

**EL INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTE, RECREACIÓN CULTURA Y TURISMO**  
**NIT. 900.261.284-9**

DEBE A  
**JUAN SEBASTIAN RAMIREZ GOMEZ**  
C.C. 1.121.913.264 de VILLAVICENCIO, META.

Por concepto de: **Pago parcial 02** del CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES No.064-2026 SUSCRITO EL 30/01/2026 que tiene por objeto: "BRINDAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ACTUALIZACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DEL MUNICIPIO DE PUERTO LÓPEZ" por la suma de SEIS MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE (\$6.000.000) que corresponde al periodo comprendido entre el **02 DE MARZO DE 2026 AL 01 DE ABRIL DEL 2026**, por servicios prestados al IMDERCUT.

**AUTORIZACIÓN DE ABONO EN CUENTA**

Yo, JUAN SEBASTIAN RAMIREZ GOMEZ, identificado con C.C. 1.121.913.264 de VILLAVICENCIO, META, AUTORIZO al INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTE, RECREACIÓN CULTURA Y TURISMO de PUERTO LÓPEZ (META), identificado con NIT. 900.261.284-9; para que abone en la cuenta de **Ahorros No. 364599092, Banco de Bogotá**, el producto del **pago parcial 02** del CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES No.064-2026 SUSCRITO EL 30/01/2026 que tiene por objeto: "BRINDAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ACTUALIZACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DEL MUNICIPIO DE PUERTO LÓPEZ"

De igual manera Yo, JUAN SEBASTIAN RAMIREZ GOMEZ, identificado con C.C. 1.121.913.264 de VILLAVICENCIO, META.

**MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE:**

Estoy vinculado al INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTE, RECREACIÓN CULTURA Y TURISMO, hasta el 01 DE JUNIO de 2026 mediante contrato por prestación de servicios número 064 de 2026, y para efectos de la aplicación de la tabla de retención en la fuente de qué trata el artículo 383 del Estatuto tributario a las renta de trabajo, informo que no hare uso de costos y deducciones asociadas a los pagos o abonos en cuenta por concepto de honorarios; o por compensaciones por servicios personales originados en el contrato suscrito con al Imdercut (Parágrafo 4 del artículo 1.2.4.1.17 del Decreto 1621 DE 2016).

Por lo anterior, solicito que al momento de la depuración de la base de la retención en la fuente sea tenida en cuenta la exención prevista en el numeral 10 del artículo 206 del Estatuto Tributario. Toda vez que cumpla con las previsiones del numeral 6 del artículo 1.2.4.1.6 del Decreto 1621 DE 2016 modificado por el artículo 9 del Decreto 2231 de 2023.

La presente cuenta se expide a los quince (15) días del mes de abril de 2026.

  
**JUAN SEBASTIAN RAMIREZ GOMEZ**  
C.C. 1.121.913.264 de VILLAVICENCIO, META.  
Contratista



Puerto López- Meta, 15 de abril de 2026

Señor

JUAN CARLOS BELTRAN CORREA

Supervisor

Instituto Municipal Deporte, Cultura y Turismo – IMDERCUT

Puerto López - Meta

**Referencia: Informe No. 02 de ejecución del contrato de prestación de servicios profesionales No. 064 de 2026.**

Cordial saludo,

Señor Supervisor, en cumplimiento de las obligaciones contenidas en la cláusula QUINTA del referido contrato, presento el informe No. 01 del Contrato de prestación de servicios profesionales No. 064 de 2026 que tiene por objeto: “Brindar asistencia técnica para la actualización de la Política Pública de Turismo del municipio de Puerto López” del periodo comprendido entre el **02 de marzo de 2026 al 01 de abril del año 2026.** <

Así, a continuación, describo las actividades desarrolladas:

**OBJETO:** Brindar asistencia técnica para la actualización de la Política Pública de Turismo del municipio de Puerto López

**OBLIGACIONES:**

1. Elaborar la propuesta de formulación de la política pública de turismo.

En cumplimiento a esta obligación se construyó un documento técnico que presenta la propuesta de Formulación de la Política Pública de Turismo Municipal Presentado a: IMDERCUT; presentada en el informe número uno (1), la cual fue aprobada por el supervisor y se encuentra en ejecución para la actualización de la política de turismo.

2. Diseñar la ruta metodológica para la formulación, incluyendo la revisión de acciones previamente adelantadas.

En cumplimiento a esta obligación se construyó un documento técnico que presentó el diseño de la Ruta Metodológica para la Formulación de la Política Pública de Turismo Municipal, presentado en el informe número uno (1), la cual fue aprobada por el supervisor y desarrollada durante los encuentros realizados.

3. Definir la estructura de la política pública de turismo con base en los lineamientos de la política departamental y nacional de turismo.

En cumplimiento a esta obligación se construyó un documento técnico que presentó la propuesta de la estructura de la política pública de turismo, la cual fue aprobada por el supervisor y se encuentra en desarrollo para el cumplimiento del objetivo contractual.

4. Liderar el desarrollo de las mesas de participación y mesas técnicas de trabajo en el marco de la actualización de la Política Pública de turismo.

#### **Desarrollo de las mesas de participación**

Para la construcción colectiva de la actualización de la política pública de turismo se aplicó la metodología **Meta Plan**, previamente estructurada y validada por IMDERCUT. Los talleres se ejecutaron conforme al diseño metodológico, con objetivos claros:

- ✓ Recoger percepciones, propuestas y experiencias de los participantes.
- ✓ Identificar problemas, causas y soluciones de manera colaborativa.
- ✓ Priorizar acciones estratégicas bajo criterios colectivos.
- ✓ Generar insumos sólidos para la formulación de la política pública.

