

INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL
INSTITUTO DE TURISMO DE ILLAVICENCIO



NICOLAS MANTILLA BUITRAGO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2020

INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL
INSTITUTO DE TURISMO DE ILLAVICENCIO

NICOLAS MANTILLA BUITRAGO

Informe de práctica presentado como requisito para optar al título De Profesional en Negocios
Internacionales

Asesor

ALFONSO CANONIGO GALVIS
Profesional de Comercio Exterior

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2020

Autoridades Académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O. P.

Rector General

P. Eduardo GONZÁLEZ GIL, O. P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Dr. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de Facultad de Negocios Internacionales

Nota de aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Firma Nombre Decano de Facultad

ALFONSO CANONIGO GALVIS

Firma Nombre Director Trabajo de Grado

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Jurado

JULIO ANDRES RAMIREZ MORALES

Jurado

Villavicencio, julio de 2020

Dedicatoria

Al cariño recibido, la gracia y la paciencia de mis padres y abuelos que han esperado tanto tiempo para verme realizado con mi título profesional, es una oportunidad única que se ve reflejada en la vida de un hijo.

Gracias a mis padres por ser los principales alentadores en este sueño de ser un profesional, por creer en mí y confiar en mis anhelos y propósitos diariamente, a mi madre por enseñarme el valor de la constancia el amor y la responsabilidad, a mi padre por sus consejos y ayudas recibidas que siempre fueron muy valiosas.

Gracias al Dios por ponerme unos segundos padres en el camino, mis abuelos quienes siempre se preocuparon por mí y sin los cuales sencillamente este logro no hubiese sido posible

Gracias a la vida por este nuevo logro y a todas las personas que creyeron en mí y fueron partícipes de la realización mi práctica profesional.

Tabla de contenido

Resumen.....	7
1. Introducción	9
2. Objetivos	10
2.1 Objetivo general.....	11
2.2 Objetivos específicos	11
3. Capítulo I.....	11
4. Capítulo II	16
5. Información del instituto.....	19
5.1 Misión	19
5.2 Visión.....	19
5.3 Objetivos estratégicos	19
5.4 Naturaleza	20
5.5 Funciones	20
5.6 Organigrama	22
5.7 Trámites y servicios	22
5.8 Nombre del cargo.....	23
5.9 Funciones laborales.....	23
6. Conclusiones	24
7. Bibliografía	25

Resumen

La actividad eco turística ha adquirido gran relevancia a nivel mundial en las últimas décadas y Colombia es el segundo país con más biodiversidad en el mundo, lleno de paisajes desconocidos, exuberantes y paradisiacos, esto hace de nuestro país el destino eco turístico ideal, un foco lleno de naturaleza a nivel global para aquellas personas que desean descubrir nuevos lugares inhóspitos y exóticos, repletos de aventuras y retos apalancándose en las bondades de la naturaleza colombiana.

El turismo de naturaleza, ecológico y sostenible, si se hace debidamente, se puede convertir en una oportunidad, una ventaja y una fuente de ingresos monumental e inagotable que seguramente afectara significativa y positivamente la economía de un país como el nuestro, para así crear una gran entrada de divisas al país naciendo una alternativa infinita, sustentable y sobre todo rentable, donde se benefician comunidades locales que deben ser sensibilizadas y preparadas para entender la responsabilidad que tenemos cada uno frente a la sostenibilidad del ejercicio.

En el departamento del Meta contamos con múltiples destinos llamativos que son desconocidos hasta para sus propios habitantes, aun así existe una oferta turística que crece rápidamente y quiere consolidarse como una de las principales alternativas a nivel nacional en ecoturismo. Para llegar hasta ese punto se deben fortalecer ciertos puntos claves como es la capacitación de los agentes de viajes, el fortalecimiento del sector hotelero, la cooperación entre las entidades públicas que sirvan como puente entre los diferentes vendedores de paquetes turísticos locales y las agencias nacionales e internacionales para así lograr un posicionamiento de nuestra región como un destino predilecto para el ecoturismo.

Desde el Instituto de Turismo de Villavicencio se vienen adelantando múltiples proyectos que ayudaran a completar los objetivos mencionados en el anterior párrafo, la participación en ferias de turismo nacionales como ANATO o internacionales como ARATUR o Misión México ayudan a que nuestra región y sus planes sean más visibles en el globo de los negocios turísticos; buscando impulsar y ayudar a los negocios turísticos locales a mejorar sus servicios, atraer más clientes y a conectarse con agentes de viajes de todo el mundo, posicionar al departamento como un destino nuevo y seguro dispuesto a recibir a todos los visitantes, cumplir con distintos objetivos para lograr ser más competitivo a nivel ciudad/departamento cumpliendo estatales nacionales, codeándose con los principales destinos de Colombia.

