CERTIFICA

Que el Instituto de Turismo de Villavicencio adelanta el proceso contractual con objeto: **ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL SEGUIMIENTO E IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA PUBLICA DE TURISMO EN EL MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO.**

Que, Conforme al artículo 2.8.4.4.5 del Decreto 1068 de 2015, en el que se estipula lo siguiente: Los contratos de prestación de servicios con personas naturales o jurídicas, sólo se podrán celebrar cuando no exista personal de planta con capacidad para realizar las actividades que se contratarán

Que, la subdirectora administrativa y financiera con funciones de talento humano realizó la verificación de la planta de personal y el manual de funciones de los servidores públicos de la planta del Instituto de turismo de Villavicencio, y constando que:

X	No existe personal de planta que pueda desarrollar la actividad para la cual se requiere contratar la prestación del servicio.
	Existe personal en la planta, pero este no es suficiente para desarrollar las actividades.
	El desarrollo de la actividad requiere un nivel de especialización y/o experiencia específica del que no cuenta la planta de personal del ITV.

(En el siguiente cuadro, por favor marque con una ***x*** *la casilla que corresponde al tipo de certificación requerida.* ***Únicamente*** *puede seleccionar* ***uno de los tres tipos de certificación)****.*

Que, la subdirectora administrativa y financiera con funciones de talento humano certifica que:

	Que, El Instituto de Turismo de Villavicencio no cuenta con contrato vigente que tenga objeto igual o similar al del presente proceso.
X	Que, El Instituto de Turismo de Villavicencio cuenta con contrato vigente con objeto igual o similar al del presente proceso, sin embargo, se deja constancia que El plan de Desarrollo Municipal de Villavicencio 2024 – 2027 "Villavo Somos todos, contempla en eje 3, Villavo puerta de oportunidades y en su programa (3502) Productividad y competitividad de las empresas colombianas; cumpliendo las metas del programa en mención, bajo el proyecto IMPLEMENTACION CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO EN VILLAVICENCIO, META; indica el objetivo de: Mejorar el nivel de reconocimiento de Villavicencio como destino turístico. Por otra parte, según la ley 300 de 1996, la cual reconoce al turismo como actividad prioritaria para el desarrollo económico del país y estableció los objetivos de la política hacia su competitividad y sostenibilidad, dada la potencialidad que este sector tiene para el país; a nivel local contamos con la visita mensual de aproximadamente de 9.700 turistas, aportando a la economía del municipio iniciando fortalecer un nodo comercial de Turismo.

El turismo, cuando se planifica y gestiona de manera adecuada, constituye un motor clave para la reducción de desigualdades territoriales al promover el desarrollo económico local en destinos estratégicos (OMT, 2005). Bajo un enfoque sostenible, este sector puede contribuir a la mejora de los medios de vida, la inclusión social y la protección del patrimonio cultural y natural. Asimismo, es intensivo en mano de obra, impulsa el desarrollo de nuevas infraestructuras y dinamiza tanto ciudades modernas como históricas (Banco Mundial, 2017). Estas características son especialmente relevantes en territorios afectados por el conflicto interno del país, donde el turismo representa una alternativa para diversificar y fortalecer economías aún frágiles.

La promoción turística, entendida como la articulación entre el producto, las relaciones públicas y las estrategias de comunicación (Acerenza, 2006), resulta esencial para posicionar los atractivos de un destino. Experiencias de países como Brasil, México o España evidencian que la promoción debe sustentarse en las características culturales, sociales y ambientales de las comunidades receptoras. En este sentido, el bajo posicionamiento actual de Villavicencio como destino turístico genera problemáticas asociadas al deterioro de atractivos, el desarraigo cultural y una limitada llegada de visitantes.

De igual manera el turismo es uno de los sectores más dinámicos de la economía colombiana. De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023), esta actividad generó 33,2 billones de pesos en valor agregado, lo que corresponde al 2,3 % del total de la economía nacional, y aportó más de 872.000 empleos directos e indirectos, equivalentes al 3,8 % de la ocupación total del país. Asimismo, Colombia alcanzó un récord en 2024 con 6,7 millones de visitantes no residentes, reflejando la creciente importancia del sector como motor económico.

A nivel regional, el departamento del Meta y Villavicencio en particular se consolidan como destinos estratégicos por su cercanía a Bogotá, su biodiversidad y su riqueza cultural. Durante el puente festivo de San Pedro y San Pablo (junio de 2025), el Meta recibió 343.770 turistas, generando un impacto económico de más de $240.000 millones de pesos, mientras que en el puente de Corpus Christi (junio de 2025) llegaron aproximadamente 327.222 visitantes, con un impacto estimado de $229.000 millones. En ambos casos, Villavicencio concentró alrededor del 45 % de los visitantes, lo que confirma su papel como puerta de entrada al Llano y nodo principal de articulación turística en el oriente del país.

No obstante, pese a estas cifras, Villavicencio aún enfrenta un bajo nivel de posicionamiento nacional como destino turístico frente a otras ciudades intermedias, lo cual limita su capacidad de atraer más visitantes y de aprovechar plenamente su potencial. El Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (CNC, 2025) ubica al Meta en el puesto 12 entre 32 departamentos, lo que evidencia la necesidad de continuar fortaleciendo estrategias de promoción, posicionamiento e infraestructura turística, con el fin de mejorar el ranking en este posicionamiento nacional.

En este contexto, la Política Pública de Turismo Municipal (Acuerdo 587 de 2023) es un instrumento clave para direccionar esfuerzos colectivos y garantizar un desarrollo ordenado, sostenible y competitivo del sector. Su objetivo es consolidar a Villavicencio como un destino biodiverso, competitivo, responsable, seguro y sostenible, mediante la implementación de 74 acciones distribuidas en 9 ejes estratégicos, que incluyen aspectos como la promoción de la marca turística, la protección del patrimonio natural y cultural, el fortalecimiento del capital humano y la articulación interinstitucional.