#### **Secuencia metodológica**

El trabajo se organizó en un **minuto a minuto** que garantizó orden y participación efectiva:

##### **1. Preparación**

- ✓ Definición de objetivos y preguntas guía alineadas con la estructura de la política pública.
- ✓ Preparación de materiales: tarjetas, marcadores, carteleras, cinta adhesiva.
- ✓ Disposición del espacio: carteleras visibles y mesas de trabajo.

##### **2. Apertura**

- ✓ Presentación de la metodología y reglas básicas (tiempos de intervención, dinámica por grupos).
- ✓ Actividad inicial para motivar la participación (opcional: presentaciones, contextualización).

##### **3. Recolección de propuestas**

- ✓ Los participantes escribieron sus aportes en tarjetas, una idea por tarjeta.
- ✓ Las tarjetas se ubicaron en espacios visibles para todos.

##### **4. Agrupación y categorización**

- ✓ El facilitador organizó las tarjetas en grupos temáticos.
- ✓ Validación colectiva de la clasificación.

##### **5. Discusión y análisis**

- ✓ Debate sobre cada grupo de ideas.
- ✓ Identificación conjunta de problemas, causas y posibles soluciones.

#### **Análisis desde la práctica**

El ejercicio no se limitó a la mecánica metodológica: se nutrió de la experiencia de cada uno de los asistentes a los talleres, problema por problema se discutieron alternativas, se contrastaron percepciones y se revelaron matices que enriquecieron el proceso. Las jornadas del **17, 18 y 25 de marzo** dejaron ver cómo las soluciones propuestas no fueron simples respuestas técnicas, sino construcciones colectivas cargadas de contexto, tensiones y aprendizajes, en cada una de las voces de los asistentes, emergieron diferencias de enfoque, prioridades diversas y, al mismo tiempo, consensos que fortalecieron la legitimidad del proceso.

EJE 1	
DESARROLLO DE PRODUCTO TURISTICO	
PROBLEMA	SOLUCIÓN
Débil articulación entre prestadores de servicios y baja relación con agencias.	
Debilidad en competencia de bilingüismo.	
Bajos estándares de servicios turísticos.	
Falta de guías turísticos.	Programas para desarrollar guías turísticos.
Falta de narrativa en la gastronomía.	
Falta de conexión de atractivos en circuitos sin curaduría de experiencias, ni servicios complementarios	
Falta de un inventario de atractivos turísticos	Identificación del inventario turístico.
Falta de un inventario de operadores y prestadores turísticos	
Falta de articulación de guías del Obelisco con Puerto López.	
Diferenciación o especialización del municipio como destino turístico	
Falta de producto turístico	
Falta de narrativa	
Productos turísticos consolidados	

### 1. Débil articulación entre prestadores y baja relación con agencias Inventario turístico → *(Vacío en la tabla)*

La conversación con los actores locales dejó claro que cada prestador opera como isla, no hay flujos de información, ni acuerdos mínimos, ni confianza suficiente para construir paquetes o rutas integradas, las agencias externas perciben al municipio como un destino “sin estructura”, lo que reduce su interés en comercializarlo, este punto no se trató como un simple listado de atractivos, sino como un ejercicio de confianza, los prestadores locales expresaron que muchas veces sienten invisibilidad frente a las agencias, y el inventario se planteó como un mecanismo de reconocimiento mutuo, la discusión giró hacia cómo ese inventario debía ser más que un catálogo: un puente para que las agencias vean la diversidad de oferta y los prestadores se sientan parte de un sistema.

Solución ampliada: Crear mesas de articulación periódicas, con acuerdos simples pero vinculantes: tarifas base, estándares mínimos, rutas compartidas y un calendario de temporadas, la clave no es la formalidad, sino generar confianza y demostrar que trabajar juntos sí trae clientes.

## **2. Debilidad en competencia de bilingüismo → (Vacío en la tabla)**

Los prestadores reconocen que pierden oportunidades con visitantes extranjeros, no es falta de voluntad, sino ausencia de procesos formativos adaptados a su realidad, aquí se evidenció la tensión entre aspiración y realidad, los jóvenes mostraron entusiasmo por aprender inglés, pero los guías experimentados señalaron que la urgencia no es solo el idioma, sino la capacidad de transmitir identidad en otra lengua, se acordó que los programas no podían ser cursos aislados, sino procesos que integren narrativa cultural con el bilingüismo.

Solución ampliada: Programas de formación en inglés turístico, con metodologías prácticas: roleplay (juego de roles), guiones de atención, señalética bilingüe y micro contenidos digitales, el objetivo no es fluidez académica, sino funcionalidad.

## **3. Bajos estándares de servicios turísticos → (Vacío en la tabla)**

La demanda se concentra en pocos meses, lo que genera ingresos inestables y poca capacidad de inversión, la conversación fue franca: algunos prestadores admitieron que la calidad de servicio se improvisa, la solución se entendió como una oportunidad de dignificar la labor del guía, con certificación que no sea un trámite burocrático, sino un sello de orgullo, se insistió en que la capacitación debe incluir hospitalidad, seguridad y sensibilidad cultural.

Solución ampliada: Diseñar paquetes turísticos que diversifiquen la oferta hacia temporadas bajas: experiencias culturales, naturaleza en horarios especiales, gastronomía narrativa y actividades educativas para colegios y empresas.

## **4. Falta de guías turísticos → Programas para desarrollar guías turísticos**

La comunidad reconoce que hay jóvenes interesados, pero sin formación ni ruta de profesionalización, los guías que tiene el municipio en la actualidad, están ubicados únicamente en el mirador "Matapalo", dedicados a subir y bajar desde el ascensor para la toma de fotos

Solución ampliada: Programas de formación de guías con enfoque territorial: historia local, biodiversidad, primeros auxilios, interpretación ambiental y narrativa del llano.

