



Cofrem impulsa el "turismo para todos" y consolida una red nacional de turismo social. Ver más en pág. 3

LLANO al mundo

Periódico impreso, portal web informativo y emisora on line

EDICIÓN 95 / FEB / 2026

PERIÓDICO MENSUAL Y GRATUITO

LÉALO Y COMPÁRTALO

ISSN 2422-1198

La Macarena: más que Caño Cristales, un destino que sorprende todo el año



Ver más en página

6



CAFAM JOROPÓ Corculla Tuboleta

VILLAVICENCIO
13 DE MARZO
LA CASA DEL JOROPO CORCULLA
RESERVAS
322 889 90 61

BOGOTÁ
12 DE JULIO
TEATRO CAFAM
BOLETAS
tuboleta.com

América Rey & las PODEROSAS DEL LLANO

LEIDY LARA NANCY VARGAS AMERICA REY VIRGINIA ROCHA

Con la participación de
Carolina Reina • Yessica Rivera Yuri Castañeda • Maye Aroca

Apoyan



EDITORIAL

Del paisaje al progreso: la cadena de valor del turismo de naturaleza

La riqueza natural del Meta es más que un paisaje: es la base de una cadena de valor que, bien gestionada, puede convertirse en motor de desarrollo inclusivo. El turismo no es un lujo; es una economía en marcha que genera empleo, atrae inversión y fortalece a las comunidades.

Se trata de una cadena con rostro humano: comunidades locales, saberes tradicionales, artesanías, guías, transporte, gastronomía y hospedaje. Cuando estos eslabones se consolidan, la riqueza circula de manera más equitativa: se crean trabajos de mejor calidad, aumenta la inversión en el territorio y se reduce la dependencia de una sola actividad económica.

El Meta cuenta con una ventaja decisiva: su diversidad natural. Sabanas, bosques, ríos y fauna constituyen atractivos de alto valor que, bajo criterios de sostenibilidad, pueden dinamizar la economía local sin comprometer el entorno. Actividades como el avistamiento de aves, los senderos interpretativos y el turismo comunitario conectan a los visitantes con la naturaleza y, al mismo tiempo, impulsan mejoras en infraestructura y servicios.

Además, Colombia gana reconocimiento internacional como destino de naturaleza. Esta visibilidad abre una oportunidad para consolidar nodos de turismo sostenible que integren aventura, ciencia y cultura. Para lograrlo, se requiere promover experiencias auténticas y responsables, facilitar la llegada de visitantes y proteger los ecosistemas mediante reglas claras y un cumplimiento efectivo.

El camino también implica desafíos: definir capacidades de carga, mejorar la conectividad, fortalecer la formación, garantizar empleo digno, construir gobernanza participativa, hacer marketing responsable y prepararse para crisis o cambios abruptos. La respuesta exige inversión pública y privada, certificaciones de calidad y sostenibilidad, bilingüismo y alianzas sólidas entre gobiernos, empresas y comunidades.

En síntesis, el reto es avanzar juntos hacia un turismo sostenible y equitativo, con la conservación y el bienestar comunitario en el centro. El Meta —y Colombia— tienen las condiciones para convertirse en referente mundial de turismo de naturaleza: un destino abierto al mundo que ofrece biodiversidad, cultura y oportunidades para todos.

Territorios protagonistas: la Colombia profunda que se descubre viajando

Por: Mariluz Rojas Riaño, Administradora de Empresas, Especialista en Turismo y Hotelería de la Universidad Americam Hotel & Lodgging Educational Institute y Máster en Gestión de Turismo, Histelería y Restauración de EDUCA Bussines School



Durante décadas, el turismo en Colombia ha sido un reflejo de su transformación social, económica y cultural. Lo que alguna vez fue un sector limitado por las dificultades internas del país, hoy se erige como un motor de desarrollo y un puente entre territorios, comunidades y visitantes. El turismo colombiano ha evolucionado desde una visión tradicional centrada en las grandes ciudades y en la oferta de sol y playa, hacia una apuesta por experiencias auténticas, responsables y más conectadas con la identidad local.

En este nuevo panorama, regiones como Guaviare, Casanare, Meta, Boyacá y Santander, se posicionan como protagonistas de un turismo con propósito, alineado a la conservación ambiental, la generación de oportunidades y la valoración cultural. Estos territorios, antes periféricos para el visitante promedio, ahora emergen como escenarios de aventura, biodiversidad y encuentro con la Colombia profunda.

En el Guaviare, el turismo ha permitido revelar tesoros naturales y ancestrales, desde formaciones rocosas milenarias hasta senderos llenos de biodiversidad. Casanare, con su vasto llano, ofrece un turismo que conecta con las tradiciones ganaderas, la observación de fauna y la inmensidad de los paisajes. En Meta, la naturaleza se convierte en protagonista: ríos cristalinos, cascadas y selvas invitan a un viaje que combina aventura y contemplación. Boyacá refleja su mayor fortaleza en la combinación de patrimonio histórico, cultura viva y naturaleza; Santander, por su parte, demuestra cómo la cultura, la gastronomía y los deportes extremos pueden convivir de forma armónica en un mismo destino.

El presente del turismo en estas regiones es promisorio, pero su futuro dependerá de la capacidad colectiva para consolidar prácticas sostenibles, potenciar el talento local y preservar la riqueza del territorio. El turismo con propósito no solo atrae visitantes: transforma comunidades, fortalece identidades y abre caminos hacia un desarrollo equilibrado.

Colombia, en los años venideros, tiene la oportunidad de liderar un modelo turístico que inspire al mundo. Un modelo donde viajar sea comprender, respetar y aportar; donde conocer sea también conservar. Y en esa visión, Guaviare, Casanare, Meta, Boyacá y Santander seguirán siendo laboratorios vivos de un turismo más humano y consciente.

EDICIÓN 95 - PERIÓDICO IMPRESO LLANOALMUNDO.COM



Editora y Directora General: Mónica Liliana Castañeda Aranda. **Dir. Administrativa:** Nathalia Díaz Castañeda. **Área Comercial:** Mónica Liliana Castañeda Aranda y William Hernández. **Jefe de Redacción:** Aleyda Vargas Agudelo. **Periodistas:** Aleyda Vargas Agudelo, Mónica Liliana Castañeda Aranda, Carlos Andrés Martínez. **Columnista:** Mariluz Rojas Riaño. **Diseño y Diagramación:** Llanoalmundo. **Corrección Fotográfica:** Heinz Marín. **Corrección de Estilo:** Romin Estrada. **Fotografía:** Llanoalmundo.com. **Información de Contacto:** Calle 40 24A 58 Barrio Emporio - Villavicencio - Meta, Colombia. Cel. 314 389 4147.

Las opiniones expresadas por los columnistas son de su total y absoluta responsabilidad personal, no comprometen la línea editorial, ni periodística del Periódico Llanoalmundo.



314 389 4147



@dvillavicenciometa



@llanoalmundo

FUNDACIÓN
BRAZOS DE DIOS

¡Es tiempo de ayudar!

Con tu donación mensual puedes convertirte en esperanza para familias que sueñan con un mejor futuro para sus hijos.

