
46 - 56	4	0,36	36%
57 - 67	3	0,27	27%
68 - 78	1	0,09	9%
Total	11	1	100%

**Figura 23**

Valores de P2



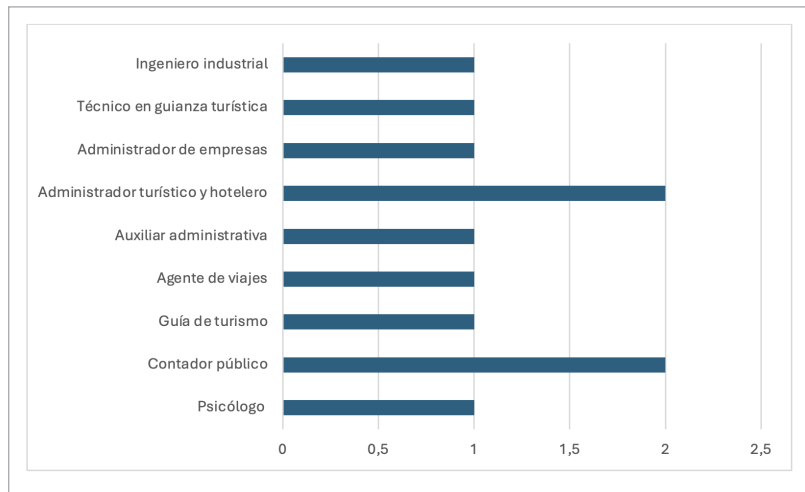
**Tabla 11**

Valores de P3

Profesión u oficio	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Psicólogo	1	0,09	9%
Contador público	2	0,18	18%
Guía de turismo	1	0,09	9%
Agente de viajes	1	0,09	9%
Auxiliar administrativa	1	0,09	9%
Administrador turístico y hotelero	2	0,18	18%
Administrador de empresas	1	0,09	9%
Técnico en guianza turística	1	0,09	9%
Ingeniera industrial	1	0,09	9%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 24**

Valores de P3



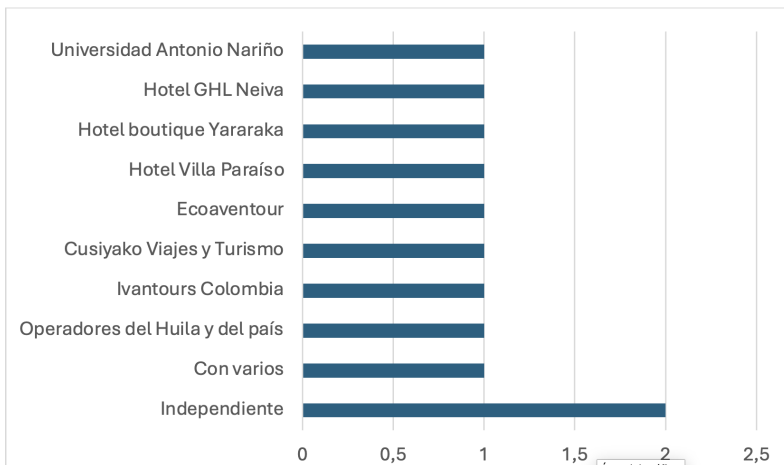
**Tabla 12**

Valores de P4

Entidad donde labora	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Independiente	2	0,18	18%
Con varios	1	0,09	9%
Operadores del Huila y del país	1	0,09	9%
Ivantours Colombia	1	0,09	9%
Cusiyako Viajes y Turismo	1	0,09	9%
Ecoaventour	1	0,09	9%
Hotel Villa Paraíso	1	0,09	9%
Hotel boutique Yararaka	1	0,09	9%
Hotel GHL Neiva	1	0,09	9%
Universidad Antonio Nariño	1	0,09	9%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 25**

Valores de P4



Respecto a P5, la mayoría de los encuestados coincidieron en responder que un momento es una construcción o representación escultórica que representa hechos memorables, personajes ilustres, que encierra un valor histórico y cultural. Esto muestra que los encuestados tienen una definición acertada.

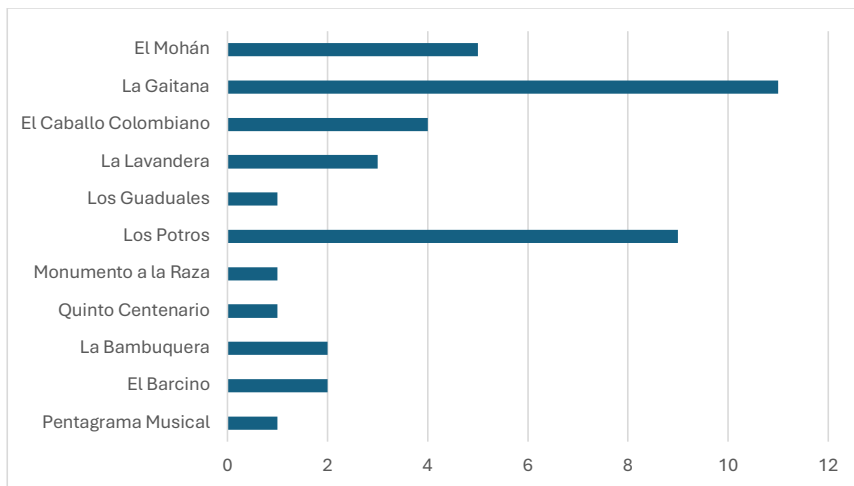
**Tabla 13**

Valores de P6

¿Qué monumentos conoce de la ciudad de Neiva? Mencione 4	Frecuencia absoluta
El Mohán	5
La Gaitana	11
El caballo colombiano	4
La lavandera	3
Los Guaduales	1
Los Potros	9
Monumento a la raza	1
Quinto Centenario	1
La bambuquera	2
El Barcino	2
Pentagrama Musical	1
Me llevarás en ti	6

**Figura 26**

Valores de P6



En cuanto a P7, la mayoría de los encuestados afirmó conocer la ubicación de los monumentos. Y respecto a P9, el 100% de los encuestados considera que son importantes para el turismo de Neiva. Ahora, se muestran las respuestas de P8:

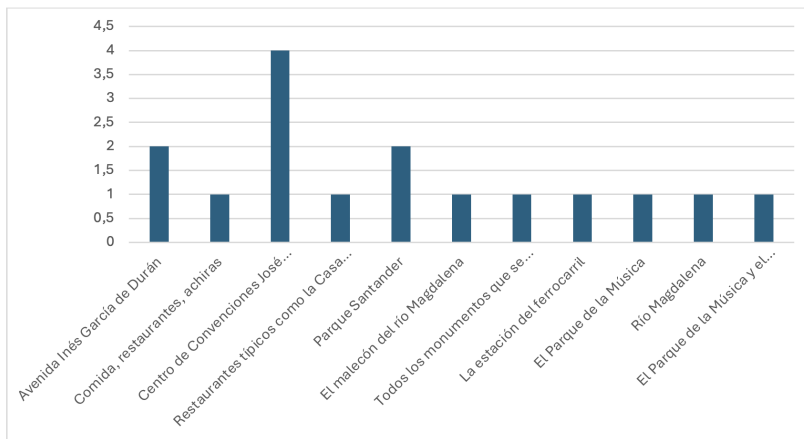
**Tabla 14**

Valores de P8

¿Qué otro lugar de la ciudad representa la cultura opita en la ciudad de Neiva?	Frecuencia absoluta
Avenida Inés García de Durán	2
Comida, restaurantes, achiras	1
Centro de Convenciones José Eustasio Rivera	4
Restaurantes típicos como la Casa del Folclor, el Museo Villamil y del Sanjuanero Huilense	1
Parque Santander	2
El malecón del río Magdalena	1
Todos los monumentos que se erigen en la ciudad de Neiva representan la cultura opita	1
La estación del ferrocarril	1
El Parque de la Música	1
Río Magdalena	1
El Parque de la Música y el Conservatorio	1

**Figura 27**

Valores de P8



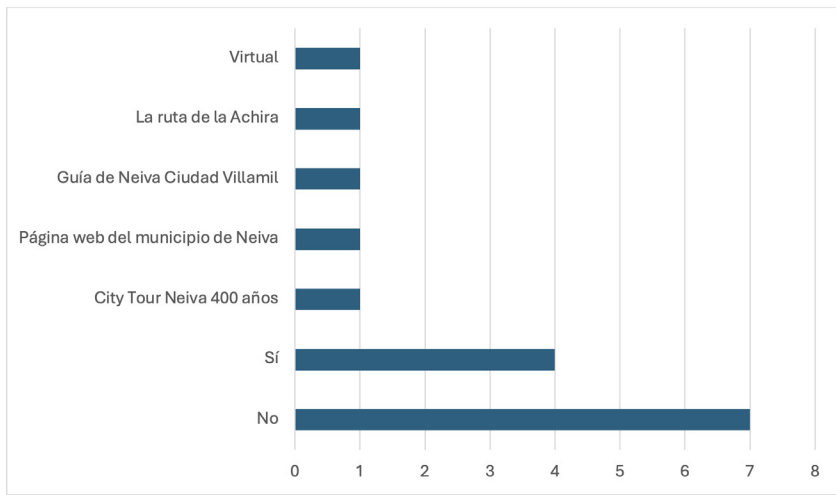
**Tabla 15**

Valores de P10

¿Conoce de alguna ruta virtual o física en que se visiten los monumentos y lugares turísticos en Neiva?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
No	7	0,64	64%
Sí	4	0,36	36%
City Tour Neiva 400 años	1	0,09	9%
Página web del municipio de Neiva	1	0,09	9%
Guía de Neiva Ciudad Villamil	1	0,09	9%
La Ruta de la Achira	1	0,09	9%
Virtual	1	0,09	9%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 28**

Valores de P10



**Tabla 16**

Preguntas de la encuesta núm. 3, dirigida a empleados del sector público

Pregunta	Enunciado
P1	Rango de edad
P2	Profesión u oficio
P3	Entidad donde labora
P4	¿Qué sitios o lugares turísticos conoce en Neiva? Mencione 3
P5	¿Qué monumentos conoce de la ciudad de Neiva?
P6	¿Considera que los monumentos son importantes para la imagen de la ciudad de Neiva?
P7	¿Conoce de alguna ruta virtual o física en que se visiten los monumentos y lugares turísticos en Neiva?
P8	¿Cree que en Neiva se puede hacer turismo? ¿Por qué?