## **5. Falta de narrativa en la gastronomía → (Vacío en la tabla)**

La discusión fue apasionada: se reconoció que la gastronomía local tiene riqueza, pero falta relato, los circuitos temáticos se pensaron como experiencias que conecten sabores con historias: la yuca no solo como alimento, sino como símbolo de resistencia; el pescado como vínculo con el río, se acordó que los circuitos deben

ser curados con sensibilidad, no solo diseñados como rutas comerciales, los visitantes perciben variabilidad en la calidad: “algunos prestadores cumplen, otros improvisan”, esto afecta la reputación del destino, se habló de que la gastronomía como un recurso vivo y que los embajadores no deben ser solo cocineros, sino narradores de territorio, en las mesas se compartieron anécdotas de platos que evocan infancia y memoria colectiva, y se concluyó que formar embajadores es también formar guardianes de identidad.

Solución ampliada: Implementar un programa de “mínimos vitales de calidad”: limpieza, atención, seguridad, narrativa del servicio y protocolos básicos, no se trata de certificaciones costosas, sino de coherencia.

#### **6. Falta de conexión de atractivos en circuitos → (Vacío en la tabla)**

Los atractivos existen, pero no conversan entre sí, el turista debe “adivinar” cómo moverse, aquí surgió la idea de aprender de otros municipios, los participantes señalaron que Puerto López no debe inventar todo desde cero, sino dialogar con experiencias exitosas, el intercambio se entendió como un espacio de humildad y aprendizaje colectivo, más que como benchmarking frío.

Solución ampliada: Curaduría de experiencias que conecten atractivos, gastronomía, transporte y guías, la difusión mediante códigos QR y guías digitales facilita la navegación y reduce la dependencia de puntos físicos.

#### **7. Falta de inventario de atractivos turísticos → (Vacío en la tabla)**

Se reconoció que el inventario no puede ser solo un listado físico, sino un relato vivo, el bilingüismo se planteó como herramienta para que ese inventario sea comunicable al mundo, la mesa técnica insistió en que el inventario debe estar digitalizado y accesible, no guardado en un cajón institucional, la información está dispersa y desactualizada.

Solución ampliada: Identificación y clasificación del inventario turístico con fichas técnicas, georreferenciación y estado actual.

#### **8. Falta de inventario de operadores y prestadores → (Vacío en la tabla)**

Muchos prestadores operan de manera informal por desconocimiento o temor a trámites, actualmente el municipio carece de un inventario consolidado de operadores y prestadores de servicios turísticos, lo que limita de manera significativa la capacidad institucional para planificar, regular y fortalecer el sector, esta ausencia de información estructurada afecta la toma de decisiones estratégicas, la articulación público–privada y la posibilidad de orientar inversiones hacia segmentos

con mayor potencial.

Solución ampliada: Estrategias de formalización acompañada: jornadas de registro, asesoría personalizada, incentivos tributarios y visibilidad preferencial en canales oficiales, de acuerdo con lineamientos nacionales, los inventarios turísticos son insumos obligatorios y prioritarios para la planificación, pues permiten identificar actores, capacidades, brechas y oportunidades del territorio

Este fue uno de los debates más estratégicos, se discutió que Puerto López no puede competir en todo, y la especialización en turismo de naturaleza con narrativa fue vista como una apuesta diferenciadora, los prestadores coincidieron en que la naturaleza ya está, pero falta el relato que la haga única, se habló de la necesidad de formar narradores locales que conviertan un paisaje en experiencia.

#### **9. Falta de articulación de guías del Obelisco con Puerto López → (*Vacío en la tabla*)**

Los guías del Obelisco trabajan aislados, sin conexión con la oferta del municipio, este problema se vivió como un tema de orgullo local, los guías del Obelisco sienten que representan un ícono, pero reclaman integración con el resto del municipio, la mesa de articulación se pensó como un espacio político y técnico, donde las voces de guías, agencias y administración se encuentren sin jerarquías, se subrayó que la articulación debe ser constante, no solo reuniones esporádicas.

Solución ampliada: Integrar a los guías en rutas oficiales, capacitarlos en narrativa local y vincularlos a los prestadores mediante acuerdos de cooperación.

#### **10. Diferenciación o especialización del municipio → (*Vacío en la tabla*)**

El municipio aún no tiene un sello claro que lo distinga, aquí se habló de reputación, los prestadores reconocieron que la diferenciación no se logra solo con atractivos, sino con consistencia en el servicio, el protocolo se entendió como un compromiso colectivo: que el turista reciba el mismo estándar de calidad, sin importar si está en un hotel grande o en una finca familiar, se planteó que el protocolo debe ser flexible, adaptado a la realidad local, no impuesto desde afuera.

Solución ampliada: Construir una identidad turística basada en sus fortalezas: río, cultura llanera, naturaleza y experiencias auténticas. La especialización debe ser participativa.

#### **11. Falta de producto turístico → (*Vacío en la tabla*)**

Hay atractivos, pero no productos estructurados, este vacío fue notorio en las mesas, se reconoció que aún falta un producto ancla que sintetice la identidad de Puerto López, se habló de la posibilidad de un producto que combine naturaleza,

gastronomía y narrativa cultural, pero se dejó claro que debe construirse colectivamente, no impuesto por consultores externos.

Solución ampliada: Consolidar productos turísticos completos: experiencia, logística, narrativa, seguridad, tiempos y tarifas.

## 12. Falta de narrativa → *(Vacío en la tabla)*

El destino no cuenta su historia de manera coherente, este tema atravesó todas las discusiones, la narrativa se entendió como el hilo conductor que da sentido a cada experiencia, los participantes insistieron en que, sin narrativa, cualquier producto turístico se queda en infraestructura, se acordó que la construcción de narrativa debe ser participativa, recogiendo memorias, mitos y voces locales.

Solución ampliada: Crear una narrativa madre del destino y derivar micro relatos para guías, gastronomía, transporte y promoción.