Tu apoyo les ayuda a crecer en entornos seguros, fortaleciendo sus valores y ocupando su tiempo en actividades formativas que los alejan de la delincuencia y los acercan a oportunidades de vida con propósito.

En la Fundación Brazos de Dios los niños reciben apoyo académico, clases de inglés, ajedrez y robótica.

Calle 42 No. 17b.- 46
Rincón de Santa Helena
Villavicencio - Meta . Colombia
Contacto: 323 510 4598

¿Quieres ser nuestro padrino?

Cofrem impulsa el “Turismo para todos” y consolida una red nacional de turismo social

Con una visión centrada en el acceso, la calidad y el bienestar de las familias trabajadoras, la Caja de Compensación Familiar del Meta -Cofrem- fortalece su apuesta por el “Turismo para todos”, una estrategia que busca convertir al Sistema de Cajas de Compensación en el gran articulador del turismo social en Colombia, en sintonía con los esfuerzos de integración que hoy se comparten con Confecajas.

Orlando Solano Novoa, director ejecutivo de Cofrem, lo resume como un propósito misional: desarrollar infraestructura turística en cada territorio para atender principalmente a trabajadores y familias -especialmente quienes devengan hasta cuatro salarios mínimos- con estándares altos de servicio y tarifas asequibles. **“Ese es el reto: calidad y acceso al mismo tiempo”**, plantea el directivo.

Infraestructura con sentido social: calidad a bajo costo

A diferencia de modelos turísticos enfocados exclusivamente en el mercado, el turismo impulsado desde las Cajas se apoya en un esquema de tarifas por categorías, que permite que el beneficio sea tangible para el afiliado. En la práctica, esto se traduce en parques, hoteles y servicios recreativos que priorizan el descanso familiar como parte integral del bienestar.

La escala del sistema ilustra su impacto potencial. En Colombia, los afiliados a las Cajas alcanzan cerca de 9 millones de personas. En el Meta, Cofrem reporta alrededor de 500.000 personas con derecho a acceder a su portafolio. Para Solano, esa cobertura obliga a una tarea constante: ampliar y modernizar infraestructura para sostener el equilibrio entre demanda, servicio y tarifas.

“Cajas para todos”: movilidad interregional del afiliado

Uno de los pilares del “Turismo para todos” es la movilidad interregional. La apuesta consiste en que un afiliado pueda vacacionar en otra región del país y ser atendido en la infraestructura de otra Caja manteniendo su tarifa y categoría, como si estuviera en su territorio de origen. Este enfoque, además de facilitar el acceso, crea un circuito de turismo social que dinamiza destinos regionales y fortalece la integración del sistema. **“Entre Cajas es más fácil sostener los descuentos tarifarios porque compartimos la misma misionalidad”**, explica Solano, quien destaca que el primer paso es consolidar la red interna y, posteriormente, ampliar alianzas con actores privados.



Orlando Solano Novoa, director Ejecutivo de Cofrem. /Cofrem

Alianzas con operadores: una red complementaria para completar la experiencia

El modelo no se limita a infraestructura propia. Cofrem proyecta la construcción de redes complementarias para integrar servicios que no siempre están presentes en la oferta de cada Caja, especialmente los receptivos turísticos (operación de experiencias, guianza y recorridos en territorio).

En Granada, Meta, la Caja combina su parque y hotel con la articulación de operadores locales para ofrecer actividades externas con condiciones de seguridad y organización. La idea es escalar este esquema a nivel nacional: Cajas con fortaleza en hotelería podrían integrarse con receptivos locales, y viceversa, para consolidar un portafolio completo de turismo social.

Yurimena: la apuesta de expansión con visión nacional e internacional

Dentro del plan de crecimiento de Cofrem, Yurimena aparece como la principal apuesta por su extensión, capacidad y posibilidades de desarrollo. La entidad concentra allí una proporción importante de recursos con un objetivo claro: recibir turismo del Meta y del país y, en el mediano plazo, abrirse a un turismo internacional que genere ingresos y ayude a elevar los niveles de subsidio para los afiliados locales. La visión, sin embargo, va más allá de un destino. Para Cofrem, fortalecer la infraestructura turística es también una forma de acompañar la transformación económica del Meta: una región que durante décadas estuvo marcada por dinámicas extractivas y que hoy busca ampliar

su base productiva hacia los servicios.

Empresas turísticas: formalidad, calidad y fortalecimiento

El crecimiento del turismo, insiste Solano, requiere empresas competitivas, formales y con capacidad de sostener estándares. En esa línea, Cofrem impulsa procesos de acompañamiento a través de iniciativas como “Meta Más Productivo”, con diagnósticos y rutas de mejoramiento para empresas afiliadas del sector. El objetivo es ampliar el alcance año a año e integrar más actores a una cadena de valor sólida.

La premisa es clara: si el turismo se consolida como industria alternativa del departamento, debe hacerlo con calidad, cumplimiento y proyección, de modo que el destino no dependa únicamente del atractivo natural, sino también de su capacidad de servicio.

Conectividad y resiliencia: un reto compartido

El turismo en el Meta enfrenta retos estructurales: cierres viales, costos de transporte aéreo en contingencias y vulnerabilidad logística. Ante este panorama, Solano plantea una agenda conjunta entre gobiernos locales, Gobierno Nacional e industria para garantizar conectividad, revisar condiciones de acceso y proteger al sector ante impactos externos. A la vez, propone fortalecer estrategias de turismo intrarregional —dentro del mismo Meta y la Orinoquía— como mecanismo de resiliencia cuando el flujo nacional se afecta por coyunturas de movilidad.

Promoción del destino: informar, articular y contar lo positivo

Para el directivo, el posicionamiento del destino también depende de canales de divulgación consistentes: medios, redes y herramientas digitales como aplicaciones que integren la oferta. Y, sobre todo, de una narrativa que impulse la decisión de viaje: destacar paisaje, gastronomía y hospitalidad, sin desconocer dificultades, pero evitando que estas definan la experiencia.

Una apuesta país: turismo social como sistema

El mensaje final de Cofrem es de articulación. En la medida en que la estrategia de “Turismo para todos” se fortalece y se sincroniza con esfuerzos del sistema y de Confecajas, Colombia podría consolidar un modelo robusto de turismo social: con infraestructura, reglas claras y una misión común para que el descanso de calidad deje de ser un privilegio y se convierta en un derecho alcanzable para millones de familias.



Ampliación zona de hospedaje en el Centro Vacacional Yurimena en Puerto López - Meta-. /Cofrem



Conoce los Servicios que viajan contigo

Trabajamos de manera permanente ante cualquier emergencia. Cada recorrido cuenta con un equipo preparado para acompañarte cuando más lo necesitas, porque tu bienestar es parte fundamental de nuestra labor.



Nuestros Servicios:

- ✓ Postes S.O.S.
- ✓ Carro Taller
- ✓ Grúa
- ✓ Zona de Servicios
- ✓ Ambulancia
- ✓ Unidad de Rescate
- ✓ Brigada contra incendios

Nuestro compromiso es que siempre te sientas protegido en la vía Bogotá-Villavicencio.

