



# Meta

Somos la ruta natural

Departamento del Meta - ANATO 2025 - SITUR

## INFORME PARTICIPACION VITRINA TURÍSTICA

ANATO VERSIÓN 44<sup>a</sup>

26, 27 Y 28 DE FEBRERO 2025

¡Vamos a mostrarle al mundo  
que somos la ruta natural a través de las aves!



(*Jabiru mycteria*)  
Garzón Soldado

(*Eudocimus ruber*)  
Corocora

(*Opisthocomus hoazin*)  
Chenchena



(*Setophaga ruticilla*)  
Candelita norteña

# ¡Prepárate para ANATO!

(*Megaceryle torquata*)  
Martin pescador



Luis Carlos Londoño Vargas  
Director General

Daniel Iván Pardo  
Subdirector Técnico

Angela Bibiana Moreno Miranda  
Coordinadora SITUR





## Contenido

Lineamientos Plan de Desarrollo “El Gobierno de la Unidad” para el periodo 2024 – 2027 .....	4
Lineamientos Plan de Acción 2025.....	5
Informe Técnico.....	5
Preparatoria Participación Vitrina Turística ANATO 2025.....	5
Guía del Expositor.....	6
Introducción Vitrina Turística ANATO .....	6
Diseño Estructural – STAND VITRINA TURISTICA ANATO 2025.....	7
Presupuesto Invertido .....	8
Impacto de la Vitrina Turística ANATO 2025.....	9
Perfil sociodemográfico de los Expositores.....	10
Sector de Representación de los Expositores .....	10
Caracterización de participación de los Expositores .....	11
Cantidad de alianzas u Transacciones frente al Impacto Económico.....	11
Perfil sociodemográfico de los Visitantes.....	12
País de residencia de visitantes.....	13
Departamento de residencia de visitantes.....	14
Municipios Frecuentados por los Visitantes.....	15
Tipo de Turismo de los Visitantes.....	16
Ficha Técnica .....	17
ANEXO A. Guía del Expositor .....	18
ANEXO B. ....	20
ANEXO C. ....	21





## Lineamientos Plan de Desarrollo “El Gobierno de la Unidad” para el periodo 2024 – 2027

Dando cumplimiento a los lineamientos del Plan de Desarrollo económico y social del departamento del Meta “El Gobierno de la Unidad” para el periodo 2024 – 2027, se traza como una de sus “LÍNEAS ESTRATÉGICAS: EL DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO”, donde se resalta la diversidad y potencial natural, cultural e histórico del departamento del Meta; destacando como uno de los renglones más importante para la economía a el Turismo.

Por consiguiente, el Instituto de Turismo del Meta y el Gobierno de la Unidad se orientan a transformar el Departamento como destino turístico inteligente, que fortalezca el tejido social y empresarial desde todos los enfoques, incrementando la competitividad turística del departamento, así como la de divulgar sus manifestaciones folclóricas y culturales, fiestas y festividades, participando activamente en los diferentes eventos, ferias, festividades y escenarios, consolidándonos como producto turístico, con gran variedad de oferta turística, que forman parte de la labor de difusión, promoción y posicionamiento del turismo en el departamento del Meta.

Dentro de los diferentes espacios que nos permitirá divulgar y promocionar el Meta como destino turístico de naturaleza contamos con La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO, siendo el organizador de la Vitrina Turística y evento más importante del turismo en Colombia desde 1982.

ANATO es una entidad sin ánimo de lucro y de carácter gremial que representa, defiende y promueve los intereses generales del turismo y de las Agencias de Viajes en Colombia. Creada el 20 de octubre de 1949, está conformada por Agencias Asociadas en todo el territorio nacional con 9 capítulos de representación, consolidando el sector y la agremiación como la entidad de más amplio reconocimiento nacional por el desarrollo de su gestión.

La Vitrina Turística de Anato, para esta ocasión consideró un espacio en el que más de 50.000 empresarios del sector se darán cita para entablar acuerdos estratégicos que potencialicen la oferta turística de Colombia y el mundo, este evento se realizó el 26, 27 y 28 de febrero en Bogotá. Según Paula Cortés Calle, presidenta ejecutiva de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato), “en 40.000 metros cuadrados de exposición, un 14 % más que en 2024, los más de 1.500 expositores y coexpositores de 32 países y todos los departamentos de Colombia realizarán reuniones para dar a conocer sus portafolios de servicios y así, de manera conjunta, crear alianzas comerciales que contribuyan a la consolidación de la

industria. Es en este evento donde se definen los paquetes turísticos que los viajeros podrán disfrutar a lo largo de 2025”.<sup>1</sup>