EJE 2	
FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y COMUNITARIO	
PROBLEMA	SOLUCIÓN
Falta estrategias e incentivos para mejorar competitividad de los prestadores de servicios	
Carencia de cultura de servicio al cliente.	
Falta de implementación de normatividad y prácticas de sostenibilidad ambiental	
Necesidad de formalización de operadores de servicios turísticos	Estrategias para incentivar la formalización.
Percepción de inseguridad.	
Baja cobertura y deficiente calidad en la prestación de los servicios públicos domiciliarios.	
Debilidad en el embellecimiento urbano.	
Falta de capacitación a los prestadores de servicios en primeros auxilios.	

## 1. Falta de estrategias e incentivos para mejorar competitividad de los prestadores → *(Vacío en la tabla)*

Los prestadores sienten que “siempre se les pide”, pero pocas veces se les incentiva, en las mesas, los prestadores hablaron con franqueza: la informalidad no es una elección, es una respuesta a la falta de acompañamiento y a la burocracia que los ahoga, la propuesta de estrategias de formalización se entendió como un pacto de confianza: simplificar trámites, ofrecer beneficios tangibles y reconocer que la formalidad debe traer ventajas reales, no solo obligaciones, se insistió en que la formalización debe ser gradual y acompañada de incentivos claros.

Solución ampliada: Crear un programa de incentivos: visibilidad, certificaciones,

acceso a ferias, acompañamiento técnico y reconocimiento público.

## **2. Carencia de cultura de servicio al cliente → (*Vacío en la tabla*)**

El servicio es cordial, pero no profesionalizado, este tema despertó emociones, los participantes reconocieron que el servicio al cliente muchas veces se reduce a cumplir, sin calidez, el sello de calidad se pensó como un símbolo de orgullo llanero: que atender bien sea parte de la identidad cultural, no una obligación externa, se habló de rescatar la hospitalidad propia de la región y convertirla en un estándar compartido, con un sello que premie a quienes lo encarnen.

Solución ampliada: Talleres vivenciales de servicio al cliente basados en casos reales del municipio.

## **3. Falta de implementación de normatividad y prácticas de sostenibilidad ambiental → (*Vacío en la tabla*)**

Hay desconocimiento y poca apropiación, aquí la conversación fue más técnica, los operadores reconocieron que la sostenibilidad suele quedar en discursos, pero no en prácticas, la articulación con Cormacarena se vio como una oportunidad de aterrizar la normativa en acciones concretas: manejo de residuos, control de carga turística, protección de especies, se subrayó que la sostenibilidad debe ser un compromiso colectivo, no un requisito impuesto.

Solución ampliada: Acompañamiento para implementar prácticas simples: manejo de residuos, ahorro de agua, señalética y protocolos ambientales.

## **4. Necesidad de formalización de operadores → Estrategias para incentivar la formalización**

(Ya ampliado en Eje 1, pero aquí se refuerza desde lo institucional), este vacío fue evidente en las mesas, los operadores señalaron que la formalización no puede ser solo un requisito legal, sino un proceso de acompañamiento, se planteó la necesidad de crear un programa municipal que ofrezca asesoría jurídica, contable y administrativa, para que la formalización sea viable y no un obstáculo.

Solución ampliada: Crear una ruta municipal de formalización con apoyo interinstitucional.

## **5. Percepción de inseguridad → (*Vacío en la tabla*)**

No siempre corresponde a hechos reales, pero afecta la decisión del visitante, la inseguridad fue un tema sensible, los prestadores compartieron experiencias de

turistas que se sienten vulnerables en recorridos o espacios públicos, se discutió que la solución no es solo más policía, sino generar confianza comunitaria: iluminación, presencia institucional, y sobre todo, articulación con la comunidad para que el turista se sienta protegido, se sugirió crear brigadas de apoyo comunitario vinculadas al turismo.

Solución ampliada: Acciones de presencia institucional, señalización, iluminación y campañas de percepción positiva.

#### **6. Baja cobertura y calidad de servicios públicos domiciliarios → (Vacío en la tabla)**

Este punto generó debate, algunos consideraron que la policía de turismo puede ser un símbolo de seguridad y acompañamiento, pero otros señalaron que la raíz del problema es la infraestructura básica: agua, energía, conectividad, se concluyó que el convenio debe ir más allá de la policía, integrando mejoras en servicios públicos como condición indispensable para la competitividad turística.

#### **7. Debilidad en el embellecimiento urbano → (Vacío en la tabla)**

El visitante percibe desorden visual y falta de mantenimiento, la conversación aquí fue muy visual, los participantes imaginaron un Puerto López más atractivo, pero insistieron en que el ornato debe respetar la identidad llanera, se habló de usar especies nativas no solo por estética, sino como símbolo de sostenibilidad y pertenencia, el programa se pensó como una oportunidad de involucrar a la comunidad en el cuidado de espacios públicos, con jornadas participativas de embellecimiento.

Solución ampliada: Jornadas de embellecimiento, arte urbano, paisajismo y acuerdos con comerciantes.

#### **8. Falta de capacitación en primeros auxilios → (Vacío en la tabla)**

Los prestadores reconocen el riesgo de no estar preparados, este tema fue tratado con urgencia, los guías y operadores reconocieron que un accidente puede arruinar la experiencia turística y poner en riesgo la reputación del municipio, se planteó que la capacitación en primeros auxilios debe ser obligatoria y certificada, pero también práctica y accesible, se sugirió que cada operador tenga al menos una persona capacitada, como garantía mínima de seguridad.

Solución ampliada: Capacitación certificada en primeros auxilios y protocolos de emergencia.