Ante cualquier novedad estamos a una llamada gratuita de distancia: 018000423662.





EXCUSAS PÚBLICAS

Yo, **JUAN ALEJANDRO ARAQUE VESGA**, identificado con la C.C. 1.098.693.486, acogiéndome al Principio de Oportunidad, pido disculpas públicas a **ELIZABETH AGUILAR**, identificada con la C.C.1.121.825.615, por los agravios causados por mi comportamiento que se investiga como delito de violencia intrafamiliar bajo radicado CUI No. 500016000567202415986.

De igual manera, me comprometo a no volver a incurrir en ese comportamiento en contra de ella, ni ningún otro miembro de su familia, así como con la comunidad en general.

JUAN ALEJANDRO ARAQUE VESGA
C.C. 1.098.693.486

EXCUSAS PÚBLICAS

Yo, **LEONARDO FAJARDO SALAS**, identificado con la C.C. 86.050.916 de Villavicencio, acogiéndome al Principio de Oportunidad, pido disculpas públicas a **ELIZABETH AGUILAR**, identificada con la C.C.1.121.825.615, por los agravios causados por mi comportamiento que se investiga como delito de violencia intrafamiliar bajo radicado CUI No. 500016000564202502268.

De igual manera, me comprometo a no volver a incurrir en ese comportamiento en contra de ella, ni ningún otro miembro de su familia, así como con la comunidad en general.

LEONARDO FAJARDO SALAS
C.C. 86.050.916

EDICTO DE TRABAJADOR FALLECIDO PARA PAGO DE SALARIO Y PRESTACIONES SOCIALES ADEUDADAS - PRIMER AVISO

MOINDELEC S.A.S., identificado con el Nit. 901.226.649-9, en calidad de Empleador, se permite informar que el señor **MIGUEL ANGEL AYALA FUENTES**, identificado con la cédula de ciudadanía número 1.003.735.320 de Tierraalta (Córdoba), falleció el pasado dieciocho (18) de enero de dos mil veintiseis (2026), por lo que se realiza la liquidación de salarios y prestaciones sociales.

Las personas que se consideren con derecho a reclamar y/o recibir la liquidación y salario, deben presentarse en la Carrera 4 No. 4 18 vereda Mararabe - Cabu-

yaro - Meta-, Sede de la empresa **MOINDELEC S.A.S**, en el horario de lunes a viernes de 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 pm a 5:00 pm., de lunes a viernes.

Para tal efecto deberán presentar documento de identidad y prueba idónea que acredite el vínculo que ostente con el trabajador fallecido (registro civil de nacimiento, registro civil de matrimonio, declaración extra-juicio), dentro de los treinta (30) siguientes días a esta publicación. Villavicencio, 17 de enero de 2026.

Vive el Llano
Siente la tradición
Comparte en familia

La Catira

Centro gastronómico,
turístico y cultural



¿Qué es La Catira?

La Catira es un espacio donde la gastronomía, el turismo y la cultura llanera se unen para crear experiencias auténticas en el corazón del Meta.

Conoce nuestra ubicación de
Google maps



**Aquí no solo
visitas un lugar...
vives el territorio**

CENTRO GASTRONÓMICO

Gastronomía con identidad

Sabores que nacen de nuestra tierra y recorren toda la cadena de valor ganadera, del campo a la mesa:

- Quesos y yogures artesanales
- Postres y amasijos tradicionales
- Desayunos campesinos con productos locales
- Artesanías gastronómicas
- Platos con carnes seleccionadas de producción local
- Preparaciones tradicionales llaneras



La Catira

Centro turístico y cultural
RNT 206570

EXPERIENCIAS GUIADAS

- Cata que quesos sabores de nuestro llano
- Taller de fabricación de queso
- Taller de amasijos
- Visita a la planta de producción
- Predio escuela de ganadería sostenible
- Sendero Cacique Meta: Llano y Leyenda
- Eventos culturales y exhibiciones
- Educación para la sostenibilidad

Actividades adaptadas para:

- Colegios y universidades
- Agencias de viajes – Tour operadores
- Alcaldías, gobernaciones, entidades de cooperación, asociaciones, empresas



Contáctanos
3108593445

mercadeo@lcatira.com.co

Valores, horarios de
atención y tarifas:



   
lcatiraco

La Macarena: Más que Caño Cristales, un destino que sorprende todo el año

Aunque el mundo la reconoce por el famoso río de los siete colores, La Macarena guarda en su territorio un mosaico de paisajes, historia y experiencias comunitarias, que la convierten en un destino completo de naturaleza. Más allá de Caño Cristales, este rincón del Meta ofrece lagunas, formaciones rocosas milenarias, miradores y travesías fluviales que amplían la experiencia del viajero.

Así lo indica Henry Quevedo, gerente general de Ecoturismo Macarena, con cuatro décadas de trabajo incansable en el sector turismo, no solo ha visto crecer este destino, sino que ha sido uno de sus principales artífices. **“La Macarena, además de Caño Cristales, tiene otros sitios muy hermosos con bellezas escénicas únicas”**, afirma con la convicción, y la serenidad de quien la conoce de palmo a palmo. Por esta razón, hoy invita al país y al mundo a descubrir que La Macarena es mucho más que un río de colores; es un territorio vivo, diverso y organizado que ofrece naturaleza auténtica durante todo el año.

Por lustros, Caño Cristales ha sido la imagen emblemática de La Macarena y de Colombia. Sus aguas teñidas por la macarenia clavigera, la planta acuática que florece en temporada de lluvias (junio a noviembre), presentando la magia de la naturaleza en



Henry Quevedo, gerente General de Ecoturismo Macarena. /LI

todo su esplendor, llevándolo a ser conocido como el “Río de los Siete Colores”, un espectáculo natural que posicionó al destino en el mapa internacional.

Sin embargo, reducir La Macarena a ese escenario sería quedarse solo con una parte de su riqueza.

Este territorio, ubicado en la zona de transición entre la Orinoquia y la Amazonía, ofrece una diversidad de atractivos que pueden disfrutarse más allá de la temporada alta del icónico “Río de los Siete Colores”, lugares como la Laguna del Silencio, Raudal de Angosturas, Ciudad Perdida y El Mirador, son lugares obligados para visitar.



Laguna del Silencio: biodiversidad y experiencias comunitarias

Uno de los lugares que más sorprende a quienes buscan alternativas es la Laguna del Silencio, un cuerpo de agua que funciona como drenaje natural de Caño Cristales y que, incluso en verano, conserva su belleza serena.

Allí, la experiencia combina contemplación y actividad. Es posible recorrer la laguna en canoas pequeñas o en kayak, caminar por senderos cercanos y observar aves en un entorno de absoluta tranquilidad. En algunos sectores, pozos naturales permiten bañarse mientras peces nadan libremente alrededor, en una interacción respetuosa con la fauna.

La comunidad local ha fortalecido la oferta con tubing, cabalgatas y una propuesta gastronómica basada en productos regionales. Más que un simple atractivo natural, la laguna representa un modelo de ecoturismo donde paisaje y comunidad trabajan de la mano.

ECOTURISMO MACARENA



No te pierdas la oportunidad de conocer Caño Cristales
¡El paraíso te espera!