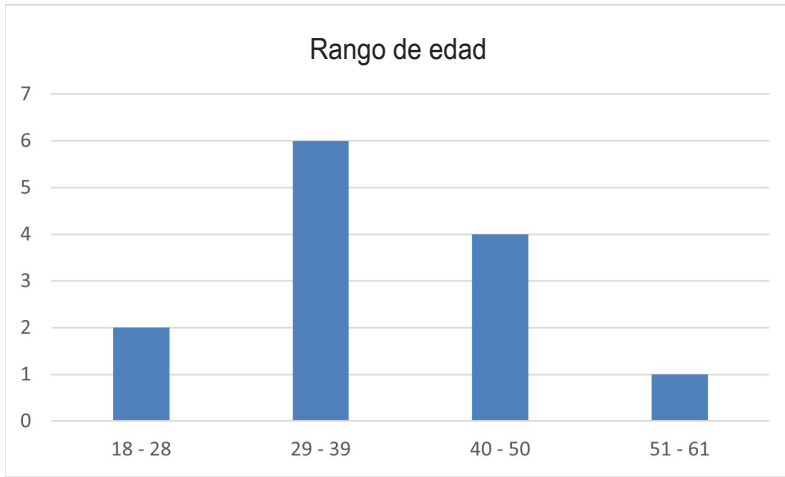
**Figura 17**

Valores de P1

Rango de edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
18 - 28	2	0,154	15,4%
29 - 39	6	0,462	46,2%
40 - 50	4	0,308	30,8%
51 - 61	1	0,077	7,7%
Total	13	1	100%

**Figura 29**

Valores de P1



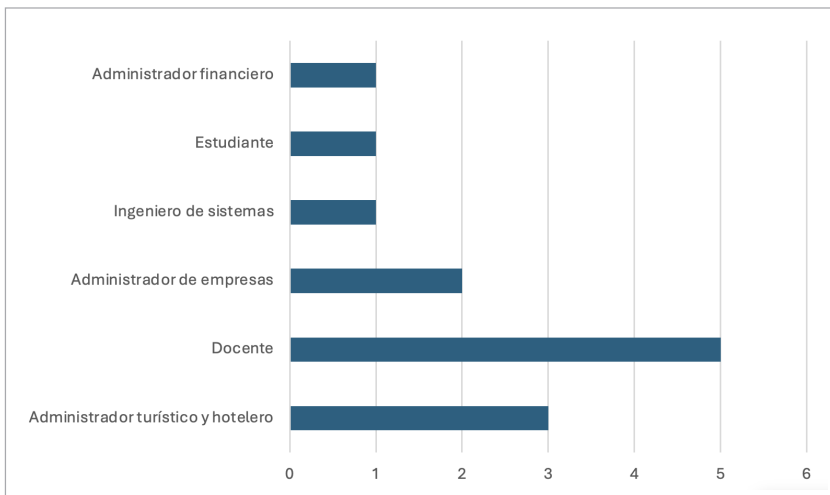
**Tabla 18**

Valores de P2

Profesión u oficio	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Administrador turístico y hotelero	3	0,231	23,1%
Docente	5	0,385	38,5%
Administrador de empresas	2	0,154	15,4%
Ingeniero de sistemas	1	0,077	7,7%
Estudiante	1	0,077	7,7%
Administrador financiero	1	0,077	7,7%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 30**

Valores de P2



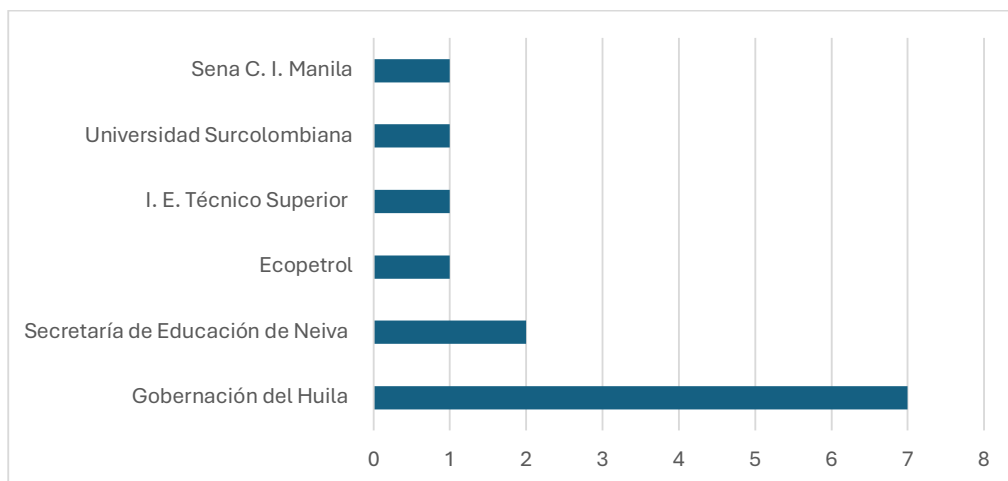
**Tabla 19**

Valores de P3

Entidad donde labora	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Gobernación del Huila	7	0,53	54%
Secretaría de Educación de Neiva	2	0,15	15%
Ecopetrol	1	0,076	8%
I. E. Técnico Superior	1	0,076	8%
Universidad Surcolombiana	1	0,076	8%
Sena C. I. Manila	1	0,076	8%
Total	13	1	100%

**Figura 31**

Valores de P3



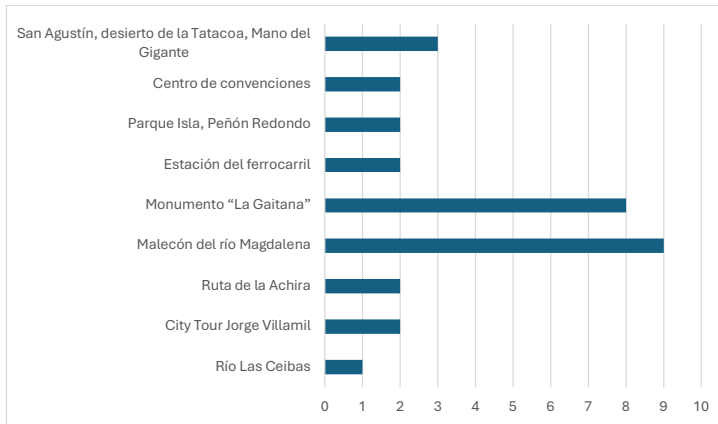
**Tabla 20**

Valores de P4

¿Qué sitios o lugares turísticos conoce en Neiva? Mencione 3	Frecuencia absoluta
Río Las Ceibas	1
City Tour Jorge Villamil	2
Ruta de la Achira	2
Malecón del río Magdalena	9
Monumento "La Gaitana"	8
Estación del ferrocarril	2
Parque Isla, Peñón Redondo	2
Centro de Convenciones	2
San Agustín, desierto de la Tatacoa, Mano del Gigante	3

**Figura 32**

Valores de P4



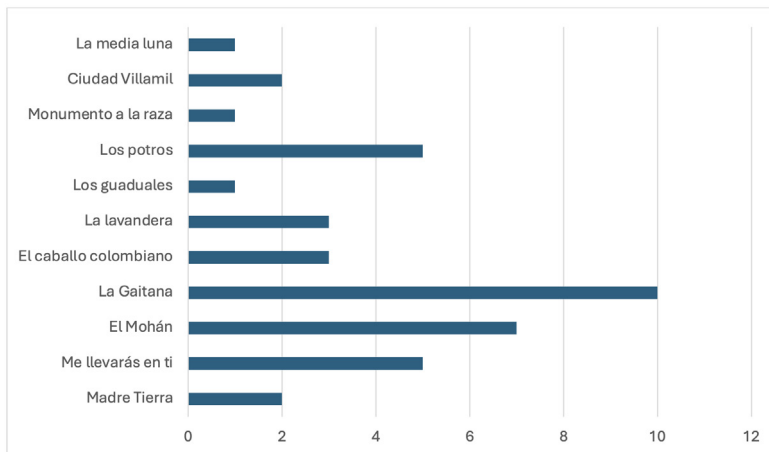
**Tabla 21**

Valores de P5

¿Qué monumentos conoce de la ciudad de Neiva?	Frecuencia absoluta
Madre Tierra	2
Me llevarás en ti	5
El Mohán	7
La Gaitana	10
El Caballo Colombiano	3
La Lavandera	3
Los Guaduales	1
Los potros	5
Monumento a la Raza	1
Ciudad Villamil	2
La Medialuna	1