Palabras clave: Turismo, Eco turismo, Instituto de Turismo, Servicios Turísticos, Responsabilidad, Sostenibilidad, Economía local, Economía nacional, Proyectos de promoción

Abstrac

The eco-tourism activity has acquired great relevance worldwide in recent decades and Colombia is the second country with the most biodiversity in the world, full of unknown, lush and paradisiacal landscapes, this makes our country the ideal ecotourism destination, a full focus of nature at a global level for people who want to discover new unexpected and exotic places, full of adventures and challenges, leveraging the benefits of Colombian nature.

Nature tourism, ecological and sustainable, if it can be successful, can become an opportunity, an advantage and a monumental and inexhaustible source of income that could significantly and positively affect the economy of a country like ours, in order to create a Great inflow of foreign currency into the country, creating an infinite, sustainable and above all profitable alternative, where local communities benefit, who must be sensitized and prepared to understand the responsibility that each of us has towards the sustainability of the exercise.

In the department of Meta we have multiple attractive destinations that are unknown even to its own inhabitants, even so there is a tourist offer that is growing rapidly and wants to consolidate itself as one of the main national alternatives for ecotourism. To reach this point, key points must be strengthened, such as the training of travel agents, the strengthening of the hotel sector, cooperation between public entities that serve as a bridge between the different vendors of local tourist packages and national agencies and in order to achieve a positioning of our region as a favorite destination for ecotourism.

From the Villavicencio tourism institute, multiple projects are being carried out that help to complete the objectives established in the previous paragraph, participation in national tourism fairs such as ANATO or international fairs such as ARATUR or Misión México help our region and their aircraft are more visible in the globe of tourist businesses; seeking to promote and help local tourism businesses to improve their services, attract more clients and attract with travel agents from all over the world, position the department as a new and safe destination available to receive all visitors, meet different objectives to to be more competitive at the city / department level, complying with national standards, rubbing shoulders with the main destinations in Colombia.

Key words: Tourism, Eco tourism, Intitute of tourism, Tourism services, Responsibility - Sustainability-Local Economy –National Economy– Promotion Proyects.

1. Introducción

Durante mi práctica profesional en el Instituto de Turismo de Villavicencio, realice un cronograma de actividades aprobadas por la facultad donde se aplicaron algunos de los conocimientos adquiridos en la facultad de negocios en mi periodo académico. Algunas de estos fueron: Investigación de ferias y concursos turísticos nacionales e internacionales, donde partiendo de una investigación se logró la identificación, vinculación y participación a dos ferias internacionales llamativas para el instituto, Aratur en España y la misión México organizada por Pro Colombia.

También se realizó la Propuesta macro rueda de negocios de turismo Orinoco y amazonia. (Proyecto con ficha técnica, identificación de actores posibles, árbol de problemas, logística del evento)

EL último gran bloque se centra en el mejoramiento y actualización de los puntos PITS de la ciudad, allí se realizó una investigación intensiva para determinar cuáles eran los factores ausentes en nuestros Pits.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Aportar y contribuir en las actividades, procesos y estrategias de promoción turística, que se llevan a cabo dentro del Instituto de Turismo de Villavicencio, aumentando la proyección y visibilidad del departamento como un destino eco turístico por excelencia en el entorno primeramente nacional y póstumamente internacional.

2.2 Objetivos específicos

- ✓ Asistir a las diferentes capacitaciones y comités realizados en la oficina.
- ✓ Responder óptimamente a las tareas asignadas en la oficina de turismo del Meta.
- ✓ Desarrollar y completar los diferentes procesos solicitados por los funcionarios dentro de la oficina de turismo de Villavicencio.
- ✓ Fortalecer mis habilidades profesionales, comunicativas y humanistas como Negociador internacional, mediante la prestación del servicio de Auxiliar del departamento administrativo y financiero del Instituto de Turismo de Villavicencio.
- ✓ Contribuir en la sistematización de la información de bases de datos, dentro del Instituto de Turismo, para facilitar su funcionamiento.
- ✓ Investigar y participar en ferias y eventos nacionales e internacionales por parte del Instituto de Turismo, para garantizar una mayor visibilidad en el mercado de destinos turísticos de naturaleza.
- ✓ Ayudar al Instituto de Turismo en su tarea de capacitar y relacionar a las empresas de turismo local con compradores de todo el mundo.
- ✓ Aportar nuevas ideas y conocimientos en la creación, organización y ejecución de la primera macro rueda de negocios turísticos en la Orinoco-Amazonia.