313 325 3522 - 313 420 9257 - 320 300 8070

turismo@ecoturismomacarena.com

turismoecologico@ecoturismomacarena.com

Ecoturismo Macarena

ecoturismo_macarena

ecoturismo_macarena



Un destino organizado que invita a viajar con responsabilidad

Henry Quevedo destaca que la oferta turística de La Macarena ha consolidado un modelo de ecoturismo planificado, con control de capacidades de carga, regulación de embarcaciones y guías capacitados. **Esto permite que varios de sus atractivos estén disponibles durante todo el año**, diversificando la

oferta con productos como **“Macarena en Verano”**, que opera Ecoturismo Macarena -su empresa-, permitiendo vivir la magia de otros lugares inolvidables con experiencias únicas.

Visitar este destino implica confiar en empresas certificadas y operadores legales

que garantizan seguridad, cumplimiento de normas ambientales y un impacto positivo en las comunidades locales, porque La Macarena no es solo un río de colores: es un territorio de contrastes, historia, cultura y biodiversidad que invita a descubrirlo con respeto, tiempo y asombro.



Raudal de Angosturas: la fuerza del río esculpiendo la roca

A una hora de navegación por el río Guayabero se encuentra el imponente Raudal de Angosturas. En este punto, el río rompe la roca formando acantilados y estructuras geométricas que parecen diseñadas con precisión arquitectónica.

El lugar no solo impacta por su fuerza visual. Entre las piedras se observan petroglifos tallados por antiguos pobladores, huellas culturales grabadas directamente sobre la roca. La combinación de historia, geología y paisaje convierte al raudal en una de las postales más poderosas del destino.

La visita se realiza con guianza local y servicios organizados por la comunidad, bajo esquemas de seguridad y control que buscan proteger tanto al visitante como al entorno.

Ciudad Perdida: un laberinto natural de piedra

Desde el Raudal de Angosturas, tras una caminata aproximada de una hora, emerge la llamada Ciudad Perdida de La Macarena. No se trata de ruinas arqueológicas, sino de formaciones rocosas moldeadas por el agua y el viento que evocan calles y estructuras urbanas.

El terreno permite ascender a plataformas naturales desde donde se obtienen panorámicas del raudal y del paisaje macareniense. En temporada de lluvias, pequeños caños con vegetación acuática aportan matices de color adicionales, recordando que este territorio está en constante transformación natural.



El Mirador: donde la sabana se encuentra con la selva

Cerca del casco urbano se abica el Mirador de La Macarena, un punto estratégico que permite observar la transición entre la sabana y la selva amazónica. Desde allí se aprecia cómo los ríos dibujan el territorio y cómo la Sierra de La Macarena actúa como puente entre ecosistemas.

Es un lugar ideal para comprender la dimensión geográfica y ambiental de la región, y para tomar conciencia de su valor ecológico.



Parque de la Vida Cofrem
Cra 19 N° 25J 285 B. Vainilla – Villavicencio



Parque Recreativo Caney
Restrepo – Meta

Descubra,

**disfrute y comparta
inolvidables en los días
y descanso que Cofre**



Restaurante



momentos
destinos de recreación
em tiene para usted



Centro Vacacional Yurimena
Km 33 vía Puerto López - Puerto Gaitán, Meta



Parque Vacacional Ariari
Km 1 vía Granada - San Martín, Meta

Vigilado Supersubsidio



urante



Vigilado Supersubsidio

“El turismo es el petróleo de la nueva economía regional, y debemos aprender a refinarlo”, Hugo López Burgos

En un momento en el que el turismo se consolida como uno de los principales motores de la economía nacional, la región de la Orinoquía enfrenta el desafío de estructurar, fortalecer y proyectar su oferta turística con visión estratégica. **Periódico Llanoalmando -LL-** conversó con **Hugo López Burgos -HLB-**, presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Villavicencio -CCV-, sobre el apoyo institucional a la cadena de valor del turismo y los retos que enfrenta el empresariado regional.

La Cámara de Comercio de Villavicencio tiene una amplia jurisdicción que abarca territorios de los departamentos del Meta, Guainía, Vaupés (Mitú) y el municipio de Paratebueno (Cundinamarca), consolidando un territorio diverso en cultura, biodiversidad y potencial turístico.

LL: ¿Qué mensaje enviar a quienes desean conocer esta región?

HLB: Hoy debemos hablar no solo del Meta, sino de toda nuestra jurisdicción. Tenemos un territorio que garantiza una oferta diversa de experiencias: naturaleza, cultura, gastronomía, turismo de aventura, agroturismo y eventos. La CCV ha enfocado sus esfuerzos en tres frentes estratégicos:

- Visibilización de las experiencias y muestras turísticas de la región.
 - Encadenamiento y empaquetamiento de productos turísticos para hacerlos más competitivos.
 - Actualización permanente, conociendo experiencias nacionales e internacionales que permitan modernizar nuestra propuesta.
- Actualmente, la entidad adelanta procesos de capacitación con expertos en estructuración de producto turístico, orientados a consolidar un “Producto Meta” competitivo y exportable.

“El turismo es el petróleo de la nueva economía regional; el reto es aprender a refinarlo”.

LL: ¿Quiénes integran la cadena de valor del turismo?

HLB: Aunque no existe un porcentaje exacto de empresarios matriculados exclusivamente en turismo, la Cámara reconoce que la cadena de valor es amplia e integra sectores como: gastronomía, sistema hotelero, transporte, experiencias turísticas, producción agrícola con enfoque en agroturismo, eventos y recreación. Esta transversalidad convierte al turismo en un dinamizador económico que impacta múltiples sectores productivos.



Hugo López, presidente Ejecutivo de la CCV en la Feria Turística Regional en Viva Villavicencio. /CCV.

LL: Teniendo en cuenta que la CCV viene trabajando para ser más cercana y estratégica con los comerciantes y empresarios registrados, ¿Qué deben hacer los empresarios que buscan mayor apoyo institucional?

HLB: El Presidente reconoce que históricamente ha faltado mayor cercanía y comunicación directa con los empresarios. Por ello, la nueva administración trabaja en:

- Fortalecer la estrategia de comunicación institucional.
- Humanizar la atención y el servicio al empresario.
- Consolidar la Cámara como un aliado estratégico real.

Entre los servicios destacados se encuentran:

- Formación en habilidades blandas y gerenciales.
- Participación y apoyo en ferias nacionales e internacionales.
- Ruta de fortalecimiento y formalización empresarial.
- Y programas de incubación empresarial.

LL: ¿Qué es La “Ruta H”?

HLB: Uno de los proyectos clave es la Ruta H, un modelo diseñado para que el emprendedor no solo se registre, sino que comprenda integralmente lo que significa ser empresario. La Ruta H incluye:

- Orientación administrativa y conceptual.
- Acompañamiento en trámites ante DIAN, Secretaría de Salud e INVIMA.
- Protocolos amigables para certificaciones sanitarias y de funcionamiento.
- Acceso a espacios adecuados para la construcción conceptual del negocio.