**Figura 33**

Valores de P5



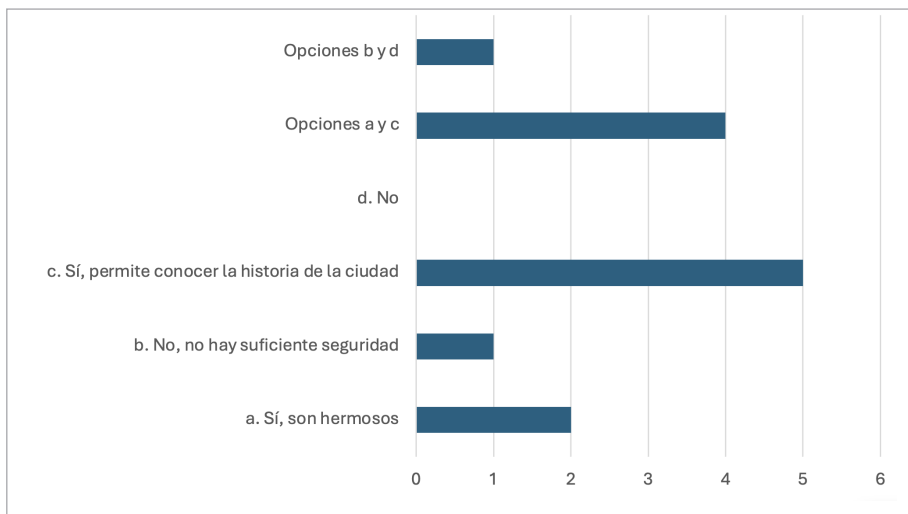
**Tabla 22**

Valores de P6

¿Considera que los monumentos son importantes para la imagen de la ciudad de Neiva?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
a. Sí, son hermosos	2	0,154	15,4%
b. No, no hay suficiente seguridad	1	0,077	7,7%
c. Sí, permite conocer la historia de la ciudad	5	0,385	38,5%
d. No	0	0	0%
Opciones a y c	4	0,308	30,8%
Opciones b y d	1	0,077	7,7%
Total	13	1	100%

**Figura 34**

Valores de P6



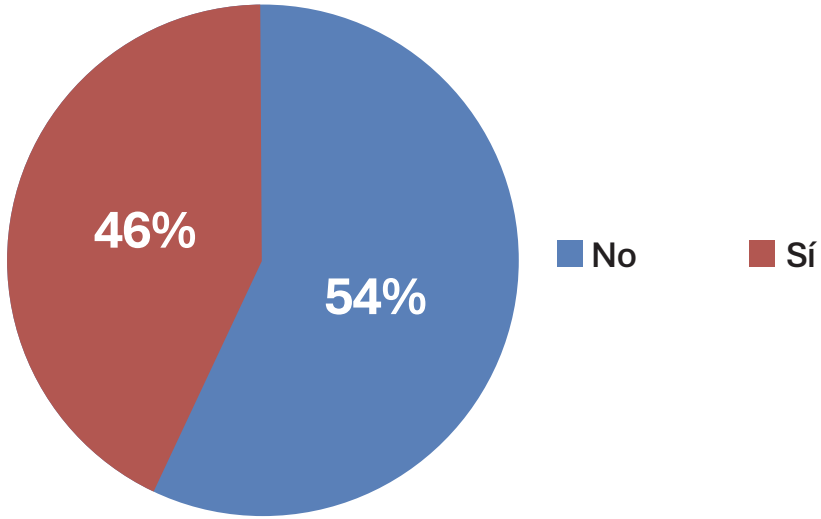
**Tabla 23**

Valores de P7

¿Conoce de alguna ruta virtual o física en que se visiten los monumentos y lugares turísticos en Neiva?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
No	7	0,54	54%
Sí	6	0,46	46%
Total	13	1	100%

**Figura 35**

Valores de P7



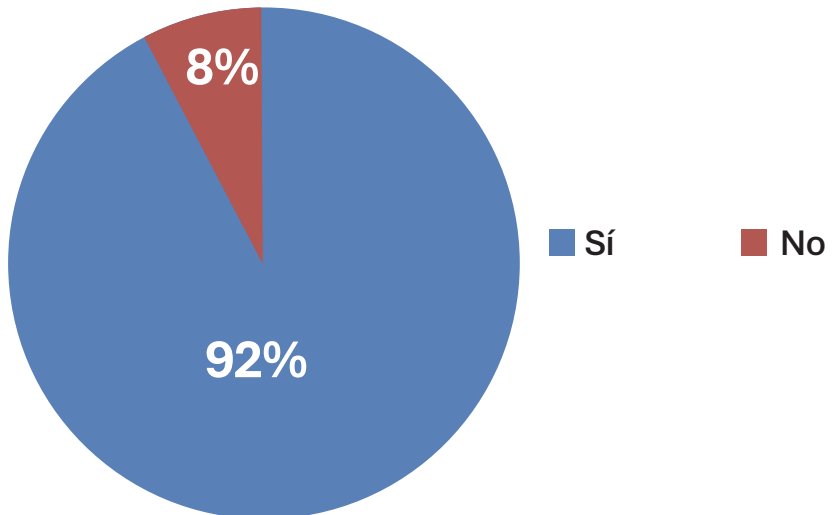
**Tabla 24**

Valores de P8

¿Cree que en Neiva se puede hacer turismo? ¿Por qué?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Sí	12	0,92	92%
No	1	0,08	8%
Total	13	1	100%

**Figura 36**

Valores de P8



**Tabla 25**

*Preguntas de la encuesta núm. 4, dirigida a agencias de viajes*

Pregunta	Enunciado
P1	Nombre de la agencia
P2	Función comercial
P3	Dirección
P4	¿Cuáles son los monumentos o sitios más visitados en la ciudad de Neiva?
P5	¿Qué condiciones ambientales y de seguridad tienen estos sitios o lugares turísticos?
P6	¿Con qué frecuencia las personas visitan estos lugares (monumentos o sitios turísticos)?
P7	¿Por qué medios sugieren visitar un monumento o sitio turístico?

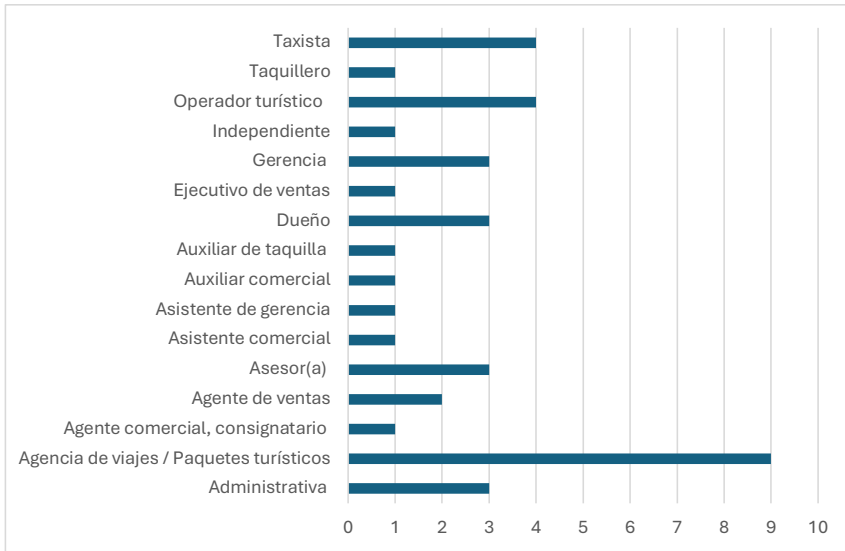
**Tabla 26**

*Valores de P2*

Función comercial	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Administrativa	3	0,077	7,7%
Agencia de viajes / Paquetes turísticos	9	0,231	23,1%
Agente comercial, consignatario	1	0,026	2,6%
Agente de ventas	2	0,051	5,1%
Asesor(a)	3	0,077	7,7%
Asistente comercial	1	0,026	2,6%
Asistente de gerencia	1	0,026	2,6%
Auxiliar comercial	1	0,026	2,6%
Auxiliar de taquilla	1	0,026	2,6%
Dueño	3	0,077	7,7%
Ejecutivo de ventas	1	0,026	2,6%
Gerencia	3	0,077	7,7%
Independiente	1	0,026	2,6%
Operador turístico	4	0,103	10,3%
Taquillero	1	0,026	2,6%
Taxista	4	0,103	10,3%
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 37**

Valores de P2



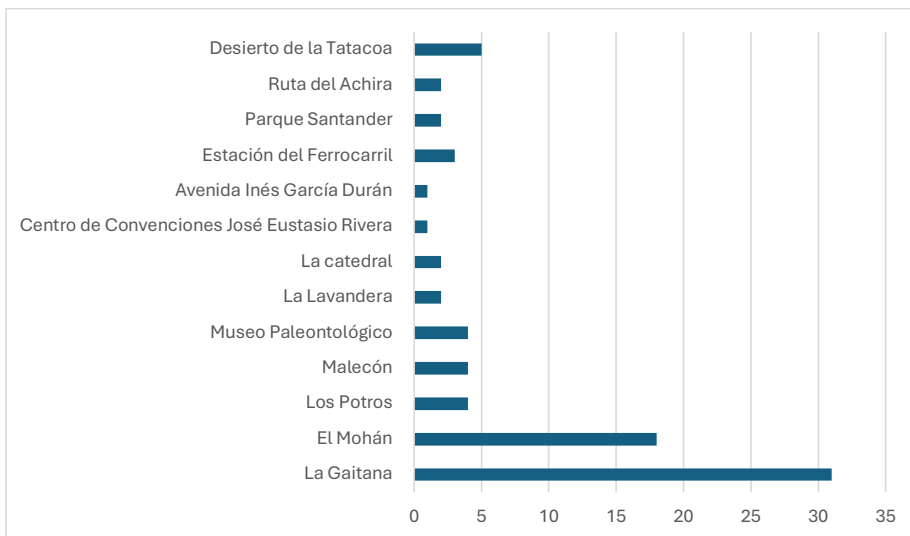
**Tabla 27**

Valores de P4

¿Cuáles son los monumentos o sitios más visitados en la ciudad de Neiva?	Frecuencia absoluta
La Gaitana	31
El Mohán	18
Los Potros	4
Malecón	4
Museo Paleontológico	4
La Lavandera	2
La catedral	2
Centro de Convenciones José Eustasio Rivera	1
Avenida Inés García Durán	1
Estación del ferrocarril	3
Parque Santander	2
Ruta del Achira	2
Desierto de la Tatacoa	5