#### Lineamientos Plan de Acción 2025

Por su parte el Instituto de Turismo del Meta, ha establecido dentro de su plan de acción para la vigencia 2025, el cumplimiento de la siguiente meta:

Nombre del proyecto	Objetivo	Meta
FORTALECIMIENTO DEL SECTOR TURISTICO MEDIANTE CANALES DE PROMOCION EN EL DEPARTAMENTO DEL META	ESTABLECER Y OPTIMIZAR CANALES DE PROMOCIÓN BIEN ESTABLECIDOS Y EFICIENTES. DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EFICIENTES	FORMULAR E IMPLEMENTAR (1) UN PLAN DE MARKETING DURANTE EL CUATRENIO EN LOS MERCADOS TURÍSTICOS REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL

## Informe Técnico

### Preparatoria Participación Vitrina Turística ANATO 2025

La marca "SOMOS LA RUTA NATURAL" cobra fuerza en esta ocasión en la vitrina Turística ANATO y su versión 44, con un stand representativo que resalta y lleva por nombre "EN EL PAIS DE LAS AVES "EL META VUELA ALTO", la cual contará con la participación u acompañamiento de seis expertos en aves de reconocimiento nacional e internacional que conocen el territorio y las especies que se encuentran en cada uno de los recorridos que sugieren los operadores.



Para el proceso de participación el Instituto de Turismo del Meta convoca a través de sus diversas redes sociales a los Prestadores de Servicio Turístico que dentro de su portafolio de productos contuvieran propuestas que exaltarán el aviturismo, en el entendido que para el 2024 el departamento del Meta obtuvo el primer lugar en el *Global Big Day*, un evento mundial de

<sup>1</sup> <https://www.elespectador.com/turismo/vitrina-de-anato-participaran-mas-de-30-paises-y-todos-los-departamentos-de-colombia/>

avistamiento de aves con un total de **1726** especies de aves registradas, ocupando el primer puesto, por encima de Departamentos como Antioquia, Cundinamarca, Cauca, Casanare y Putumayo, entre otros.<sup>2</sup>

### Guía del Expositor

El concepto principal para la versión 44 de la Vitrina Turística ANATO 2025 es el “Aviturismo”, la cual tiene como objetivo promocionar al departamento como un destino turístico a nivel nacional e internacional. El aviturismo, o turismo de observación de aves, ofrece experiencias únicas y educativas que conectan a los visitantes con la biodiversidad local.

Por tal motivo desde el Instituto de Turismo del Meta se diseña una “Guía del Expositor” la cual proporciona la información esencial para garantizar el éxito de los expositores durante el evento, en ella encontrará detalles sobre la organización, horarios, vestimenta, responsabilidades y normas del stand, contribuyendo a ofrecer una experiencia de calidad a los visitantes.

VER ANEXO A



### Introducción Vitrina Turística ANATO

El Instituto de Turismo del Meta logró gestionar con FONTUR un stand de 82.50 metros cuadrados ubicados en el pabellón Pabellón 3, piso 2, stand 431 Corferias, el stand contó con la participación de más de 36 prestadores de servicios turísticos de todo el departamento que se encuentran debidamente formalizados e hicieron parte de la convocatoria organizada a través de sus redes. VER ANEXO B

<https://www.instagram.com/p/DF-nPJku6Mj/?igsh=Z3lkdGlqdGZmb2s1>



<sup>2</sup> <https://meta.gov.co/noticias/el-meta-arrasa-en-el-global-big-day:-obtuvo-el-primer-lugar-en-el-mayor-avistamiento-de-aves-del-pa%C3%ADs/2869#:~:text=Con%20un%20total%20de%20681,Casanare%20y%20Putumayo%2C%20entre%20otros.>

En el Stand tuvo la ambientación representativa de nuestro departamento con el concepto principal de **AVITURISMO**, allí se contó con 12 Counters que serán entregado a los 36 operadores, con una funcionalidad rotativa en donde se recibirán 12 operadores por día, y donde cada operador encontrara su lugar de trabajo, para recibir y atender a los visitantes garantizándoles un espacio cómodo y agradable para el cierre de sus alianzas y negocios comerciales; además contaremos con una pequeña sala de junta en donde se recibirán los invitados especiales.