3. Capítulo I.

Según lo que nos dice la teoría comparativa, los países deben especializarse en producir bienes y servicios, que entre muchas características, deben resultar económicos de fabricar respecto al resto del mundo, o si se tiene el conocimiento necesario y aplicado para ofrecer algo que otros no (tecnología); pero también funciona si el país posee ventajas de carácter geográfico que le permitan acceder a recursos que si en este caso hablamos de abundancia, en otros países son realmente escasos. Planteando esta situación, lo primero que se nos viene a la cabeza son los recursos minerales, y esto se debe a que es un mercado que se expande constantemente y su demanda está siempre en crecimiento. Es entonces, cuando un país como Colombia se convierte en un figurante del comercio internacional, al poseer grandes reservas dentro de su territorio se le abre la posibilidad de aportar una cuota en la extracción de crudo, oro, y otros minerales que son fundamentales para el funcionamiento de la vida y que sin ellos no podríamos coincidir una idea de la misma, pero que finalmente lo que busca es satisfacer la demanda nacional e internacional.

Esta actividad es muy bien remunerada, permiten el desarrollo de un país mediante la inversión, y sirve en el caso colombiano como el pilar principal en el cual que se sostiene la economía de todo un país.

Pero lamentablemente no todo es color de rosa, desafortunadamente son varios los retos que su ejecución la economía extractivista nos trae como sociedad; en primer lugar hemos descargado demasiada importancia en el sector minero y de hidrocarburos, esto nos ha hecho sumamente dependientes al valor de su mercado y a su estabilidad, y cualquier desequilibrio en él, se desencadena en una altamente volatilidad que nos deja limitados en capacidad de encontrar otro sector de apoyo que aporte beneficios económicos para no sentir los rezagos de la caída de dicho mercado como nos ha venido sucediendo año tras año 'El desplome de 8,7 por ciento este lunes en el precio del petróleo Brent, que tiene al barril en mínimos no vistos desde hace 18 años, 22,76 dólares, cada vez le está dejando menos margen de maniobra al Gobierno, pues a pesar de que el país no es un gran productor de crudo, sus finanzas sí dependen mucho de esta materia prima.' (El Tiempo, 2020)

Otro reto gigantesco que tenemos, pero que parece a muchos no importarle, son las

consecuencias ambientales que la extracción conlleva, si bien en Colombia se le ha dicho que no al fracking ‘Consejo de Estado mantiene la suspensión de fracking en Colombia.

Después de la sesión programada, la alta Corte anunció que sigue en pie la decisión de suspender esta técnica de extracción de yacimientos no convencionales en todo el territorio nacional. No se harán ni siquiera los proyectos piloto. (Semana, 2019) la técnica común mente usada sigue dejando desastres ambientales que en muchos casos son irreversibles o lastiman la naturaleza por cientos de años.

Y el último de los grandes retos que mencionare en este trabajo, es que tenemos que asumir con total conciencia y responsabilidad el hecho de que estos recursos no son renovables y en algún momento se tendrán que agotar. Esta carrera contrarreloj que tiene en jaque al estado colombiano ha preocupado a organizaciones y a gobiernos que buscan nuevas alternativas que ayuden a remplazar la explotación de recursos minerales e hidrocarburos como el único gran responsable del sostenimiento de la economía nacional.

Para dar un ejemplo muy claro y bastante cercano además, cabe mencionar la política del actual gobierno conocida como la economía naranja, adoptada desde que en el 2013 ‘El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) publicó un estudio denominado “La economía naranja: una oportunidad infinita”. Fue un análisis sobre la importancia y el aporte de la economía cultural y creativa que, a la hora de concretarse por sectores, dio paso al término turismo naranja como el fomento del desarrollo cultural, económico y social popular con sostenibilidad’ (Lacoture, 2019) donde el gobierno busca mediante reducción de impuestos, creación de nuevos programas, subsidios a emprendedores, becas, ferias, concursos, financiamiento de proyectos etc...estimular actividades económicas que combinan el talento, la creatividad, la tecnología y la cultura, las cuales se proyectan como el nuevo motor de crecimiento económico y transformación social de Colombia. (SENA, 2020)