<b>EJE 3</b>
<b>PROMOCIÓN Y MERCADEO</b>

PROBLEMA	SOLUCIÓN
Debilidad en canales de comercialización.	Aumentar los medios de promoción.
Turismo estacional (marcada estacionalidad).	Ofrecer paquetes turísticos.
Limitada articulación de la oferta.	Difusión de atractivos con QR y guías.
Carencia de herramientas digitales.	
Poca visibilidad de los puntos de información.	Reubicación de puntos de información visibles.

### **1. Debilidad en canales de comercialización → Aumentar los medios de promoción**

En las mesas se reconoció que muchos prestadores dependen del voz a voz y redes sociales personales, la propuesta de aumentar medios de promoción se entendió como abrir ventanas al mundo: alianzas con medios regionales, presencia en ferias, y sobre todo, plataformas digitales que den visibilidad, los prestadores insistieron en que la promoción debe ser coherente con la identidad llanera, evitando campañas genéricas que diluyen la esencia local.

Solución ampliada: Crear un portal oficial del destino y fortalecer alianzas con agencias.

### **2. Turismo estacional (marcada estacionalidad) → Ofrecer paquetes turísticos**

La promoción actual es insuficiente y poco segmentada, este tema generó debate porque la estacionalidad se vive con fuerza: temporadas altas ligadas a festividades y temporadas bajas que golpean la economía, los paquetes turísticos se pensaron como una estrategia para suavizar esa curva, ofreciendo experiencias integradas que motiven visitas en épocas menos concurridas, se habló de combinar naturaleza, gastronomía y cultura en paquetes que den razones para venir todo el año, no solo en ferias o vacaciones.

Solución ampliada: Campañas digitales, contenido audiovisual, influencers responsables y presencia en ferias.

### **3. Limitada articulación de la oferta → Difusión de atractivos con QR y guías**

La discusión fue muy práctica, se reconoció que la oferta está dispersa y poco conectada, los códigos QR y guías se vieron como herramientas modernas para articular información y facilitar al turista un acceso rápido y confiable, sin embargo, se subrayó que la tecnología debe estar acompañada de narrativa: un QR que solo lleva a un listado frío no genera emoción, se acordó que las guías deben ser vivas, con historias y rostros locales.

Solución ampliada: Crear un sistema de QR con mapas, historias y

recomendaciones, una solución moderna y de bajo costo.

#### **4. Carencia de herramientas digitales → (Vacío en la tabla)**

Este vacío fue evidente en las mesas, los prestadores señalaron que muchos no tienen acceso ni formación en herramientas digitales, lo que limita su capacidad de promoción, se planteó la necesidad de un programa municipal de alfabetización digital para operadores turísticos, con acompañamiento en redes sociales, plataformas de reservas y marketing digital, se insistió en que, sin herramientas digitales, cualquier estrategia de promoción queda incompleta.

Solución ampliada: Crear un programa municipal de alfabetización digital para operadores turísticos.

#### **5. Poca visibilidad de los puntos de información → Reubicación de puntos de información visibles**

Los participantes fueron claros: los puntos de información actuales están mal ubicados y poco señalizados, se discutió que la reubicación debe responder a la lógica del turista: lugares de tránsito, entradas al municipio, sitios de concentración cultural, además, se propuso que los puntos de información no sean solo cabinas estáticas, sino espacios vivos con personal capacitado, material atractivo y presencia digital complementaria.

Solución ampliada: reubicación de los puntos de información y señalización del municipio, de todos los atractivos turísticos, ubicación y rutas de acceso.

<b>EJE 4</b>	
<b>INFRAESTRUCTURA Y CONECTIVIDAD</b>	
<b>PROBLEMA</b>	<b>SOLUCIÓN</b>
Carencia de puntos de información.	
Falta de instalaciones sanitarias para el público	
Mal estado de la infraestructura turística	
Ausencia de señalización turística.	
Deficiente Transporte público para el acceso a los sitios turísticos	
Ausencia de infraestructura inclusiva	
Ausencia de protocolos claros en zonas acuáticas.	
Precariedad de infraestructura en el malecón para el servicio de paseo por el río	Mejorar infraestructura del malecón
Falta de alumbrado público en los atractivos	Alumbrado público en los atractivos.

#### **1. Carencia de puntos de información → Crear puntos de información con guías capacitados y bilingües**

Los visitantes se sienten desorientados, en las mesas se reconoció que la ausencia de puntos de información es más que un problema logístico: es una señal de desarticulación, los prestadores insistieron en que los puntos deben ser espacios vivos, con guías que transmitan confianza y orgullo local, el bilingüismo se entendió no solo como traducción, sino como capacidad de narrar la identidad llanera a visitantes internacionales, se habló de que estos puntos deben estar en lugares estratégicos de tránsito y ser visibles, no escondidos en oficinas.

Solución ampliada: Crear puntos de información móviles y fijos, con personal capacitado.

## **2. Falta de instalaciones sanitarias públicas → Estudios para construcción de instalaciones sanitarias**

Un problema recurrente que afecta la experiencia, lo que genera incomodidad porque los prestadores reconocieron que la falta de baños públicos afecta directamente la experiencia del turista, se discutió que los estudios no deben quedarse en diagnósticos, sino avanzar hacia soluciones rápidas y sostenibles, se planteó que las instalaciones deben ser limpias, seguras y accesibles, con mantenimiento constante, porque un baño descuidado puede arruinar la percepción del visitante.

Solución ampliada: Instalación de baños públicos en puntos estratégicos, con mantenimiento garantizado.

## **3. Atractivos descuidados, sin iluminación → Alumbrado público en los atractivos**

Senderos, miradores y mobiliario requieren intervención, la conversación fue muy gráfica: los guías narraron cómo un atractivo pierde encanto al caer la noche por falta de iluminación, se insistió en que el alumbrado no debe ser invasivo, sino respetuoso con el entorno natural, se habló de iluminación solar y de tecnologías sostenibles, para que la solución no genere más problemas ambientales, la comunidad pidió que el alumbrado también sea símbolo de seguridad y hospitalidad.