“Constituir empresa no es solo un acto registral; es asumir una responsabilidad empresarial con conocimiento administrativo y estratégico”.

LL: ¿De qué manera la CCV aporta a la seguridad y respaldo al empresario?

HLB: La Cámara también ha trabajado en articulación con el Gaula de la Policía y el Ejército frente al flagelo de la extorsión. Durante diciembre se realizaron cerca de 50.000 llamadas y mensajes de acompañamiento preventivo, brindando canales de denuncia y orientación.

LL: ¿Cuáles son las acciones más relevantes ejecutadas por la CCV?

HLB: Entre las más destacadas tenemos:

- Primera Feria Turística Regional en Viva Villavicencio (7 y 8 de febrero).
- Participación de cuatro empresarios en FITUR, la feria turística más importante del mundo.
- Y el Inicio de la consultoría para la estructuración de un Centro de Convenciones para la Orinoquía, proyecto estratégico para el turismo MICE (reuniones, incentivos, congresos y eventos).

LL: ¿Cuál es la visión de la CCV?

HLB: La Cámara de Comercio de Villavicencio avanza hacia un modelo institucional más cercano, autosostenible y estratégico, donde el turismo no solo sea una actividad económica, sino una apuesta estructural para el desarrollo regional.

“El empresario debe ver en la Cámara una mano amiga. Si fortalecemos empresa, fortalecemos región”.

Estamos listos para impulsar tu negocio y abrirte camino hacia nuevos mercados

**NO ESPERES MÁS
Renueva tu matrícula**



Síguenos y mantente informado. Escanea el QR y conoce más



Conoce los canales de pago que te ofrecemos para que puedas RENOVAR tus registros de forma cómoda y segura.

PAGO EN BANCOS
Realiza tu proceso de liquidación en línea y efectúa el pago en:

CompuBancolombia Bancolombia

PAGO EN CORRESPONSALES NO BANCARIOS
Realiza tu proceso de liquidación en línea y efectúa el pago en:

COM SUERTE

PAGO EN LÍNEA
Realiza el pago electrónico de tu renovación mediante tarjetas DÉBITO o CRÉDITO

www.ccv.org.co

**Hasta el 31 de marzo
Rup
9 de abril**



Un lugar
para cada
emoción

Brunch & desayunos

Coworking

Cenas

Gastro bar

Cumpleaños

Experiencias

Almuerzos

Negocios

CALLE BISTRO

Todas las posibilidades

Viernes y sábado
8:30 a.m. a 2:00 a.m.

Domingo a jueves
8:30 a.m. a 11:00 p.m.

Nuestras marcas

AUGURIO
by Ica Comarca

BAHAMA[®]
HELADERIA



CHURRERÍA
PORFIRIO
DESDE 1900
CHURROS
&
CHOCOLATE



Danny
PARRILLA

GRINGOS

Huerto
pizzeria
Exquisitamente Artesanal.

Jeno's
pizza

Juan Valdez
Café

johnpan
panadería

KASOKU
SUSHI-BAR

LIMONCELLO
Ristorante - Pizzeria

MURAD
GASTROBAR

QUE BURGER!!
ESTO SI QUE ES SABOR

Perú Sazón
SABORES DEL MUNDO CON RAÍCES PERUANAS

ccviva.com/villavicencio | @vivavillavicenciocc

Inteligencia Artificial: la nueva frontera para vender turismo en Colombia

El turismo colombiano vive un momento de expansión y transformación. Nuevos destinos emergen, la conectividad mejora y la demanda internacional crece. Sin embargo, en medio de esta dinámica positiva, surge un reto determinante para hoteles, operadores, agencias y emprendimientos rurales: ¿Cómo convertir visibilidad en ventas reales y sostenibles en el corto plazo?

La respuesta, cada vez más clara, está en la integración estratégica de la Inteligencia Artificial (IA) en los procesos comerciales y de marketing.

Del folleto al algoritmo

El viajero actual no espera 24 horas por una cotización. Tampoco quiere procesos extensos ni respuestas genéricas. Toma decisiones desde su celular, muchas veces en horarios no convencionales, y compara opciones en segundos.

Los métodos tradicionales -posicionamiento orgánico lento o dependencia exclusiva del voz a voz- ya no responden a la velocidad del mercado digital.

Manuel Lozano, CEO de CiberGenios, empresa especializada en integración de soluciones de IA para el sector turístico en Colombia, lo resume así:

“La Inteligencia Artificial no es una moda, es infraestructura del futuro. Las empresas que no la integren en sus procesos comerciales perderán competitividad en los próximos años”.

La clave no está en usar IA solo para redactar textos, sino en estructurar un sistema integral de ventas que combine segmentación, contenido, automatización y análisis de datos.

Hiper-especialización: vender experiencias, no habitaciones

De acuerdo con Lozano uno de los errores más frecuentes en el turismo es ofrecer productos genéricos: “habitaciones”, “planes turísticos”, “destinos naturales”, descartando que la IA permite analizar micro-nichos y construir perfiles psicográficos detallados. En lugar de dirigirse a “todos los turistas”, un hotel puede enfocarse en “parejas ejecutivas que buscan desconexión digital” o “viajeros internacionales interesados en turismo regenerativo”. Este enfoque aumenta la conversión porque responde a necesidades emocionales específicas: descanso, reconexión, exclusividad o transformación personal.

El CEO de CiberGenios recomienda usar la IA como consultor estratégico, no solo como redactor. Es posible solicitar análisis de competencia, identificación de objeciones de compra y construcción de mensajes persuasivos adaptados a públicos concretos.

Contenido profesional en minutos

Las técnicas de “role prompting” permiten que la IA actúe como experto en neuroventas o psicología del consumidor turístico. Con instrucciones claras, puede generar anuncios estructurados bajo marcos probados como AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción) en cuestión de minutos. Esto democratiza el acceso a campañas de alto nivel, antes reservadas a grandes cadenas con presupuestos elevados. Pero el cambio no se limita al texto.



Manuel Lozano, CEO de CiberGenios, empresa llanera de soluciones estratégicas con IA. IC

Imagen y video: la nueva exigencia del mercado

En la economía de la atención, lo visual es determinante. Las fotos genéricas de banco de imágenes han perdido efectividad, de ahí, la necesidad de utilizar modelos de generación visual desarrollados por compañías como OpenAI permiten crear escenas hiperrealistas que representan experiencias aspiracionales: cenas románticas al atardecer, vistas aéreas o tomas en primera persona. Sumado a ello, es necesario reconocer que el impacto de un buen video, es aún mayor. Los algoritmos de redes sociales priorizan formatos dinámicos como Reels o TikTok. La IA de video generativo permite animar fotografías reales y producir secuencias tipo dron sin equipos costosos, nivelando la competencia entre pequeños emprendimientos y grandes cadenas.

Para Lozano, herramientas como **Sonia AI**, desarrollada por CiberGenios, permiten ofrecer contenidos profesionales multilingües para atraer turistas internacionales sin incurrir en altos costos de producción.

Automatización: responder en minutos o perder la venta

El interés digital en turismo tiene una ventana crítica de pocos minutos. Si un cliente potencial solicita información y no recibe respuesta inmediata, probablemente comprará en otro lugar.