Uno de los sectores más importantes y que más se han beneficiado de esta nueva política es el del turismo, pese al rezago que sufrió este mercado de servicios a nivel mundial, producto de la pandemia COVID-19 ha recibido la importancia y la atención necesaria para empezar a creer que podríamos seguir el ejemplo de países como Emiratos Árabes Unidos que le apuestan todo al turismo como actividad principal en el futuro de su economía. Pues este concepto encaja a la perfección en el turismo como el mejor vehículo para desarrollar la economía naranja y abre un

enorme abanico de posibilidades para los destinos del país si tenemos en cuenta que varios de ellos han incorporado la cultura, la innovación y la creatividad como pilares. (Lacoture, 2019)

Estando en el Instituto de Turismo entendí y aprendí muchas cosas del tema sobre la práctica que eran ajenos a mi hasta ese momento, algo que me quedo claro es que dentro del turismo existen distintos tipos, estos se clasifican según las características del lugar donde se desarrolla la actividad, y sirven para catalogar, diferenciar y elegir la opción que más se ajuste a cada quien para sus vacaciones. Por esto debe quedar claro que no es lo mismo el turismo que tenga para ofrecer un país como emiratos árabes unidos, cuyo caso sería turismo de lujo, al turismo que hay en países como Turquía o El Vaticano que reciben millones de visitantes al año pero que se enfocan en el turismo religioso.

En el caso colombiano el turismo es y debe ser ecológico; gracias a los paisajes exuberantes, a sus distintos climas y regiones, a sus destinos vírgenes y aventureros, repletos de naturaleza y cargados con mucho contacto con el medio ambiente. Apalancándose en las bondades que brindan sus playas paradisíacas, sus selvas biodiversas e inhóspitas, sus montañas cubiertas de nieve, su fauna y su flora y su llanura inmensa e interminable, De la misma manera Colombia es un caso excepcional en materia de biodiversidad, por su alto porcentaje de la misma con respecto a otros países del mundo. Colombia presenta una alta variedad biológica, por lo que es considerado el segundo país mega diverso del mundo, albergando cerca del 10% de biodiversidad en el planeta. Este considerable porcentaje en tan sólo el 0.7% de la superficie terrestre. (desiderio, 2014) Colombia ha podido encontrar en estos lugares el refugio perfecto en el cual construir todo un modelo económico entorno al turismo ecológico.

Pero si bien el turismo ecológico necesita de estos lugares fantásticos para poder llevarse a cabo, se dice que es ecológico propiamente por importante necesidad que tenemos todos tanto comercios locales, como visitantes y pasando por las entidades gubernamentales de cuidar y proteger estos ambientes con el fin de que se puedan conservar indefinidamente, de otro modo, podríamos afrontar la espeluznante dejación y maltrato que pueden afectar irremediablemente a los ecosistemas que allí habitan, terminando así de raíz con la actividad y sus beneficios.

En 1996 se crea la ley general de turismo que le da relevancia al ecoturismo como uno de los tipos especializados de turismo en los cuales el país está empeñado en crear ventajas competitivas. El ecoturismo es definido como aquella forma de turismo especializado y dirigido

que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y que se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. (desiderio, 2014)

En Colombia existe la Red nacional de turismo encargada de organizar a los prestadores de servicios turísticos y responde a la ley 300 de 1996 ley general de turismo que ha evolucionado con el tiempo y donde se han presentado distintos decretos y resoluciones que mantienen al turismo dentro de la vanguardia mundial, siendo el ultimo de ellos el decreto 2063 modificando artículos de la ley en materias de requisitos, registros para las empresas prestadoras de turismo así mismo como la actualización de equipos electrónicos y sistematización de la información.

El pasado 13 de Julio, Colombia fue galardonada como el mejor destino de Suramérica de 2019 según los World Travel Awards llevados a cabo en la Paz, Bolivia. El turismo en Colombia se hizo merecedor de este reconocimiento entre otros galardones recibidos, gracias a su amplio portafolio turístico donde ofrece diferentes destinos, cubriendo todos los intereses y necesidades de los viajeros. (2019)

No obstante también es pertinente repasar el papel que ha tenido el turismo en forma general a nivel mundial y es que los números nos muestran que cada día la gente viaja más y busca nuevos destinos que los comúnmente concurridos. En 2019 se han registrado 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo. Eso supone un incremento del 4% en la actividad turística, en relación a 2018. Además, es una cifra que indica que los crecimientos se van haciendo más pequeños. Pensemos que el crecimiento en 2017 fue del 7% y en 2018 del 6%. (López, 2020)