Solución ampliada: Plan de mantenimiento anual con participación comunitaria.

## **4. Ausencia de señalización turística → Señalizar la vía principal y el municipio**

Los participantes coincidieron en que la señalización es la primera carta de presentación, se compartieron experiencias de turistas que se pierden o dependen de la buena voluntad de los locales para orientarse, la solución se pensó como un

sistema integral de señalización, con diseño atractivo y coherente con la identidad llanera, se subrayó que la señalización debe ser clara, bilingüe y mantenida en buen estado, no solo instalada y olvidada.

Solución ampliada: Plan estratégico para iniciar la señalización de la vía principal.

#### **5. Transporte público deficiente para acceso a sitios → (Vacío en la tabla)**

Este vacío fue uno de los más discutidos, los prestadores señalaron que el transporte público actual no responde a las necesidades del turismo: horarios limitados, rutas incompletas y vehículos en mal estado, se planteó la necesidad de un sistema de transporte turístico articulado con el transporte público, con rutas hacia los principales atractivos y tarifas accesibles, se insistió en que, sin transporte adecuado, cualquier estrategia de promoción pierde fuerza.

Solución ampliada: desarrollo de rutas de transporte que permitan la movilidad de turistas entre los atractivos del municipio, rutas turísticas especiales en temporada y acuerdos con transportadores.

#### **6. Precariedad de infraestructura en el malecón para paseos por el río → Mejorar infraestructura del malecón**

Este punto despertó emociones porque el río es símbolo de identidad y atractivo central, los operadores señalaron que el malecón actual no está a la altura de la experiencia que se quiere ofrecer, se discutió que mejorar la infraestructura no es sólo construir, sino diseñar espacios seguros, estéticos y funcionales, que permitan al turista disfrutar del río con comodidad y confianza, se habló de integrar espacios culturales y gastronómicos en el malecón.

Solución ampliada: mejorar la infraestructura del malecón

#### **7. Ausencia de protocolos claros en zonas acuáticas → (Vacío en la tabla)**

La falta de protocolos fue vista como un riesgo grave, los guías compartieron experiencias de improvisación en recorridos acuáticos, lo que genera inseguridad para turistas y operadores, se planteó la necesidad de protocolos claros de seguridad, con capacitación en primeros auxilios y normas de operación estandarizadas, se insistió en que los protocolos deben ser construidos colectivamente, con participación de pescadores, guías y autoridades.

Solución ampliada: desarrollo de protocolos de seguridad, con capacitación en primeros auxilios y normas de operación estandarizadas para las zonas acuáticas del municipio

<b>EJE 5</b>	
<b>SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y CULTURAL</b>	
<b>PROBLEMA</b>	<b>SOLUCIÓN</b>

Fragilidad de la integridad de los ecosistemas.	
Malas prácticas de sostenibilidad ambiental.	Dragado y limpieza del caño.
Alto impacto ambiental de las actividades turísticas	Limpieza de la Laguna La Venturosa.
Debilidad en la sostenibilidad ambiental	
Inadecuado manejo de aguas residuales y basuras.	Programas de cultura ambiental.

### **1. Fragilidad de la integridad de los ecosistemas → (Vacío en la tabla)**

En las mesas este tema se trató con sensibilidad, los asistentes manifiestan saber que las actividades turísticas ejercen presión sobre áreas sensibles, así como expresaron preocupación por el impacto que un dragado mal planificado puede tener en la fauna y flora, la solución se resignificó como un proceso de limpieza responsable, acompañado de estudios técnicos y participación comunitaria, se insistió en que no se trata solo de “remover sedimentos”, sino de recuperar la salud del caño como espacio vital y cultural.

Solución ampliada: Implementar límites de carga, señalización ambiental y monitoreo comunitario, así como jornadas comunitarias de limpieza.

### **2. Malas prácticas de sostenibilidad ambiental → Dragado y limpieza del caño**

La discusión fue muy emotiva: la laguna se percibe como un símbolo de identidad, pero también como un espejo de descuido, una necesidad urgente para recuperar navegabilidad y salud del ecosistema los prestadores y líderes comunitarios señalaron que la limpieza no puede ser un evento aislado, sino un proceso continuo de educación y corresponsabilidad, se habló de jornadas comunitarias de limpieza que, además de mejorar el entorno, fortalezcan el sentido de pertenencia y orgullo local.

Solución ampliada: Dragado técnico, limpieza comunitaria y monitoreo permanente.

### **3. Alto impacto ambiental de las actividades turísticas → Programas de cultura ambiental**

Aquí se reconoció que el turismo, si no se gestiona, puede convertirse en amenaza, los guías compartieron ejemplos de visitantes que dejan basura o alteran espacios naturales, las actividades sin control generan erosión, ruido y contaminación los programas de cultura ambiental se pensaron como una estrategia para sensibilizar tanto a turistas como a operadores, se insistió en que la cultura ambiental debe ser transversal: desde la escuela hasta las agencias, con mensajes claros y prácticas visibles.

Solución ampliada: regulación de actividades, capacitación y vigilancia participativa.

#### **4. Debilidad en la sostenibilidad ambiental → (*Vacío en la tabla*)**

Este vacío fue discutido como una oportunidad, los participantes señalaron que la sostenibilidad no puede ser un capítulo aparte, sino el eje transversal de toda la política pública de turismo, falta de cultura, herramientas y seguimiento se planteó la necesidad de crear un sistema de indicadores de sostenibilidad que permita medir avances y compromisos, y que involucre tanto a instituciones como a la comunidad.

Solución ampliada: Implementar un sello local de sostenibilidad con criterios simples.