**Figura 38**

Valores de P4



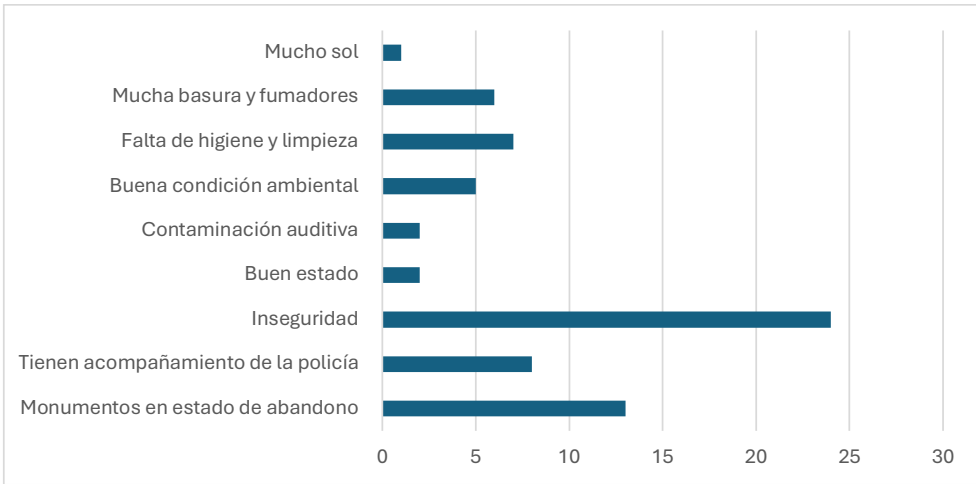
**Tabla 28**

Valores de P5

¿Qué condiciones ambientales y de seguridad tienen estos sitios o lugares turísticos?	Frecuencia absoluta
Monumentos en estado de abandono	13
Tienen acompañamiento de la policía	8
Inseguridad	24
Buen estado	2
Contaminación auditiva	2
Buena condición ambiental	5
Falta de higiene y limpieza	7
Mucha basura y fumadores	6
Mucho sol	1

**Figura 39**

Valores de P5



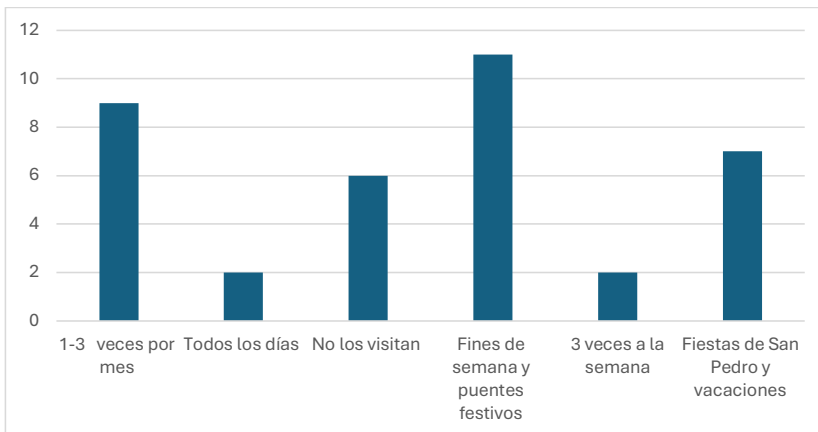
**Tabla 29**

Valores de P6

¿Con qué frecuencia las personas visitan estos lugares (monumentos o sitios turísticos)?	Frecuencia absoluta
1-3 veces por mes	9
Todos los días	2
No los visitan	6
Fines de semana y puentes festivos	11
3 veces a la semana	2
Fiestas de San Pedro y vacaciones	7

**Figura 40**

Valores de P6



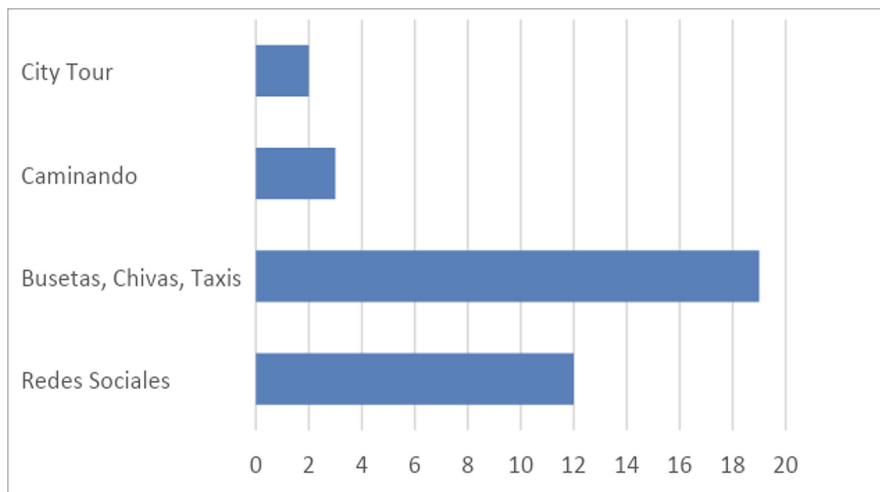
**Tabla 30**

Valores de P7

¿Por qué medios sugieren visitar un monumento o sitio turístico?	Frecuencia absoluta
Redes sociales	12
Busetas, chivas, taxis	19
Caminando	3
City Tour	2

**Figura 41**

Valores de P7



**Tabla 31**

Preguntas de la encuesta núm. 5, dirigida a transportadores

Pregunta	Enunciado
P1	Nombre
P2	Rango de edad
P3	Entidad donde labora
P4	¿Cuáles son los monumentos o sitios más visitados en la ciudad de Neiva?
P5	¿Qué condiciones de transporte hay en Neiva para visitar los monumentos y sitios turísticos?
P6	¿Qué rutas turísticas conoce para sugerir visitar los museos o sitios turísticos de Neiva?

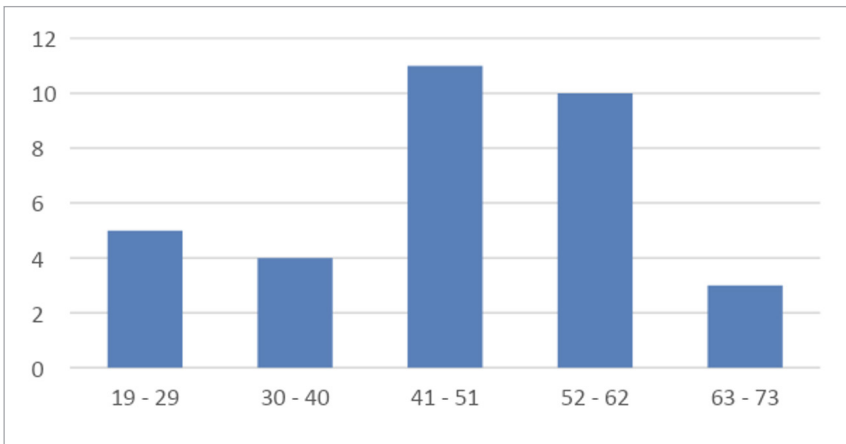
**Tabla 32**

Valores de P2

Rango de edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
19 - 29	5	0,15	15%
30 - 40	4	0,12	12%
41 - 51	11	0,33	33%
52 - 62	10	0,30	30%
63 - 73	3	0,09	9%
Total	33	1	100%

**Figura 42**

Valores de P2



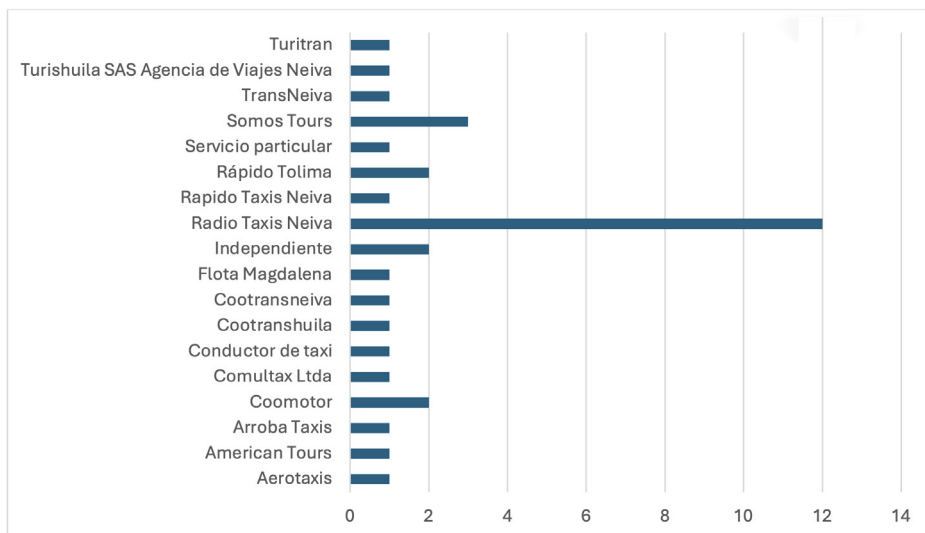
**Tabla 33**

Valores de P3

Entidad donde labora	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Aerotaxis	1	0,030	3,03%
American Tours	1	0,030	3,03%
Arroba taxis	1	0,030	3,03%
Coomotor	2	0,061	6,06%
Comultax Ltda	1	0,030	3,03%
Conductor de taxi	1	0,030	3,03%
Cootranshuila	1	0,030	3,03%
Cootransneiva	1	0,030	3,03%
Flota Magdalena	1	0,030	3,03%
Independiente	2	0,061	6,06%
Radio Taxis Neiva	12	0,364	36,36%
Rápido Tolima	1	0,030	3,03%
Servicio particular	2	0,061	6,06%
Somos Tours	1	0,030	3,03%
TransNeiva	3	0,091	9,09%
Turishuila SAS Agencia de Viajes Neiva	1	0,030	3,03%
Turitrán	1	0,030	3,03%
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 43**