El caso del departamento del Meta es bastante peculiar, ya que muchos de sus destinos se encontraban olvidados y enterradas, gracias a que en muchas partes del departamento se encontraban en conflictos armados que hicieron con el tiempo que las personas se olvidaras de estas riquezas naturales, pero con el exitoso proceso de paz entre el gobierno anterior y la guerrilla más antigua de Colombia, estos lugares fueron redescubiertos y pasaron a la lupa del país entero, A Putumayo, Meta y Chocó regresaron los viajeros, la mayoría extranjeros. Las víctimas del conflicto hoy son los promotores del turismo en estas regiones. (chamie, 2018)

Pro Colombia elaboró un estudio sobre turismo y posconflicto y concluyó que los nichos de mayor demanda son: avistamiento de aves (12 por ciento); turismo comunitario (11 por ciento)

y gastronomía (10 por ciento). “Trabajamos en la promoción de la oferta colombiana para el turista de naturaleza y aventura. Son iniciativas beneficiosas para comunidades que han encontrado en el turismo una fuente de ingresos”, destaca Felipe Jaramillo, presidente de Pro Colombia. (Chamie, 2018) Esto lo que nos muestra es que el turismo aparte de todos los beneficios ya mencionados en este trabajo, que es una fuente de recursos infinita e inagotable y que a su vez si es bien manejado, puede contribuir con el mantenimiento y mejoramiento de los sitios de interés, también funciona como una nueva alternativa a familias que nacieron y crecieron en medio de la guerra y que por cuestiones de la vida no habían tenido más opciones que elegir entre ser víctima o victimarios, hoy pueden elegir una actividad que les traerá sin número de beneficios para sus vidas y las de sus familias, el turismo.

4. Capítulo II.

Desde el Instituto de Turismo de Villavicencio se desplegaron diferentes proyectos y tareas para lograr impulsar la región del meta como un destino predilecto en el momento de pensar en turismo ecológico, tenemos una ventaja en la región gracias a que se redescubrieron estos nuevos paisajes y lugares a los que las personas quieren y se atreven a ir cada vez más. También el momento que atravesamos es crucial ya que el gobierno ha puesto sus ojos en el turismo como principal industria a fortalecer y en esta medida hemos sido beneficiarios de la economía naranja.

Estos ‘nuevos’ destinos han logrado capturar la atención de los viajeros y logran cumplir con creces las expectativas de quienes vienen a conocerlos.

Una de las primeras actividades que realice en el instituto fue la de actualizar la base de datos de las empresas pertenecientes a la red nacional de turismo, allí también se lograron sistematizar nuevas empresas de servicios turísticos, figuraban en libros y carpetas de archivo pero en el momento de ingresarlos a la computadora se hace más fácil la gestión en el caso de que se llegue a realizar un evento que los involucre como principales; por ejemplo, este año fuimos invitados de honor a la feria ANATO donde tuvimos una oportunidad única de exponer la belleza del departamento, sus costumbres y su gente, y claro el turismo no podía faltar.

Allí se expusieron varios de los lugares que ya cuentan con una red hotelera y con vías de acceso, lugares como caño cristales rio de los siete colores, el cañón del quejar, las piscinas del rio quejar y el avistamiento de ayer en la sierra de la macarena son algunos de los principales destinos que han logrado capturar la atención a nivel nacional e internacional, esto fue algo muy positivo ya que se lograron conectar agentes de viajes de todo el mundo con estos empresarios turísticos locales y muy seguramente en un futuro ofrecerán algún paquete de viajes que incluya estos mágicos lugares.

Y es que estas ferias de turismo son las vitrinas perfectas para vender con éxito el turismo ecológico en nuestro departamento, por eso es que se me confió la importante labor de investigar ferias, macro ruedas, eventos cuyo principal tema fuera el turismo ecológico o de naturaleza, para el instituto es muy importante poder participar en estos eventos para ser el puente que

conecte a los emprendedores del departamento con cualquier posible comprador. Es así como se identifican y seleccionan dos ferias importantes que tomarían lugar en el año 2020, una ARATUR en Zaragoza, España y la llamada Misión México en la ciudad de México, este últimos siendo organizado por Pro Colombia; ambos eventos tenían un funcionamiento similar, donde se acudía con un stand y se participaba tanto en el papel de promotores de la región y activamente conociendo nuevos lugares, destinos y trayendo conocimiento y futuros posibles negocios. Pero mi labor fue más allá que solo investigar y seleccionar, también hice la vinculación y mantuve la comunicación efectiva que nos permitieron dilucidar incógnitas y acordar el interés del instituto de participar en dichas ferias; a su vez, se me encargo la elaboración de las propuestas incluyendo importantísima logística que se necesita para participar en estos eventos, cotizando transportes, alojamiento, viáticos y demás, esta propuesta fue llevada hasta la dirección y se alcanzó a concretar la participación en ARATUR siguiendo el marco de esta propuesta.