Según Manuel Lozano, los chatbots avanzados permiten no solo responder automáticamente, sino también calificar prospectos y detectar intención de compra. Así, la automatización deja de ser un mensaje frío y se convierte en un filtro inteligente que fortalece el proceso comercial.

Orquestación: menos fragmentación, más eficiencia

Uno de los retos actuales es la multiplicidad de herramientas. Generación de texto, imagen, video, voz y automatización suelen estar en plataformas separadas, con costos acumulados y curvas de aprendizaje distintas. La tendencia global es la orquestación tecnológica: integrar múltiples motores de IA en un solo ecosistema operativo. Esto reduce gastos, simplifica procesos y evita la dependencia exclusiva de un proveedor. Lo que plataformas como Sonia AI ofrecen, más que un ahorro económico, tiene como beneficio principal la eficiencia y coherencia estratégica.

El desafío real: educación aplicada

La brecha digital en el turismo colombiano ya no es de acceso a la tecnología, sino de conocimiento aplicado.

Cualquier empresario puede suscribirse a una herramienta de IA. Lo que marca la diferencia es saber qué pedir, cómo estructurar estrategias y cómo integrar tráfico pago, contenido y automatización en un sistema de ventas coherente.

Como señala Lozano: **“Tener la tecnología no garantiza resultados. La ventaja competitiva está en saber aplicarla estratégicamente dentro del modelo de negocio”.**

Una transformación inevitable

Colombia cuenta con activos turísticos excepcionales: biodiversidad, cultura y experiencias únicas. Pero en el entorno digital global, la visibilidad no basta, si no se logra que una persona pase de interesarse en la oferta a realizar una acción concreta y medible -venta-.

La Inteligencia Artificial no reemplaza la hospitalidad ni la experiencia auténtica del territorio. Sin embargo, potencia la capacidad de atraer, persuadir y cerrar ventas en un mercado cada vez más competitivo.

“Para los miembros de la cadena del turismo en el país, la pregunta ya no es si deben integrar IA, sino ¿Cuándo y cómo hacerlo estratégicamente?. La ventana de oportunidad está abierta, y quienes se anticipen marcarán la diferencia en el nuevo mapa turístico colombiano”, Manuel Lozano, CEO CiberGenios.

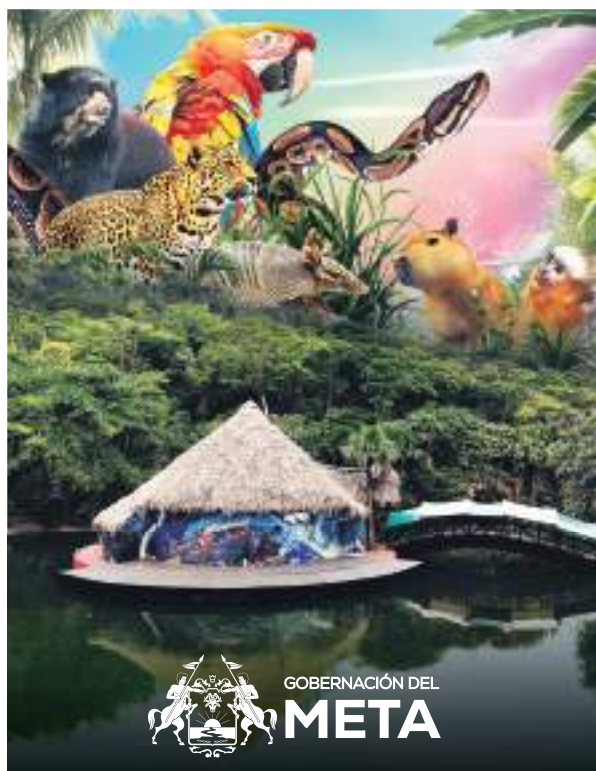
Como parte del compromiso con los empresarios de la cadena del turismo colombiano, la empresa CiberGenios, ha establecido un *Webinar gratuito: **“Estrategias de Venta Turística con IA”**, diseñado específicamente para enseñar a manejar esta “navaja suiza” de modelos sin necesidad de ser ingeniero, quienes estén interesados en este tema pueden escanear el QR e inscribirse.



Meta:

Experiencias y sabores para vivir una Semana Santa diferente en Colombia

Parques temáticos, fincas productivas y la Ruta del Café y el Cacao consolidan al Meta como uno de los destinos emergentes para Semana Santa en Colombia. Una propuesta cercana, auténtica y pensada para disfrutar en familia.



Los parques temáticos del Meta combinan recreación y educación ambiental para toda la familia.



La Ruta del Café y el Cacao ofrece experiencias sensoriales que conectan al visitante con el campo metense.

Durante Semana Santa, cuando el país busca destinos que integren descanso, tradición y naturaleza, el Meta se posiciona como una alternativa estratégica a una hora y media de Bogotá. Bajo el eslogan “Meta: Experiencias y sabores”, el Departamento presenta una oferta que combina identidad llanera, turismo rural y gastronomía con sello propio.

El crecimiento del agroturismo en el Meta ha permitido que visitantes participen en experiencias reales de campo. En municipios como Guamal, Cubarral y Lejánias, fincas productivas abren sus puertas para mostrar procesos agrícolas, transformación artesanal y prácticas sostenibles que fortalecen el vínculo entre viajero y territorio.

Uno de los mayores atractivos es la Ruta del Café y el Cacao, una experiencia sensorial que conecta al visitante con cultivos



El agroturismo y las estancias rurales consolidan al Meta como destino sostenible para Semana Santa.

especiales y productos reconocidos por su calidad. Fincas como Villa Mafe, de donde provino la muestra ganadora del concurso internacional Cacao of Excellence en Ámsterdam 2024, permite a sus visitantes disfrutar uno de los mejores chocolates del mundo.

Para planes familiares, el Meta cuenta con parques temáticos y espacios de conservación como el Bioparque Los Ocarros, Tiuna Park y el Parque Merecure. Estos escenarios combinan

recreación, educación ambiental y contacto responsable con la fauna, convirtiéndose en opciones ideales para quienes viajan con niños.

En esta Semana Santa, el departamento invita a descubrir una forma distinta de viajar por Colombia. Más que un destino, el Meta propone una vivencia integral donde el visitante participa, aprende y disfruta, confirmando que las mejores rutas también se recorren a través de los sentidos.



TRANSPORTES ANGEL EXPRESS

LLEGA SEGURO Y CÓMODO A TU DESTINO

- ✓ TRASLADOS FUERA Y DENTRO DE LA CIUDAD
- ✓ TRASLADOS DESDE Y HACIA EL AEROPUERTO
- ✓ SERVICIOS PERSONALIZADOS Y ADAPTADOS A TUS NECESIDADES
 - Turismo
 - Transporte empresarial
 - Transporte sector salud y
 - Transporte individual



 **RESERVAS AL: 313 460 8427** **SERVICIO LAS 24 HORAS**



NQ HOTEL



Hospedaje - Zonas húmedas - Restaurante - Eventos

Pregunta por nuestras promos

 **3183112091**

Navitours: turismo con propósito que nace en el corazón del Llano

En los Llanos Orientales hay historias que no comienzan en una oficina, sino en el escenario turístico. Historias empresariales que no solo venden viajes, sino que construyen territorio. Una de ellas es la de **Navitours**, agencia de viajes liderada por **Jeimy Paola Garzón Arias**, una llanera que ha convertido el turismo en una herramienta de transformación ambiental y social.