#### **5. Inadecuado manejo de aguas residuales y basuras → (*Vacío en la tabla*)**

Este tema generó preocupación porque afecta directamente la imagen del municipio, afecta salud pública y percepción del destino, los prestadores señalaron que los turistas perciben la basura como símbolo de descuido, se discutió que la solución debe ser integral: infraestructura adecuada para manejo de residuos, campañas de educación ciudadana y protocolos claros para operadores turísticos, se insistió en que el manejo de aguas residuales requiere inversión y articulación con las autoridades ambientales.

Solución ampliada: Sistemas de tratamiento, puntos ecológicos y campañas de corresponsabilidad.

### **Conclusión general de las mesas**

Las jornadas del 17, 18 y 25 de marzo no fueron meros ejercicios técnicos: fueron espacios donde la comunidad expresó emociones, frustraciones y sueños, el eje de desarrollo de producto turístico se resignificó como un proceso de identidad colectiva, los problemas no se vieron como carencias aisladas, sino como síntomas de una necesidad mayor: articular, narrar y dignificar la oferta turística de Puerto López.

El eje de fortalecimiento institucional y comunitario se vivió como un espejo de las fragilidades del sistema turístico local, los problemas no se discutieron como simples carencias técnicas, sino como síntomas de una necesidad mayor: construir confianza entre instituciones, comunidad y prestadores, las soluciones se resignificaron como compromisos colectivos, donde la identidad llanera y la sostenibilidad se convierten en pilares de competitividad.

El eje de promoción y mercadeo se vivió como el corazón de la competitividad turística, los problemas no se vieron como simples carencias técnicas, sino como síntomas de invisibilidad y desconexión, las soluciones se resignificaron como compromisos para dar voz y rostro al municipio: más promoción, más articulación, más narrativa, la comunidad entendió que la promoción no es solo publicidad, sino la manera de contar **“Quienes son los Portolopenses y porque vale la pena visitar el municipio”**.

El eje de infraestructura y conectividad se vivió como el terreno donde los sueños turísticos se enfrentan con la realidad material, los problemas no se discutieron como simples carencias técnicas, sino como barreras que afectan la dignidad del territorio y la experiencia del visitante, las soluciones se resignificaron como compromisos de cuidado: cuidar la imagen, cuidar la seguridad, cuidar la identidad, la comunidad entendió que la infraestructura no es solo cemento y señalización, sino un reflejo de cómo Puerto López quiere ser visto y recordado.

El eje de sostenibilidad ambiental y cultural se vivió como el corazón ético del turismo en Puerto López, los problemas no se discutieron como simples carencias técnicas, sino como alertas sobre la fragilidad del territorio, las soluciones se resignificaron como compromisos de cuidado y respeto: cuidar el caño, la laguna, los ecosistemas y la cultura, la comunidad entendió que, sin sostenibilidad, cualquier producto turístico es insostenible y cualquier promoción pierde sentido.

La mesa del **18 de marzo de 2026**, en la jornada de la tarde, se trabajò con las comunidades indígenas Achagua y Piapoco, en la Institución Educativa Yaalakeysi, donde se trabajaron los cinco ejes de la política pública de turismo con énfasis en **etnoturismo articulado a sus planes de vida**, para cada eje se plantearon dos problemas y dos soluciones, acorde a lo trabajado con los asistentes:

#### **Puerto López, 18 de marzo de 2026 – Jornada de la tarde**

**Lugar:** Institución Educativa Yaalakeysi

**Participantes:** Cabildos indígenas Achagua (Umapo-El Turpial), Piapoco (La Victoria), estudiantes del programa *Amigos del Turismo*, representantes institucionales.

Los planteamientos de las comunidades que participaron en la jornada, está organizado por los cinco ejes de la política pública de turismo, con problemas y soluciones planteados desde la voz comunitaria y con énfasis en el etnoturismo articulado con sus planes de vida, para mayor ilustración se transcribieron sus opiniones de manera literal:

- ✓ *"Nuestros tejidos no son mercancía, son memoria. Queremos que el visitante entienda eso, no solo que compre una mochila."* – Representante Piapoco.
- ✓ *"El turismo debe caminar con nuestros planes de vida, no aparte de ellos."* – Líder Achagua.

- ✓ *"Queremos que nos vean como guardianes de la tierra, no como folclor para turistas."* – Joven del programa *Amigos del Turismo*.
- ✓ *"El camino hasta nuestra comunidad es parte de la experiencia, pero debe ser seguro."* – Representante Achagua.
- ✓ *"Si el turismo no respeta la tierra, no tiene sentido para nosotros."* – Mayor Piapoco.

### **Eje 1: Desarrollo de Producto Turístico**

#### **Problemas:**

- Ausencia de productos turísticos que integren prácticas ancestrales (agricultura, artesanías) con experiencias vivenciales.
- Falta de narrativas propias que diferencien la oferta indígena de la oferta turística convencional.

#### **Soluciones:**

- Diseñar rutas de etnoturismo que incluyan talleres de artesanía, agricultura tradicional y relatos orales de los mayores.
- Crear un programa de formación de jóvenes indígenas como narradores culturales, fortaleciendo identidad y transmisión intergeneracional.

### **Eje 2: Fortalecimiento Institucional y Comunitario**

#### **Problemas:**

- Escasa articulación entre cabildos indígenas y la institucionalidad turística municipal.
- Débil capacidad organizativa para gestionar proyectos turísticos con enfoque comunitario.

#### **Soluciones:**

- Establecer mesas permanentes de diálogo entre cabildos y administración municipal para co-diseñar proyectos turísticos.
- Implementar procesos de capacitación en gestión comunitaria y liderazgo para fortalecer la autonomía en la administración de iniciativas turísticas.

### **Eje 3: Promoción y Mercadeo**

#### **Problemas:**

- Invisibilidad de la oferta indígena en los canales de promoción turística regional y nacional.
- Estigmatización cultural que limita la valoración de las prácticas ancestrales como atractivos turísticos.