Pero no solo quisimos participar en las ferias y eventos de turismo, también como un proyecto cercano, el Instituto de Turismo de Villavicencio planeo realizar la Macro rueda de negocios de turismo Orinoco y amazonia; gratamente fui el encargado de realizar la propuesta y el paso a paso de la organización de la macro rueda, apalancándome en el conocimiento que recibí en la universidad y contando con las experiencias vividas como participante en las macro ruedas de negocios que organizaba la facultad de negocios internacionales en la universidad santo tomas.

Y aquí quiero resaltar dos cosas; la primera, que fue en esta actividad en la que me enfoque la mayor parte del tiempo durante la práctica, tuve que organizar toda la logística del evento durante los días que se realizaba, se elaboró una ficha técnica, se identificaron posibles actores, los cuales fueron contactados, confirmados y registrados en una tabla, y finalmente se realizó un árbol de problemas, que nos permitieron darle la dirección que buscamos de turismo de naturaleza en el departamento. Lo segundo que quiero resaltar es que se logró una vinculación entre la universidad sato tomas y el Instituto de Turismo de Villavicencio, quienes acordaran la cooperación para realizar la feria, todo esto siguiendo el marco de la propuesta que yo realice y gracias a mi gestión de vincular a las dos partes.

Una de las ultimas responsabilidades que me fueron dadas, fue el proyecto de actualizar y mejorar los PIT's (Puntos de Información Turística) que funcionan en la ciudad; ciudades como Medellín y Cartagena pertenecen a una red nacional de pits que abre un abanico de posibilidades

y ventajas frente a las otras regiones, permitiendo la visibilidad del departamento en un entorno nacional. Existen unos requisitos y unos mejoramientos que fueron identificados mediante una investigación en la red y múltiples llamadas a entidades como Pro Colombia y cotelco para lograr establecer el paso a paso que seguir para lograr posicionar y promocionar correctamente el departamento como un destino turístico de naturaleza por excelencia. Entre estos mejoramientos encontramos sistematización de datos, redes de WI-FI, bilingüismo de los servidores que atienden estos puntos, se establecieron unas metas que serán seguramente cumplidas con el transcurso del tiempo.

5. Información del instituto

Villavicencio es una capital en constante crecimiento, y su biodiversidad, posición geográfica y multiplicidad de eventos, le han permitido convertirse en uno de los destinos turísticos más visitados del país.

Para consolidar a nuestra ciudad como un destino cada vez más competitivo, sostenible y rentable, Turismo Villavicencio lidera procesos que promueven la industria y el capital turístico local, generando desarrollo humano y fortalecimiento económico en la región.

Planificación turística, Asistencia técnica, capacitación, asesorías, promoción y divulgación, puntos de información y eventos institucionales, son las herramientas que Turismo Villavicencio brinda a los prestadores de servicios turísticos y comunidad en general de la capital metense.

5.1 Misión

La Misión del Instituto de Turismo de Villavicencio es promover y posicionar la ciudad de Villavicencio como destino turístico competitivo, a partir de procesos de articulación, planeación prospectiva y desarrollo que dinamicen el sector, bajo lineamientos de inclusión y sostenibilidad social, ambiental, económica y cultural.

5.2 Visión

En el año 2034 el Instituto de Turismo de Villavicencio será la entidad líder en la articulación del sector para generar en Villavicencio una fuente inagotable de momentos irremplazables que hagan de la ciudad el primer destino turístico de naturaleza a nivel nacional y una opción internacional.

5.3 Objetivos estratégicos

1. Mejorar la competitividad mercadeo y promoción de Villavicencio como destino turístico

2. Crear e implementar un producto turístico con elementos característicos de la región para el municipio de Villavicencio.
3. Mejorar los estándares de calidad de los operadores y prestadores de servicios turísticos del Municipio de Villavicencio.
4. Fortalecer los potenciales gastronómicos, culturales y naturales ecológicos como productos turísticos del municipio de Villavicencio.
5. Gestionar la conformación del clúster turístico que permita mejorar la competitividad del sector.

5.4 Naturaleza

Establecimiento público descentralizado.