Con más de dos décadas de experiencia, Jeimy no solo mueve pasajeros: mueve conciencias. **“Cumplí 20 años como guía de turismo este año”**, afirma con orgullo Garzón Arias, representante legal de Navitours. Su historia profesional no es improvisada. Es técnica en Diseño en Arte, y en Psicología; tecnóloga en Manejo de Información Turística y también en Logística. Una formación que combina sensibilidad humana, creatividad y estructura operativa.

Pero más allá de los títulos, su experiencia es su mayor respaldo. Durante dos décadas ha operado grupos para cajas de compensación, empresas mayoristas y asociaciones que viajan al Meta. Ese trabajo constante le permitió entender algo clave: cada viaje es también una oportunidad comercial y cultural. “Cuando saco gente del Llano, también estoy ofreciendo nuestro hermoso territorio”, explica.

Así nació un modelo bidireccional: mientras lleva grupos del Meta a otros destinos, visita agencias en cada ciudad, crea alianzas para traer viajeros al territorio llanero. Hoy calcula que ha guiado a más de 10.000 personas a vivir experiencias únicas.

Navitours: turismo incluyente y estratégico
Navitours ha evolucionado en su enfoque de mercado. Actualmente trabaja con: Colegios (salidas pedagógicas y excursiones), empresas, asociaciones de adultos mayores, madres comunitarias, grupos de bienestar y actividad física, y turismo regional y nacional organizado.

Aunque el proyecto inició fuertemente con instituciones educativas, hoy ha encontrado gran acogida en grupos de tercera edad y asociaciones comunitarias. Un caso destacado: 38 adultas mayores viajaron al Eje Cafetero tras un proceso anual de reciclaje. Gracias al programa ambiental, cada viajera pagó únicamente el 20% del valor del plan.

“Todo el que quiera viajar tiene la opción de hacerlo”, asegura Garzón Arias. Esa democratización del turismo es parte esencial de su modelo empresarial.



Jeimy Paola Garzón Arias, representante legal de la Agencia Navitours en recorrido con turistas. /JPG

El proyecto ambiental dirigido a colegios y asociaciones: Reciclaje que financia sueños

Uno de los pilares diferenciadores de Navitours es su programa propio de reciclaje con enfoque educativo y financiero. La iniciativa nació al observar que en muchas excursiones no todos los estudiantes podían viajar. Entonces surgió la pregunta: ¿Cómo lograr que todo un salón participe?

La respuesta fue convertir el reciclaje en un “abono” para los viajes. El resultado es doble al enfocar la educación ambiental como una herramienta de acceso al turismo.

El proceso incluye: Capacitación en clasificación de residuos sólidos, educación sobre impacto ambiental e hídrico, explicación del proceso de transformación de materiales reciclados, maratones de recolección, y acompañamiento continuo.

“No es basura, es material que tiene valor”, recalca. Los estudiantes aprenden no solo a reciclar, sino a entender el ciclo del material y su impacto en ríos y ecosistemas. Actualmente, el programa está enfocado en colegios y empresas, buscando mayor estructura y sostenibilidad operativa.

Destinos que conectan territorio y nación

Navitours opera recorridos dentro y fuera del Meta, promoviendo tanto el turismo emisor como el receptor.

*** En el Meta y Llanos Orientales:** City Tours pedagógicos en Villavicencio, rutas culturales llaneras, turismo de naturaleza, experiencias en fincas ecoturísticas, avistamiento de fauna y recorridos rurales. **“No quiero que el City Tours sea solo bailar en la chiva. Quiero que los chicos sepan dónde están para-**

dos”, enfatiza. Su apuesta es clara: **fortalecer el sentido de pertenencia por la cultura, la historia y la tradición.**

*** Destinos nacionales:** Eje Cafetero, Santander, Ferias del Libro, y Excursiones pedagógicas en diferentes ciudades del país.

Turismo responsable en escenarios naturales

Navitours trabaja activamente con destinos de naturaleza, donde se han mostrado avances importantes, como la señalización ambiental y la cultura de conservación **“Visiten la naturaleza con amor y respeto”**, es el mensaje que Garzón Arias repite constantemente. Para esta Agencia el turismo no es consumo de paisaje: es compromiso con el territorio.

Un modelo que sorprende al mercado turístico

El modelo de Navitours integra: Operación turística profesional, formación académica especializada, educación ambiental estructurada, inclusión social, comercialización bidireccional de destinos, y enfoque pedagógico-ambiental y cultural.

Más que vender planes, la Agencia construye experiencias con propósito. **“La naturaleza es todo. Hay que disfrutarla, pero también conservarla”**, concluye Garzón Arias.

En un país que, apuesta por el turismo sostenible como motor de desarrollo, Navitours demuestra que desde el Llano colombiano se puede liderar una propuesta que conecta economía, educación y conciencia ambiental.

RESERVA TU PLAN

- TRANSPORTE IDA Y REGRESO
BUS DE TURISMO
- 2 NOCHES DE ALOJAMIENTO
EN HOTEL Y PARQUE NAVAR CITY
- DESAYUNOS, ALMUERZOS Y CENAS
- INGRESO A LOS ATRACTIVOS
- TOUR EN CHIVA
- NOCHE DE PARRADO LLANERO
- ACOMPANIAMIENTO DE GUÍA
- POLIZA DE VIAJE

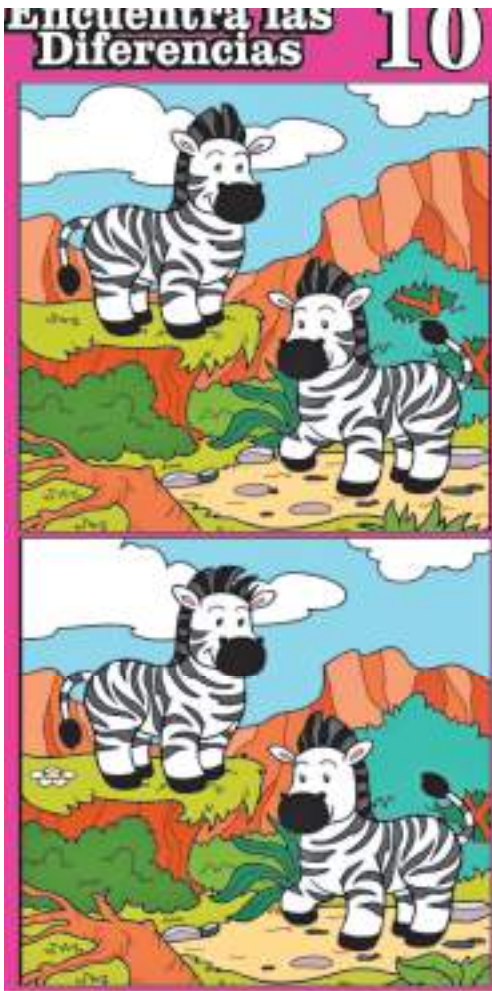
@NAVITOURSLLANOS
313 8357386

Llanos ORIENTALES

¡CULTURA, TRADICIÓN Y MUCHA DIVERSIÓN!