Valores de P3



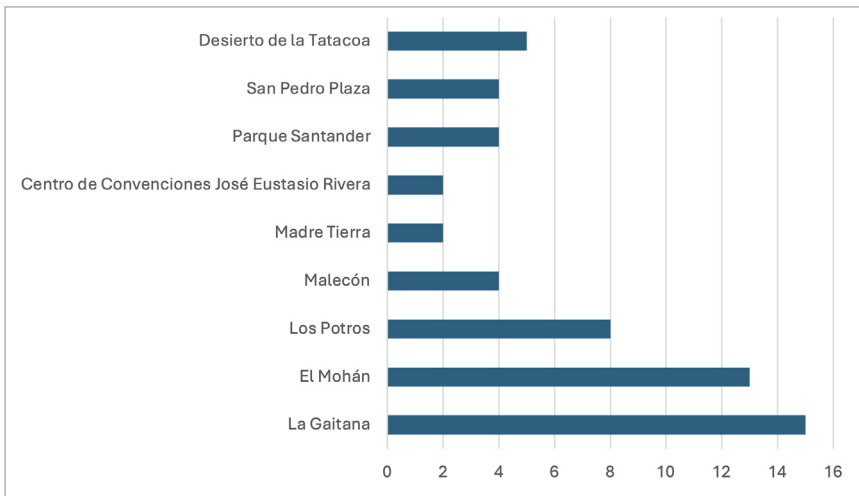
**Tabla 34**

Valores de P4

¿Cuáles son los monumentos o sitios más visitados en la ciudad de Neiva?	Frecuencia absoluta
La Gaitana	15
El Mohán	13
Los Potros	8
Malecón	4
Madre Tierra	2
Centro de Convenciones José Eustasio Rivera	2
Estación del Ferrocarril	4
Parque Santander	2
San Pedro Plaza	4
Desierto de la Tatacoa	5

**Figura 44**

Valores de P4



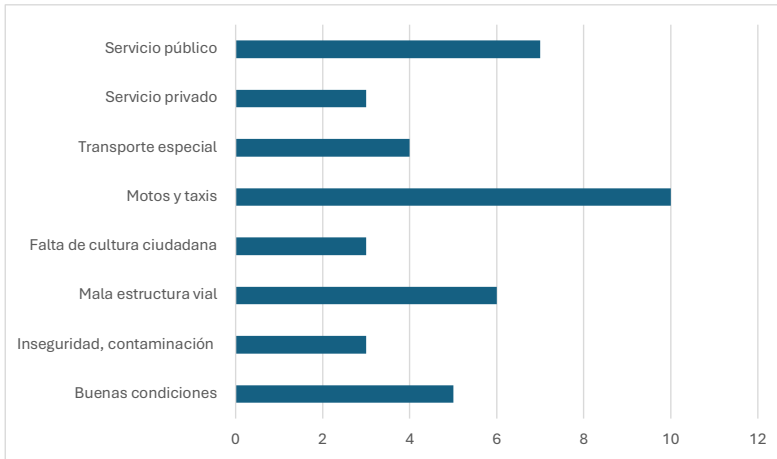
**Tabla 35**

Valores de P5

¿Qué condiciones de transporte hay en Neiva para visitar los monumentos y sitios turísticos?	Frecuencia absoluta
Buenas condiciones	5
Inseguridad, contaminación	3
Mala estructura vial	6
Falta de cultura ciudadana	3
Motos y taxis	10
Transporte especial	4
Servicio privado	3
Servicio público	7

**Figura 45**

Valores de P5



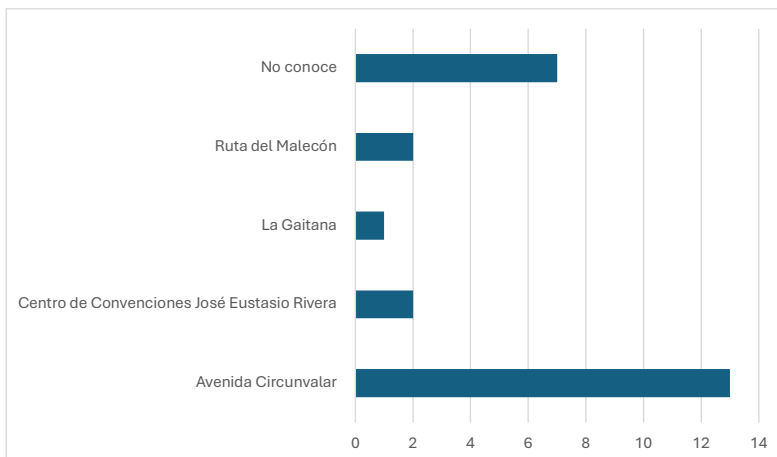
**Tabla 36**

Valores de P6

¿Qué rutas turísticas conoce para sugerir visitar los museos o sitios turísticos de Neiva?	Frecuencia absoluta
Avenida Circunvalar	13
Centro de Convenciones José Eustasio Rivera	2
La Gaitana	1
Ruta del Malecón	2
No conoce	7

**Figura 46**

Valores de P6



**Tabla 37**

Preguntas de la encuesta núm. 6, dirigida a turistas

Pregunta	Enunciado
P1	Nombre
P2	Rango de edad
P3	Profesión u oficio
P4	Nacionalidad/Departamento de origen
P5	¿Por qué visita la ciudad?
P6	¿Qué lugares o monumentos representativos de la cultura opita conoce?
P7	¿Quién le dio la información?
P8	¿Qué factores tiene en cuenta para visitar un monumento o lugar turístico de la ciudad de Neiva?

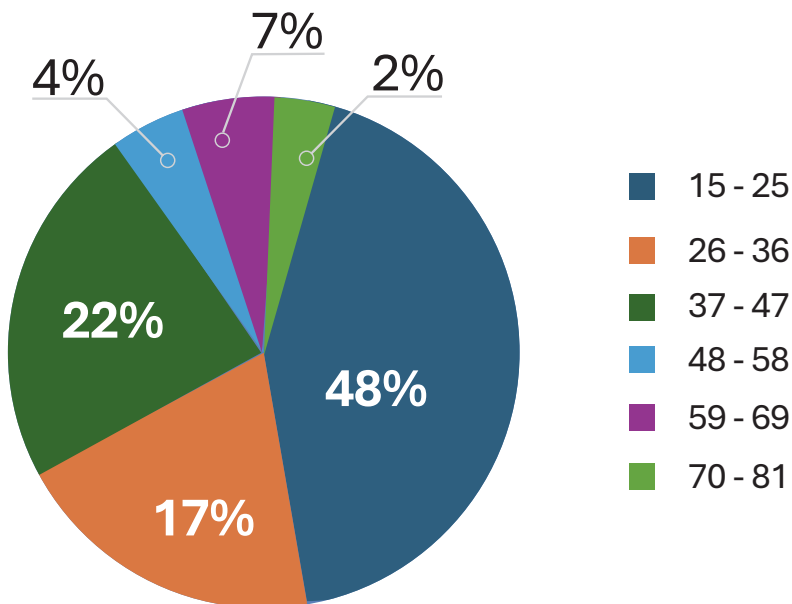
**Tabla 38**

Valores de P2

Rango de edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
15 - 25	22	0,48	48%
26 - 36	8	0,17	17%
37 - 47	10	0,22	22%
48 - 58	2	0,04	4%
59 - 69	3	0,07	7%
70 - 81	1	0,02	2%
Total	46	1	100%

**Figura 47**

Valores de P2



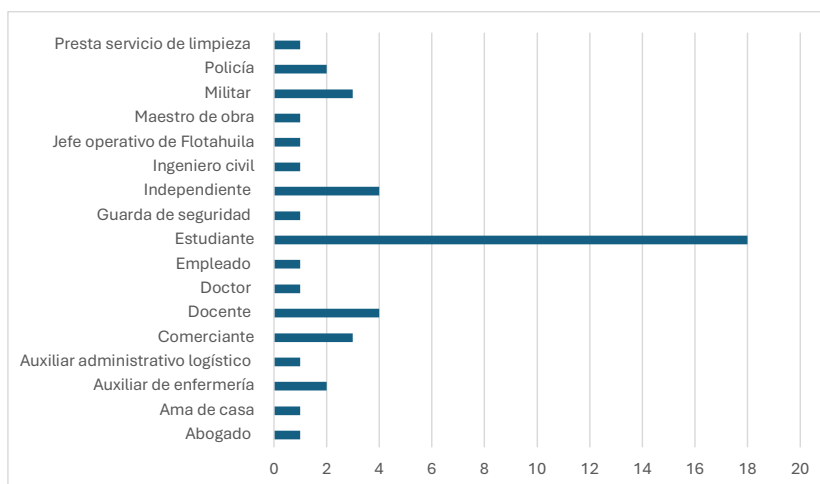
**Tabla 39**

Valores de P3

Profesión u oficio	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Abogado	1	0,022	2,2%
Ama de casa	1	0,022	2,2%
Auxiliar de enfermería	2	0,043	4,3%
Auxiliar administrativo logístico	1	0,022	2,2%
Comerciante	3	0,065	6,5%
Docente	4	0,087	8,7%
Doctor	1	0,022	2,2%
Empleado	1	0,022	2,2%
Estudiante	18	0,391	39,1%
Guarda de seguridad	1	0,022	2,2%
Independiente	4	0,087	8,7%
Ingeniero civil	1	0,022	2,2%
Jefe operativo de Flotahuila	1	0,022	2,2%
Maestro de obra	1	0,022	2,2%
Militar	3	0,065	6,5%
Policía	2	0,043	4,3%
Presta servicio de limpieza	1	0,022	2,2%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 48**