5.5 Funciones

Algunas de sus funciones más importantes son:

1. Elaborar y ejecutar planes sectoriales, programas y estrategias de desarrollo turístico.
2. Identificar las necesidades relativas a la infraestructura turística de la región e implementar las áreas prioritarias de desarrollo conforme al Plan de Ordenamiento Territorial, a fin de promover ante las diferentes instancias del gobierno, entidades públicas y/o privadas vinculadas a la actividad, los planes y programas para incentivar, continuar, ampliar y difundir nuestras riquezas, recursos, costumbres, tradiciones e idiosincrasia de los agentes de la región.
3. Gestionar, promover y administrar con otras y antes otras entidades la ejecución de obras tales como vías, infraestructura, servicios básicos, medidas de seguridad, salubridad, capacitación, protección ambiental, componentes de amoblamiento urbano del municipio que permitan una gestión de destino turístico sostenible.
4. Coordinar con los municipios aledaños dentro de lo que se considera Villavicencio ciudad región, la elaboración de planes, programas y estrategias concernientes a las políticas del sector turístico.
5. Evaluar y hacer seguimiento al impacto que genere la aplicación de las políticas en materia turística sobre promoción, competitividad, productividad, información y fomento al desarrollo de formas asociativas de promoción y desarrollo turístico y en

- general a cualquier persona natural o jurídica que explote la actividad turística.
6. Proponer medidas de ordenamiento del espacio físico en aplicación de la Ley 388 de 1997, buscando que el turismo quede incluido en los planes de ordenamiento.
 7. Coordinar con otras entidades públicas o privadas que tengan a su cargo funciones que se relacionen y/o afecten la actividad turística, el planeamiento, articulación y establecimiento de alianzas estratégicas para la ejecución de planes y programas.
 8. Promover la incorporación de la noción de desarrollo sostenible del destino turístico en sus dimensiones económica, ambiental, social y cultural, en coordinación con las entidades u organismos del orden local, regional y nacional pertinentes.
 9. Fomentar la capacitación, formalización y la cualificación de la prestación de servicios por parte de los prestadores de servicios turísticos de Villavicencio, como agente facilitador de los derechos del consumidor.
 10. Gestionar y conformar alianzas con otras entidades para establecer medidas de defensa del usuario.
 11. Realizar actividades de sensibilización y control a los prestadores de servicios turísticos para que se inscriban y actualicen al Registro Nacional de Turismo RNT.
 12. Cooperar en planes, programas y proyectos con entidades y personas vinculadas a la actividad turística en el municipio, departamento, país y en el exterior.
 13. Organizar, coordinar y realizar eventos que promocionen y posicionen de manera competitiva la industria turística local y la ciudad región.
 14. Realizar acciones de promoción y divulgación del destino turístico.
 15. Apoyar al desarrollo y fortalecimiento empresarial.
 16. Brindar información y orientación del turista que facilite su estadía en el lugar.
 17. Establecer alianzas estratégicas con otros municipios y con empresarios para el estudio de mercados y el diseño de productos de impacto regional.
 18. Promover programas y proyectos que permiten su autofinanciamiento, desarrollando actividades propias a través del estímulo de actividades rentables.
 19. Gestionar auxilios, firmar convenios, acuerdos, alianzas y contratos con entidades del sector público y privado del orden local, departamental, regional, nacional e internacional, para el logro de su objetivo.
 20. Para el cumplimiento de sus fines, el establecimiento público podrá efectuar toda clase de acto y contratos con personas naturales o jurídicas, nacionales e internacionales, siempre ajustada al cumplimiento de las leyes Colombianas.. (INSTITUTO, 2020)

5.6 Organigrama



Ilustración 1 Organigrama Instituto de turismo de Villavicencio. (INSTITUTO, 2020)

5.7 Trámites y servicios

Tabla 1. Servicios administrativo

No.	SERVICIO/PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO	DESCRIPCIÓN
1	Entrega gratuita de Material Publicitario Turístico (Mapas, guías, volantes, etc.) para la promoción de la ciudad y orientación a visitantes nacionales y/o extranjeros en el Instituto y en los Puntos de Información Turística de la ciudad	1. El Prestador de servicios turísticos debe acercarse al Instituto o a cualquiera de los puntos de información turística (PITS) 2. Se verifica que el prestador tenga Registro nacional de turismo – RNT en la base de datos. 3. Se recibe la publicidad que está interesado en hacer llegar a los turistas 4. La publicidad se entrega a los visitantes y/o turistas, según demanda.