SALIDA DESDE BOGOTÁ
2 NOCHES 3 DÍAS

NAVITOURS
HOTEL Y PARQUE NAVAR CITY



Sopa de Letras - Lugares Mágicos

V Y A D S P A S T O D K Y A U G O C
Y S A L E N T O M U L U B V Q L F E
S I J G R A T Z E B I R U T N D W L
L R O G D N C P A N E R A C A M K J
B Z G U N U T G W Y A C Z O U I N A
O U U A A H V U M A V I C U R E A R
E T A T N G B N I L L E D E M A W D
C H T A A O I A H S O O S H O L L I
F G A V S W R K R X O A K F G L K N
I J P I I G C Y A I N W V Q A I J Q
M F E T J Y A W A T C L E T R U L C
S O O A U B R C A T V H O R I Q U M
N K N R H L T M F A E G A T U N U R
W N W G G D A M R N O D A R Q A T F
L Z O U U R G R R B U T G A A R C S
W Q T O T I E K G T B Q Q L P R R E
R V U A L M N U A Z D Q U L I A C W
A M A Z O N A S R R Z F A I Z B S E

- ☐ CARTAGENA
- ☐ AMAZONAS
- ☐ SANANDRES
- ☐ MEDELLIN
- ☐ BOGOTA
- ☐ GUATAPE
- ☐ SALENTO
- ☐ MACARENA
- ☐ TAYRONA
- ☐ MAVICURE
- ☐ NUQUI
- ☐ PASTO
- ☐ BARICHARA
- ☐ GUATAVITA
- ☐ MONGUI
- ☐ ELJARDIN
- ☐ URIBE
- ☐ BARRANQUILLA
- ☐ SANTAMARTA
- ☐ ZIPAQUIRA

¿Qué tipos de turismo existen?

Horizontales

4. Turismo que se desarrolla en destinos costeros, con playas de arena y mar.
7. Turismo de bajo presupuesto que implica viajar con lo básico y hospedarse en lugares sencillos.
9. Turismo centrado en la degustación de la comida típica de un lugar o región.
12. Turismo centrado en la visita a viñedos y bodegas para degustar vinos.
13. Modalidad de turismo que incluye viajes para recibir tratamientos médicos o de bienestar.
14. Turismo enfocado en la exploración de la historia, arte y tradiciones de una región o país.

Verticales

1. Tipo de turismo que se realiza en el mar, con actividades como la navegación a vela o el buceo.
2. Turismo enfocado en la exploración de la historia, arte y tradiciones de una región o país.
3. Turismo que tiene como objetivo visitar lugares sagrados o de importancia religiosa.
5. Tipo de turismo que involucra actividades emocionantes y desafiantes, como el rafting o el trekking.
6. Tipo de turismo que promueve la conservación



- del medio ambiente y el respeto por la naturaleza.
8. Modalidad de turismo que busca conocer los escenarios de películas famosas.
10. Modalidad de turismo que se desarrolla en zonas alejadas de las ciudades, en contacto con la vida campesina.
11. Turismo que se enfoca en la práctica y espectáculo de deportes.

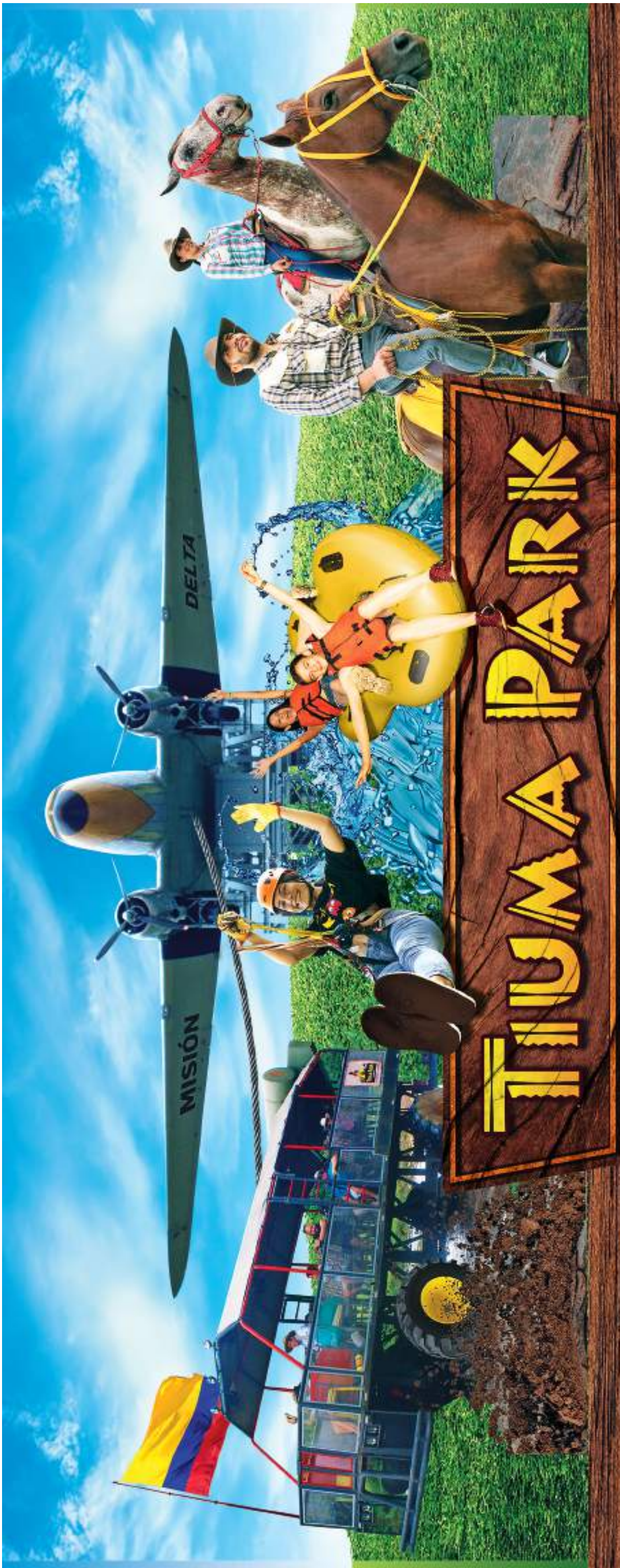
Crucigrama

LA MEJOR MAMONA A
LA LLANERA

EL MANDUQUEO
ASADERO

Escribenos **314 381 9701** | Visítanos en Cumaral **Cll 12 #22-31**

HAGA SUS PEDIDOS
314 381 9701
Envíos a toda Colombia



EXPEDICIÓN LLANOS

Km 15 vía Puerto López Villavicencio - Meta

TIUMAPARK.com

f i #TIUMAPARK

RESERVAS: 3143304889 - 3054786337 - 3002109964 - 3102042502 - 3203177566 - 3133967568