Valores de P3



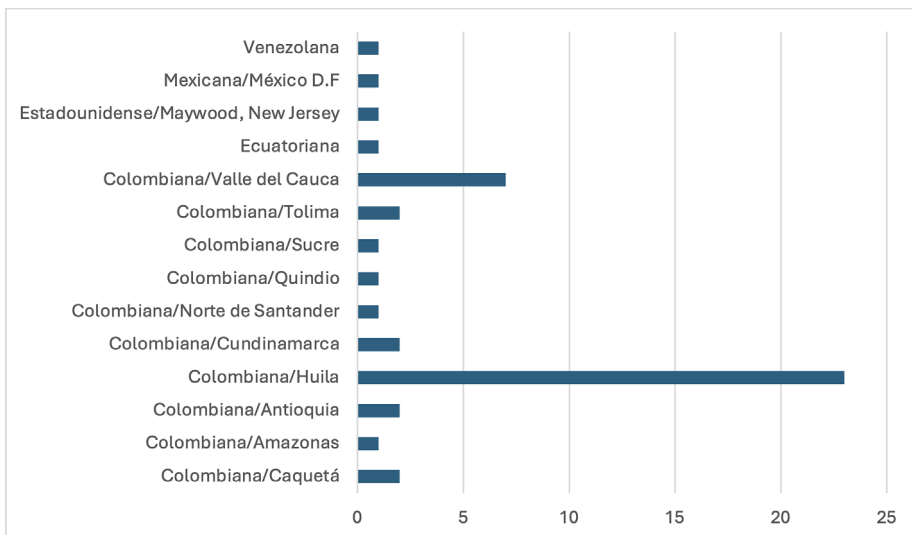
**Tabla 40**

Valores de P4

Nacionalidad/Departamento de origen	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Colombiana/Caquetá	2	0,043	4,3%
Colombiana/Amazonas	1	0,022	2,2%
Colombiana/Antioquia	2	0,043	4,3%
Colombiana/ Huila	23	0,500	50,0%
Colombiana/Cundinamarca	2	0,043	4,3%
Colombiana/Norte de Santander	1	0,022	2,2%
Colombiana/Quindío	1	0,022	2,2%
Colombiana/Sucre	1	0,022	2,2%
Colombiana/Tolima	2	0,043	4,3%
Colombiana/Valle del Cauca	7	0,152	15,2%
Ecuatoriana	1	0,022	2,2%
Estadounidense/Maywood, New Jersey	1	0,022	2,2%
Mexicana/México D. F.	1	0,022	2,2%
Venezolana	1	0,022	2,2%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 49**

Valores de P4



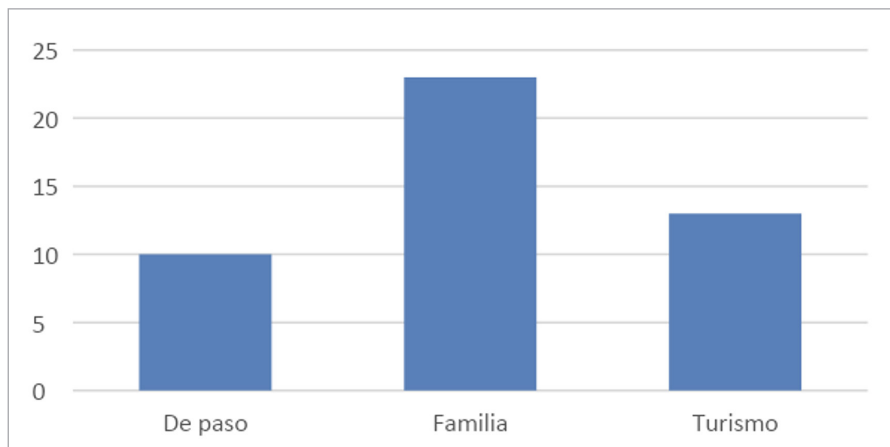
**Tabla 41**

Valores de P5

¿Por qué visita la ciudad?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
De paso	10	0,217	21,7%
Familia	23	0,500	50,0%
Turismo	13	0,283	28,3%
Total	46	1	100%

**Figura 50**

Valores de P5



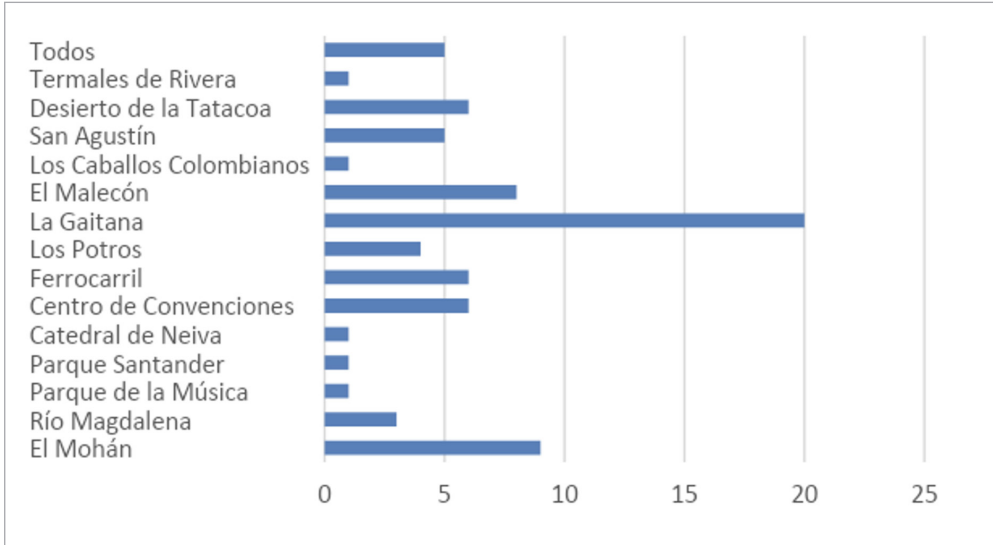
**Tabla 42**

Valores de P6

¿Qué lugares o monumentos representativos de la cultura opita conoce?	Frecuencia absoluta
El Mohán	9
Río Magdalena	3
Parque de la Música	1
Parque Santander	1
Catedral de Neiva	1
Centro de Convenciones	6
Ferrocarril	6
Los Potros	4
La Gaitana	20
El Malecón	8
Los Caballos Colombianos	1
San Agustín	5
Desierto de la Tatacoa	6
Termales de Rivera	1
Todos	5

**Figura 51**

Valores de P6



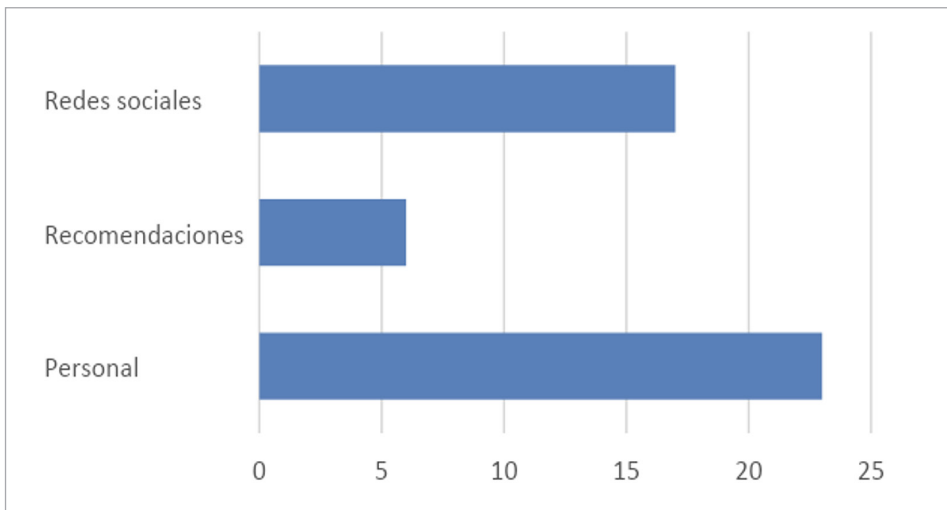
**Tabla 43**

Valores de P7

¿Quién le dio la información?			
Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
Personal	23	0,5	50%
Recomendaciones	6	0,13	13%
Redes sociales	17	0,37	37%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Figura 52**

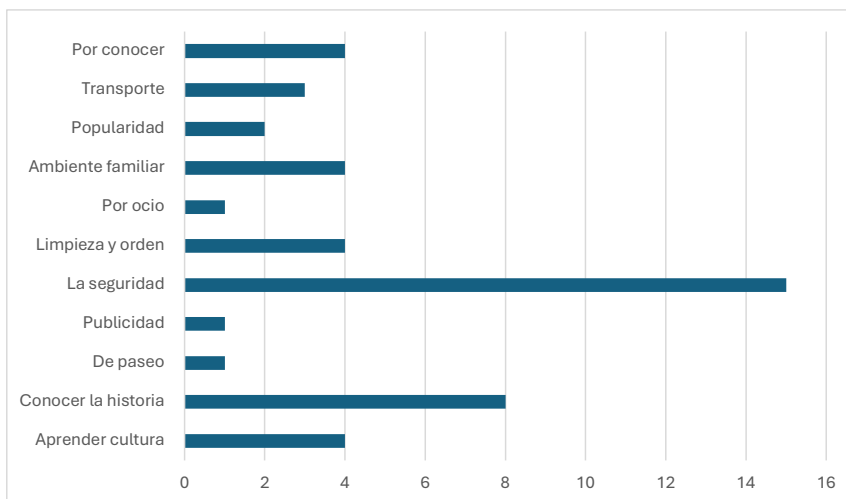
Valores de P7



**Tabla 44**  
Valores de P8

¿Qué factores tiene en cuenta para visitar un monumento o lugar turístico de la ciudad de Neiva?	Frecuencia absoluta
Aprender cultura	4
Conocer la historia	8
De paseo	1
Publicidad	1
La seguridad	15
Limpieza y orden	4
Por ocio	1
Ambiente familiar	4
Popularidad	2
Transporte	3
Por conocer	4

**Figura 53**  
Valores de P8





# Neiva:

## entre la memoria cultural y el turismo que aún no despierta

Los resultados obtenidos durante el trabajo de campo permiten comprender la situación actual del turismo urbano y comunitario en la ciudad de Neiva a partir de la percepción de visitantes, turistas, agencias de viaje, transportadores, empleados del sector público y privado, y actores institucionales. El análisis de las encuestas evidencia que la ciudad posee un importante patrimonio cultural y urbano, pero aún no logra consolidarse como destino turístico, sino que continúa siendo, en gran medida, una ciudad de tránsito hacia otros destinos del departamento del Huila.