La importancia de esta política pública radica en que:

- Genera sostenibilidad económica y social: un incremento del 10 % en el flujo de turistas podría representar ingresos adicionales por más de $5.000 millones anuales, dinamizando sectores como hotelería, gastronomía, transporte y comercio.
- Promueve inclusión y empleo: el turismo es intensivo en mano de obra, lo que facilita la generación de empleos dignos para jóvenes y mujeres en el municipio.
- Contribuye a la reconciliación y al desarrollo territorial: en zonas que han vivido el impacto del conflicto armado, el turismo sostenible ofrece alternativas económicas viables y fomenta la construcción de paz.
- Asegura la conservación del patrimonio natural y cultural: al articular estrategias de promoción con prácticas responsables, se protege la biodiversidad y se fortalece la identidad cultural de Villavicencio y la región del Llano.
- Fortalece la gobernanza local: al involucrar actores públicos, privados, académicos y comunitarios, la política permite una gestión participativa, transparente y de largo plazo.

Sin embargo, la implementación de esta política exige un seguimiento riguroso al cumplimiento de su plan de acción. Actualmente, el Instituto de Turismo de Villavicencio (ITV) no cuenta con el personal suficiente para abarcar la totalidad de actividades para el cumplimiento de las 74 acciones de la política pública. esta limitación amenaza con retrasar la materialización de las acciones contempladas, debilitando la capacidad institucional para consolidar a Villavicencio como destino competitivo e incumplir el acuerdo municipal 587 de julio de 2023.

Por lo anterior, se hace indispensable vincular un profesional que conozca del sector turístico y administrativo que abarque:

- La ejecución, organización y seguimiento de las acciones contempladas en el plan de acción.
- La recolección, sistematización y análisis de información estratégica para la toma de decisiones.
- La articulación interinstitucional con actores públicos, privados, comunitarios y académicos.
- El cumplimiento de los compromisos adquiridos en el marco de la política pública.

De esta manera, el acompañamiento solicitado no solo responde al cumpliendo la meta del presente proyecto, sino que constituye una oportunidad para proyectar a Villavicencio como un destino competitivo y sostenible, con impactos positivos en el desarrollo económico, la inclusión social, la conservación del patrimonio natural y cultural, y el posicionamiento de la ciudad a nivel regional, nacional e internacional.

En el caso de Villavicencio, el Acuerdo 587 de 2023 adopta la Política Pública de Turismo Municipal, cuyo objetivo es consolidar al municipio como un destino biodiverso, competitivo, responsable, seguro y sostenible, mediante la implementación de estrategias innovadoras que aseguren su posicionamiento nacional e internacional.

La implementación de esta política exige un seguimiento riguroso al cumplimiento de su plan de acción y de los nueve (9) ejes estratégicos que la componen. Dicho seguimiento garantiza no solo la eficiencia en el uso de los recursos públicos, sino también la materialización de acciones y evidencias que fortalezcan el desarrollo turístico del municipio. No obstante, el Instituto de Turismo de Villavicencio (ITV) carece actualmente de personal idóneo con conocimientos turisticos y administrativos para llevar a cabo el diligenciamiento, la organización y la actualización de los formatos y matrices de seguimiento exigidos por la política.

Si bien el Instituto de Turismo de Villavicencio (ITV) ha avanzado en el aumento de su capacidad operativa mediante la vinculación de dos (2) profesionales adicionales, la magnitud, complejidad y alcance de las setenta y cuatro (74) acciones contempladas en el plan de acción de la Política Pública de Turismo Municipal superan la capacidad de ejecución, seguimiento y articulación del personal actualmente disponible. Estas acciones se encuentran distribuidas en nueve (9) ejes estratégicos, involucran múltiples actores públicos y privados, y requieren una gestión simultánea en los ámbitos técnico, administrativo, comercial y estratégico, lo que hace inviable su abordaje integral con el recurso humano existente.

En este sentido, se hace necesaria la incorporación de un profesional adicional con perfil en Negocios Internacionales, cuya formación y competencias permiten fortalecer aspectos clave que actualmente no están plenamente cubiertos. Este perfil aporta capacidades en análisis de mercados, estructuración de estrategias de posicionamiento, elementos fundamentales para el cumplimiento de las acciones orientadas al posicionamiento competitivo del destino.

Asimismo, la proyección de Villavicencio como destino turístico local, regional, nacional e internacional exige una visión estratégica que trascienda la ejecución operativa y permita integrar el turismo a dinámicas de comercio, promoción y relacionamiento interinstitucional a mayor escala. La ausencia de este perfil limita la capacidad del ITV para aprovechar oportunidades de promoción en escenarios externos, acceder a programas de cooperación y consolidar la marca turística del municipio en mercados emisores de visitantes.

X	Que, se evidencia la necesidad de celebrar contrato de prestación de servicios con persona natural para que puedan desarrollar el objeto y las obligaciones estipuladas en la solicitud de insuficiencia o inexistencia de personal.

*(En el siguiente cuadro, por favor marque con una **x** la casilla que corresponde al tipo de certificación requerida.*

Se expide en Villavicencio-Meta a los 28 días del mes de agosto de 2026.

JAVIER MAURICIO SALINAS VARON
Director General

SHIRLEY VIVIANA ARANGO GARZON
Subdirectora Administrativa Y Financiera Con Funciones De Talento Humano

Nombre	Cargo	Firma
Elaboró: Liceth Gutiérrez Navarro	CPS del componente jurídico	