#### **Soluciones:**

- Crear campañas de promoción específicas para el etnoturismo, con énfasis en identidad Achagua y Piapoco, articuladas a la Ruta del Amanecer Llanero.

- Desarrollar material audiovisual y digital que muestre las prácticas ancestrales como experiencias únicas, con participación activa de las comunidades en la producción.

#### **Eje 4: Infraestructura y Conectividad**

##### **Problemas:**

- Deficiencia en vías de acceso a los resguardos, lo que limita la llegada de turistas.
- Carencia de espacios adecuados para recibir visitantes sin afectar la cotidianidad comunitaria.

##### **Soluciones:**

- Gestionar proyectos de mejoramiento vial con enfoque de respeto ambiental y cultural, priorizando accesos seguros.
- Construir centros comunitarios de recepción turística, diseñados con arquitectura tradicional y sostenibles, que sirvan como puntos de encuentro cultural.

#### **Eje 5: Sostenibilidad Ambiental y Cultural**

##### **Problemas:**

- Riesgo de pérdida de prácticas agrícolas y artesanales por presión externa y falta de transmisión a nuevas generaciones.
- Impacto ambiental de visitantes sin protocolos claros de comportamiento en territorios indígenas.

##### **Soluciones:**

- Integrar los planes de vida indígenas en la política pública de turismo, garantizando que las prácticas ancestrales sean protegidas y fortalecidas.
- Diseñar protocolos de visita con enfoque cultural y ambiental, elaborados por las comunidades, que regulen el comportamiento de turistas en zonas sensibles.

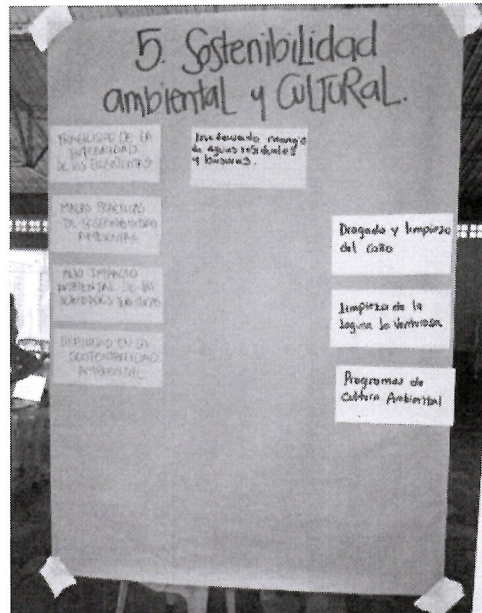
La jornada fue más que un ejercicio técnico: fue un espacio de escucha y reconocimiento, los estudiantes del programa *Amigos del Turismo* aportaron frescura y preguntas que conectaron generaciones, mientras los cabildos indígenas marcaron con claridad que el turismo debe ser un aliado de sus planes de vida, no una amenaza, el énfasis en el etnoturismo se consolidó como una apuesta estratégica, donde cada eje de la política pública se convierte en un puente entre identidad, sostenibilidad y desarrollo.

Registro fotográfico:

EJE UNO (1) – EJE DOS (2)



## EJE CINCO (5)



Mesa con resguardos indígenas Achagua (Umapo-El Turpial), Piapoco (La Victoria), estudiantes del programa *Amigos del Turismo*



5. Integrar el diagnóstico sectorial en el documento final de la política con justificación técnica y legal, asegurando coherencia con marcos normativos nacionales y departamentales.

Esta actividad será desarrollada durante el mes de abril, por lo tanto, para la presentación de este informe no presenta avance.

6. Socializar el documento técnico de Política Pública ante las instancias técnicas, administrativas que defina la entidad.

Esta actividad será desarrollada durante el mes de abril, por lo tanto, para la presentación de este informe no presenta avance.

  
**JUAN SEBASTIÁN RAMÍREZ GÓMEZ**  
C.C 1.121.913.264 de Villavicencio - Meta  
DIRECCIÓN: Carrera 33 # 4 11 Centro  
EMAIL: jsramirezgomez@gmail.com  
CELULAR: 3213713945





RAZÓN SOCIAL :	JUAN SEBASTIAN RAMIREZ GOMEZ
IDENTIFICACIÓN:	CC-1121913264
COD. DEPENDENCIA O SUCURSAL:	0
NOM. DEPENDENCIA O SUCURSAL:	
FECHA GENERACIÓN REPORTE:	2026-04-06
FECHA LÍMITE DE PAGO:	2026-04-17
FECHA DE PAGO:	2026-04-06
ENTIDAD DE PAGO:	NEQUI
PERÍODO PENSIÓN:	2026-03
PERÍODO SALUD:	2026-03
NÚMERO PLANILLA:	36932163
TOTAL COTIZANTES:	1
REFERENCIA DE PAGO (PIN):	36932163
TIPO DE PLANILLA:	I

CÓDIGO ENTIDAD	NIT	NOMBRE	NÚMERO AFILIADOS	IBC	FONDO SOLIDARIDAD	FONDO SUBSISTENCIA	TOTAL INTERESES	VALOR PAGAR SIN INTERESES	VALOR PAGAR
EPS002	800130907	SALUD TOTAL	1	\$ 2.400.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 300.000	\$ 300.000
230301	800224808	PORVENIR	1	\$ 2.400.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 384.000	\$ 384.000
14-23	860011153	POSITIVA	1	\$ 2.400.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 12.600	\$ 12.600
CCF34	892000146	COFREM	1	\$ 2.400.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 14.400	\$ 14.400
<b>Total a pagar</b>					\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 711.000	\$ 711.000

FECHA DE PAGO DEL SIGUIENTE MES:	19/05/2026
----------------------------------	------------