Uno de los hallazgos más relevantes del estudio muestra que la mayoría de los encuestados reconoce el potencial turístico de la ciudad. El 92% de los participantes considera que en Neiva sí se puede desarrollar turismo, tanto urbano como comunitario. Sin embargo, esta percepción positiva contrasta con otros resultados que evidencian debilidades en la organización turística de la ciudad. El 54% de los encuestados afirmó no conocer la existencia de rutas turísticas organizadas, y un porcentaje cercano al 50% manifestó no conocer guías turísticos formales en la ciudad. Estos resultados evidencian una falta de articulación entre instituciones, operadores turísticos y comunidad, lo cual limita la consolidación de una oferta turística estructurada.



Desde un enfoque teórico, Hall & Page (2014) conciben el turismo como un sistema dinámico compuesto por interacciones entre personas, lugares y productos, organizadas en el espacio y el tiempo. En este contexto, Neiva cuenta con componentes estructurales para consolidarse como un destino turístico urbano, aunque aún carece de una narrativa cohesionada que alinee las políticas públicas, los agentes económicos y la ciudadanía como actores claves del desarrollo turístico. Esta desconexión también se manifiesta en el desconocimiento de los transportadores y agencias de viaje sobre la oferta turística local, lo cual limita su rol como difusores de información.

El análisis demográfico de los visitantes permitió identificar que la mayoría de las personas que visitan monumentos y sitios turísticos en la ciudad son jóvenes. Según los datos de la encuesta aplicada a visitantes, el 44% de los encuestados se encuentra en el rango de edad entre los 13 y 21 años, siendo este el grupo poblacional que más frecuenta los monumentos y parques de la ciudad. En cuanto a la ocupación de los visitantes, los resultados muestran que el grupo más representativo corresponde a estudiantes, con un 37,5% de participación. Este resultado es coherente con el rango de edad predominante en la muestra, lo cual sugiere que el contacto con los espacios patrimoniales se produce principalmente a través de actividades académicas o educativas, más que por actividades turísticas organizadas. En contraste, la población adulta presenta menor frecuencia de visitas; se atribuye su ausencia a factores como el deterioro físico y la inseguridad, lo cual respalda la advertencia de Butler (1999) sobre el riesgo de declive en los destinos turísticos sin estrategias adecuadas de renovación.

Respecto a los monumentos más visitados en la ciudad, los resultados muestran que el monumento de La Gaitana es el más reconocido y visitado por los encuestados, con un 44% de reconocimiento. Le siguen en frecuencia de visita el monumento Los Potros, el Malecón del río Magdalena y el monumento El Mohán. También fueron mencionados el Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, el parque Santander y otros monumentos urbanos. Estos resultados permiten afirmar que los principales referentes turísticos de la ciudad se concentran en el corredor del río Magdalena y en los monumentos escultóricos urbanos. También, se demuestra que Neiva cuenta con condiciones favorables para desarrollar un modelo mixto que combine el turismo urbano con el comunitario.

Las agencias de viajes consultadas confirmaron esta tendencia, y señalaron que el monumento de La Gaitana es el lugar más solicitado por los turistas que visitan la ciudad, seguido por el Malecón del río Magdalena y algunos recorridos urbanos por monumentos y parques. Esto demuestra que existe una base patrimonial importante para estructurar rutas turísticas urbanas, aunque estas aún no se encuentran formalmente organizadas ni suficientemente promocionadas. Desde la perspectiva urbana, lugares emblemáticos como La Gaitana, El Mohán y Los Potros, junto a la posición geográfica estratégica de la ciudad en el suroccidente colombiano, la configuran como un punto clave tanto logístico como cultural. No obstante, el uso turístico de estos espacios, según los resultados, es limitado y carece de una planificación que garantice al visitante una experiencia completa e integrada.

Otro resultado importante está relacionado con la forma en que los visitantes conocen los sitios turísticos de la ciudad. El 40% de los encuestados manifestó que conoció los monumentos por recomendación de la familia, el 21% por recomendación de amigos y el 25% por iniciativa propia. Solo un porcentaje menor indicó que conoció estos lugares por actividades académicas o institucionales. Este resultado evidencia que el turismo urbano en Neiva se difunde principalmente por redes sociales informales y recomendaciones personales, más que por estrategias institucionales de promoción turística.

Se identificó que, en términos de turismo comunitario, aunque las comunidades locales reconocen los monumentos como parte de su identidad, su participación en los procesos de gestión turística es mínima. Según López-Guzmán & Sánchez Cañizares (2009), un modelo comunitario efectivo requiere de la gestión directa por parte de la comunidad y una distribución justa de los beneficios. En el caso de Neiva, aún no se consolidan mecanismos de empoderamiento o liderazgo ciudadano en torno al turismo. Álvarez Sousa (2005) también resalta que, para que el turismo genere desarrollo social, debe integrarse a los sistemas locales de capital cultural, ambiental y económico, aspecto que aún representa una deuda en la ciudad.

En cuanto a la percepción sobre los monumentos y espacios patrimoniales, la mayoría de los encuestados considera que estos son importantes porque representan la historia, la cultura, las tradiciones y la identidad de la ciudad. Los participantes señalaron que los monumentos permiten conocer el pasado de la región, fortalecer la identidad cultural y generar sentido de pertenencia. Sin embargo, también se

identificaron problemáticas importantes como el deterioro físico de algunos monumentos, la falta de mantenimiento, la inseguridad en algunos sectores y la escasa señalización turística.

La sostenibilidad del modelo turístico, en consecuencia, se encuentra comprometida. Como lo indica Hiwasaki (2006), la protección del entorno y el reconocimiento de los saberes tradicionales son pilares del turismo comunitario. Aunque Neiva posee una rica herencia cultural expresada en sus esculturas urbanas y patrimonio simbólico, la escasa apropiación por parte de la comunidad obstaculiza la consolidación de un modelo turístico que sea sostenible e incluyente.

Otro hallazgo relevante del estudio muestra que la mayoría de las personas que llegan a la ciudad lo hacen por motivos familiares, mientras que un porcentaje menor lo hace con fines turísticos. Esto confirma que Neiva aún no se percibe como un destino turístico principal, sino como un punto de tránsito hacia otros destinos del departamento del Huila, como el desierto de la Tatacoa, San Agustín o Gigante. En este sentido, la ciudad funciona como un corredor turístico, pero no logra retener a los visitantes ni convertirlos en turistas urbanos.

Los encuestados también identificaron los principales problemas que afectan el desarrollo del turismo en la ciudad, entre los que se destacan la inseguridad, el abandono de algunos monumentos, la falta de rutas turísticas organizadas, la escasa promoción turística, la falta de señalización, la poca articulación institucional y la falta de capacitación de actores locales como transportadores y comerciantes para que promuevan el turismo local.





@roo AU  
PETA.UMMA

A pesar de estas dificultades, los resultados muestran que Neiva posee condiciones favorables para desarrollar un modelo turístico que combine el turismo urbano y el turismo comunitario. La ciudad cuenta con patrimonio cultural, monumentos urbanos, eventos culturales, gastronomía tradicional, ubicación estratégica, conectividad vial y un importante legado cultural representado en esculturas, parques y espacios públicos. Estos elementos constituyen una base importante para la construcción de un modelo turístico urbano cultural.

Por último, se evidencia el cumplimiento de los objetivos propuestos en esta investigación. En primer lugar, se identificaron los monumentos y parques con mayor relevancia cultural para la población opita. La Gaitana, El Mohán, Los Potros, el Malecón y el Centro de Convenciones fueron señalados como espacios con alto valor simbólico; constituyen referentes de identidad y memoria colectiva. En la caracterización de los espacios patrimoniales, se logró construir un inventario que va más allá de la descripción física: incluye su dimensión histórica, emocional y cultural.

Respecto al segundo objetivo, el estudio evidenció que Neiva posee atributos que le permiten desarrollar tanto el turismo urbano como el comunitario. En el primero, destacan la infraestructura, la conectividad y su riqueza

artística; en el segundo, la existencia de saberes tradicionales, celebraciones culturales como el Festival del Bambuco y un tejido social dinámico. Sin embargo, ambos enfoques enfrentan retos similares relacionados con la falta de coordinación institucional, la escasa participación ciudadana y la débil sostenibilidad de las acciones.

El tercer objetivo, orientado a evaluar el nivel de conocimiento y apropiación de los actores involucrados, reveló que, aunque existe familiaridad con algunos monumentos, la información sobre rutas turísticas y guías es limitada. El 47% de los encuestados indicó no conocer rutas turísticas establecidas y el 54% desconoce la existencia de guías, lo cual dificulta la consolidación de una oferta turística robusta y articulada.

En síntesis, los resultados de la presente investigación permiten concluir que Neiva posee los recursos culturales, urbanos y sociales necesarios para desarrollar el turismo urbano y comunitario. No obstante, requiere procesos de planificación turística, articulación institucional, fortalecimiento de la seguridad, recuperación de espacios públicos, creación de rutas turísticas, promoción cultural y participación comunitaria. Solo a través de estos procesos la ciudad podrá pasar de ser una ciudad de tránsito a convertirse en un destino turístico cultural consolidado.