Tabla 1. Continuación

2	Préstamo del parque fundadores	1. Hacer la solicitud por escrito
		2. Se revisa el tipo de evento “no debe ser lucrativo” y la disponibilidad en el cronograma.
		3. El instituto emite respuesta por escrito especificando reglamento uso del parque.
		4. Se hace un acta de entrega de préstamo, especificando condiciones y tiempo.
		5. Una vez culminado el evento se verifica que se entregue bajo las condiciones del acta
3	Capacitación de prestadores de servicios turísticos	Las capacitaciones a realizar por el Instituto de Turismo de Villavicencio serán comunicadas mediante la página institucional del mismo, correo electrónico, vía telefónica y demás canales de comunicación tradicionales de la entidad. Para efectos de hacer parte de las actividades de capacitación es necesario diligenciar el formato que se adjunta aquí.

Tabla 1 Trámites y servicios.

5.8 Nombre del cargo

Aprendiz universitario como apoyo al Subdirector administrativo y financiero (Auxiliar administrativo y financiero)

5.9 Funciones laborales

Realice mis labores de en horario de oficina, atendiendo a las peticiones por escrito de mi jefe en el departamento administrativo y financiero, realizando múltiples investigaciones, tablas de comparación, actualización de datos, elaboración de documentos, informes empresariales, contactos, cotización y presupuesto de eventos, realización de propuesta de macro rueda de negocios, fortalecimiento de puntos PIT’S y demás actividades que respondan y se alineen con mis objetivos profesionales junto con los objetivos institucionales en la búsqueda del fortalecimiento del sector turismo en la región.

6. Conclusiones

- ✓ Asistí a las diferentes capacitaciones y comités realizados en la oficina.
- ✓ Respondí óptimamente a las tareas asignadas en la oficina de turismo del Meta.
 - ✓ Desarrolle y complete los diferentes procesos solicitados por los funcionarios dentro de la oficina de turismo de Villavicencio.
 - ✓ Fortalecí mis habilidades profesionales, comunicativas y humanistas como Negociador internacional, mediante la prestación del servicio de Auxiliar del departamento administrativo y financiero del Instituto de Turismo de Villavicencio.
 - ✓ Contribuí en la sistematización de la información de bases de datos, dentro del Instituto de Turismo, para facilitar su funcionamiento.
 - ✓ Investigue y participe en ferias y eventos nacionales e internacionales por parte del Instituto de Turismo, para garantizar una mayor visibilidad en el mercado de destinos turísticos de naturaleza.
 - ✓ Ayude al Instituto de Turismo en su tarea de capacitar y relacionar a las empresas de turismo local con compradores de todo el mundo.
 - ✓ Aporte nuevas ideas y conocimientos en la creación, organización y ejecución de la primera macro rueda de negocios turísticos en la Orinoco-Amazonia.

7. Bibliografía

- AeroClass. (24 de 06 de 2019). *¿Cómo va el turismo en Colombia?* <https://aeroclass.net/como-va-el-turismo-en-colombia/>
- Desiderio, C. (2011). *Ecoturismo en Colombia: una respuesta a nuestra invaluable riqueza natural*. Revista TURyDES. 4(10). <https://www.eumed.net/rev/turydes/10/cdmm.htm>
- Diario El Tiempo. (20 de 03 de 2020). *Petróleo a US\$ 22, un duro golpe para las finanzas del país*. <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/cuanto-le-cuesta-a-colombia-la-caida-en-el-precio-del-petroleo-479004>
- Instituto de Turismo de Villavicencio. (2020). *Información de turismo*. http://www.turismovillavicencio.gov.co/site/index.php?option=com_content&view=article&id=162&Itemid=724
- Lacouture, M. C. (029 de 2019). *María Claudia Lacouture: Turismo naranja*. https://caracol.com.co/radio/2019/03/29/economia/1553863289_218863.html
- López, R. G. (03 de 03 de 2020). *Evolución del turismo mundial según la organización mundial del turismo*. <https://www.aprendedeturismo.org/evolucion-del-turismo-mundial-segun-la-organizacion-mundial-del-turismo/>
- Revista Semana Sostenible. (19 de 09 de 2019). *Consejo de Estado mantiene la suspensión de fracking en Colombia*. <https://sostenibilidad.semana.com/actualidad/articulo/consejo-de-estado--mantiene-la-suspension-de-fracking-en-colombia/46690>
- Revista Semana. (31 de 07 de 2018). *Estos son los lugares que florecen gracias al posconflicto*. <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/colombia-me-encantas-/articulo/lugares-que-florecen-gracias-al-posconflicto/577418/>
- SENA. (24 de 06 de 2020). *Economía Naranja SENA*. https://www.sena.edu.co/es-co/formacion/Paginas/economia_naranja.aspx