# Glosario

**Destinos primarios:** destinos turísticos suficientemente atractivos para motivar un viaje. Su característica principal es que han de ofrecer una variedad de actividades que justifiquen una estancia mínima de dos días y pernoctación de una noche.

**Destinos secundarios:** son puntos de destino en una ruta o itinerario de visitas radiales desde un destino primario. La duración de la estancia es menor y no se necesita gran variedad de actividades. Los destinos secundarios pueden recibir grandes números de visitantes en periodos cortos de tiempo.

**Guías turísticos:** persona que guía los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona. Normalmente posee una titulación específica sobre una zona, por lo general emitido o reconocido por las autoridades competente.

**Producto turístico:** es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, planta turística, actividades recreativas, experiencias, organización y/o servicios, imágenes y valores simbólicos, que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre.

**Plan sectorial:** es un instrumento que prevé las acciones estratégicas de transformación del sector turístico para enfrentar los principales problemas que existen en el municipio.

**Paquete turístico:** es el resultado de un trabajo de gestión de tarifas y de integración de diferentes servicios presentados en un programa general de actividades. Los paquetes turísticos se expresan mediante las variables de tiempo y precio.

**Ruta turística:** una ruta turística es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza visitando y conociendo atractivos turísticos culturales o naturales, ubicados en zonas de desarrollo turístico, dotados con todas las facilidades y comodidades para el turismo.

**Turista:** visitante que pasa al menos una noche en un lugar fuera de su entorno habitual con fines de turismo.

**Visitante:** persona que viaja a un lugar fuera de su entorno habitual; puede o no pasar la noche.

Los presentes términos fueron propuestos a partir de ONU Turismo (2021).

## Referencias

- Álvarez Sousa, A. (2005). La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teórico-metodológicos. *Política y Sociedad*, 42(1), 57–84. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0505130057A>
- Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>
- Bacci, M. E. (2007). *La importancia de la gestión en el turismo urbano*. Forum universal de las culturas 2007. Encuentro Internacional de Turismo Urbano y Cultura.
- Bautista, C. (2019). *Monumentos de Neiva*. SCRIBD. <https://es.scribd.com/document/430496306/Monumentos-de-Neiva>
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Comunicaciones ProColombia. (2021). *Colombia, el destino ideal para invertir en 2021*. ProColombia. <https://procolombia.co/sala-de-prensa/noticias/colombia-el-destino-ideal-para-invertir-en-2021>
- González, S. (2017). *Monumento La Gaitana*. Wikipedia. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Monumento\\_la\\_Gaitana\\_de\\_Neiva\\_Huila\\_Colombia.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Monumento_la_Gaitana_de_Neiva_Huila_Colombia.jpg)
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, place and space*. Routledge. [https://www.researchgate.net/profile/Colin-Hall-4/publication/298548713\\_The\\_Geography\\_of\\_Tourism\\_and\\_Recreation/links/5dc20ba392851c81803037bd/The-Geography-of-Tourism-and-Recreation.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Colin-Hall-4/publication/298548713_The_Geography_of_Tourism_and_Recreation/links/5dc20ba392851c81803037bd/The-Geography-of-Tourism-and-Recreation.pdf)
- Hiwasaki, L. (2006). Community-Based Tourism: A Pathway to Sustainability for Japan's Protected Areas. *Society & Natural Resources*, 19(8), 675–692. <https://doi.org/10.1080/08941920600801090>
- Huila Magnífica. (2017). *Mitos y Leyendas del Huila*. Sitio web de Huila Magnífica. <https://huilamagnifica.com/mitos-y-leyendas-del-huila/>
- Huila Turística. (2011). *El domo de las antípodas Neiva Huila*. Sitio web de Huila Turística. <https://www.huilaturistica.com/2011/06/el-domo-de-las-antipodas-neiva-huila.html>
- Huila Turística. (2012). *Parque Andino Neiva Huila Colombia*. Sitio web de Huila Turística. [https://www.huilaturistica.com/2012\\_12\\_10\\_archive.html](https://www.huilaturistica.com/2012_12_10_archive.html)
- Hunziker, W., & Krapf, K. (2018). *Fundamentos de la doctrina general del turismo*. Edición crítica de Francisco Muñoz de Escalona. <https://es.scribd.com/document/429048022/fundamentos-generales-de-la-doctrina-del-turismo>

- Las Ceibas - Empresas Públicas de Neiva ESP. (2020). *Publicación de Las Ceibas - Empresas Públicas de Neiva E.S.P. Facebook*. <https://www.facebook.com/lasceibasesp/posts/el-monumento-el-caballo-colombiano-erigido-al-costado-derecho-del-canal-de-la-to/4628202550553911/>
- Law, C. M. (1993). *Urban tourism: attracting visitors to large cities*. Mansell. <https://archive.org/details/urbantourismattr0000lawc>
- López-Guzmán, T. J., & Sánchez Cañizares, S. M. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador. *Revista de Estudios Cooperativos*, (99), 85–103. <https://www.redalyc.org/pdf/367/36711903004.pdf>
- Martín de la Rosa, B. (2003). La imagen turística de las regiones insulares: las islas como paraísos. *Cuadernos de Turismo*, (11), 127–137. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801108>
- Méndez, J. (2009a). *Neiva ciudad Villamil. Monumento "Al sur". - El Juncal Airport galería de fotos*. World Travel Server. [https://www.worldtravelserver.com/travel/es/colombia/airport\\_el\\_juncal\\_airport/photo\\_21725916-neiva-ciudad-villamil-monumento-al-sur.html#google\\_vignette](https://www.worldtravelserver.com/travel/es/colombia/airport_el_juncal_airport/photo_21725916-neiva-ciudad-villamil-monumento-al-sur.html#google_vignette)
- Méndez, J. (2009b). *Neiva ciudad Villamil. Monumento "Llamarada". Saliendo a Bogotá. - Benito Salas Airport galería de fotos*. World Travel Server. [https://www.worldtravelserver.com/travel/es/colombia/airport\\_benito\\_salas\\_airport/photo\\_21723672-neiva-ciudad-villamil-monumento-llamarada-saliendo-a-bogotg.html](https://www.worldtravelserver.com/travel/es/colombia/airport_benito_salas_airport/photo_21723672-neiva-ciudad-villamil-monumento-llamarada-saliendo-a-bogotg.html)
- Mosquera Vásquez, G. A. (2019). *Resumen de la historia local: historia del municipio de Villavieja desde el siglo XIX a nuestros tiempos*. Scribd.
- Murphy, P. (2014). *Tourism: A Community Approach* (RLE Tourism). Routledge.
- ONU Turismo. (2021). *Glosario de términos de turismo*. UN Tourism. <https://www.untourism.int/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización de las Naciones Unidas. (2022). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2022*. Department of Economic and Social Affairs. [https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2022\\_Spanish.pdf](https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2022_Spanish.pdf)
- Orgaz Agüera, F., & Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable*, (31). [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-90362016000200008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008&lng=es&tlng=es)
- Ortiz, N. (2021). *Me llevarás en Ti*. Uliana Molano wixsite. <https://ulianamolano.wixsite.com/artepublico-unad/post/me-llevar%C3%A1s-en-ti>
- Redactores del sitio web de Jorge Villamil. (2020). *Ruta Villamil*. Sitio web de Jorge Villamil. <https://jorgevillamil.co/laruta/#lunaroja>
- Rojas, A. (2011). *Mapa de las Comunas de Neiva, departamento del Huila, Colombia*. Wikipedia. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Comunas\\_de\\_Neiva.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Comunas_de_Neiva.svg)

- Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo. (2025). *Monumento El Mohán*. Sitio web de Huila Travel. <https://huila.travel/destino/monumentoelmohan>
- Sharplay, R. (2009). *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* Earthscan. <https://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/28323/1/173.pdf.pdf>
- Tan, Y., Jiang, G., Merajuddin, S. S., & Zhao, F. (2025). Urbanization and tourism economic development. *Finance Research Letters*, 73(106632). <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.106632>
- UN Tourism. (2024). Barómetro del Turismo Mundial y anexo estadístico, noviembre 2024. *eLibrary*, 22(4). <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometeresp.2024.22.1.4?role=tab>
- Vega, M. (2011a). *Escultura El Caracolí Neiva Huila Colombia*. Sitio web de colombianeivahuila.blogspot.com.
- Vega, M. (2011b). *Escultura Los Guadales Neiva Huila Colombia*. Sitio web de colombianeivahuila.blogspot. <https://colombianeivahuila.blogspot.com/2011/05/monumento-los-guadales-neiva-huila.html>
- Vega, M. (2011c). *Malecón Río Magdalena Neiva Huila*. Sitio web de colombianeivahuila.blogspot.
- Vega, M. (2011d). *Monumento a la Lavandera Neiva Huila*. Sitio web de colombianeivahuila.blogspot. <https://colombianeivahuila.blogspot.com/2011/05/monumento-la-lavandera-neiva-huila.html>
- Vega, M. (2011e). *Monumento a la Madre Tierra Neiva Huila Colombia*. Sitio web de colombianeivahuila.blogspot. <https://colombianeivahuila.blogspot.com/2011/05/monumento-la-madre-tierra-neiva-huila.html>
- Vega, M. (2011f). *Monumento a la Raza Neiva Huila Colombia*. Sitio web de colombianeivahuila.blogspot. <https://colombianeivahuila.blogspot.com/2011/05/monumento-la-raza-neiva-huila-colombia.html>
- World Bank Group. (2019). *World Development Indicators*. DataBank. <https://databank.worldbank.org/id/f1ddbc94>

# Parques y monumentos representativos de la cultura opita con potencial para el turismo urbano y comunitario en la ciudad de

# Neiva



Martha Isabel Rojas  
José Alfonso Vargas



**CORHUILA**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL HUILA  
Vigilada Mineducación