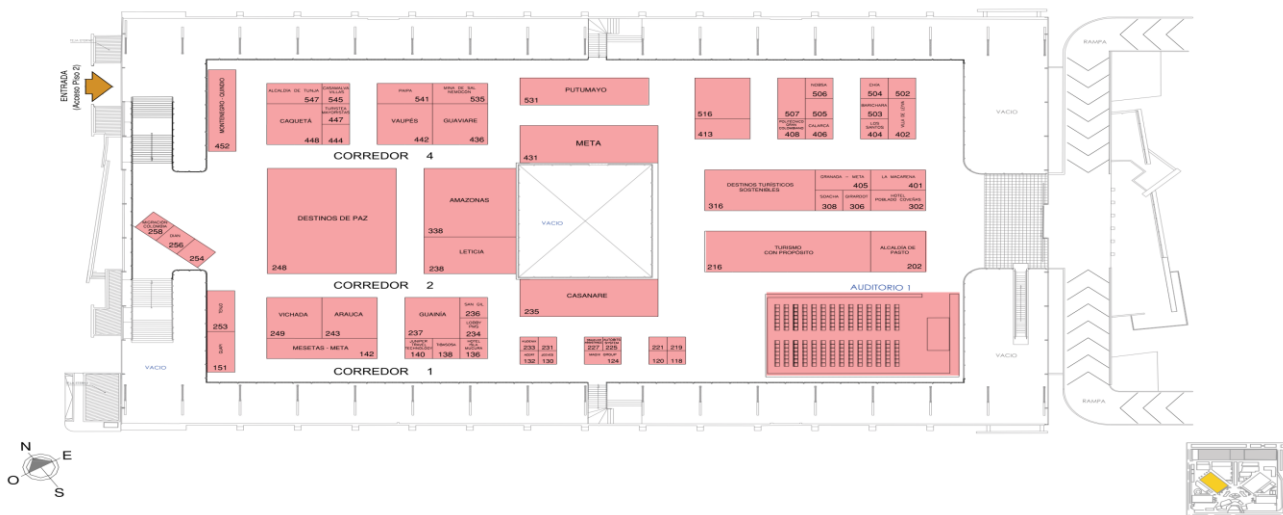


El Stand también cuenta con un área especial, que la hemos denominado Área de Pajareo, en donde nuestros visitantes podrán vivir la experiencia de pajarear a través del hermoso mundo de las aves, allí tendremos permanentemente una de nuestras guías especializadas en pajareo del Bioparque los Ocarros, y una agenda académica con pajareros expertos de la región.

VER ANEXO C

Diseño Estructural – STAND VITRINA TURISTICA ANATO 2025

Para la puesta en escena y funcionamiento del Stand del Departamento del Meta en la vitrina turística Anato 2025, según ubicación se encuentra:



**Nota:** pabellón 3 - nivel 2 stand No. 431 área 15X5, 5M = 82.50 M2 - <https://vitrinatouristica.anato.org/2025/planos/Pabellon-3.pdf>



## Presupuesto Invertido

La participación del departamento del Meta a la vitrina turística ANATO Versión 44, a realizarse en la ciudad de Bogotá los días 26, 27 Y 28 de febrero, se suscribió un contrato a través de la modalidad de selección abreviada de menor cuantía No. SAMC – ITM-006-2025, cuyo objeto contractual es: PRESTACIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS PARA LA AMBIENTACIÓN, DESARROLLO Y PUESTA EN ESCENA DEL STAND DEL DEPARTAMENTO DEL META EN EL MARCO DE LA VITRINA TURÍSTICA ANATO 2025, por la suma de **TRESCIENTOS NOVENTA Y SIETE MILLONES SETECIENTOS CUARENTA Y SIETE MIL PESOS (\$397.747.000) M/CTE**

- MONTAJE DE STAND
- TRANSPORTE OPERADORES
- HOSPEDAJE
- ALIMENTACIÓN
- SOUVENIR
- IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL





## Impacto de la Vitrina Turística ANATO 2025

- ✓ **\$1.016 millones** en oportunidades de negocio para empresarios del Meta dejó la Vitrina Turística ANATO
- ✓ **663** encuentros comerciales se llevaron a cabo con potenciales compradores nacionales e internacionales.
- ✓ **1.720 aprox.** de visitantes al stand *“EN EL PAIS DE LAS AVES “EL META VUELA ALTO”*
- ✓ Jet Smart, Punta Cana y COTELCO, fueron algunos de los aliados estratégicos interesados en hacer negocios en el departamento del Meta.
- ✓ **24 y 25 de abril Convención Nacional del Alojamiento Turístico del Meta** con el desarrollo de “Agenda Académica” y fortalecimiento sectorial en la ciudad de Villavicencio, evento articulado COTELCO y el Gobierno Departamental
- ✓ **36 expositores de la cadena de valor turística del Meta**, entre operadores turísticos de los sectores hotelería rural y urbana, gastronomía, avistamiento de aves,
- ✓ Concertación de mesas técnicas en conjunto con el Viceministerio para la presentación de proyecto de infraestructura del Parque los Ocarros y la Creación del Laboratorio para el Avistamiento de Aves
- ✓ Acuerdo de Memorando de Entendimiento entre la Piedra de Peñol y Merecure



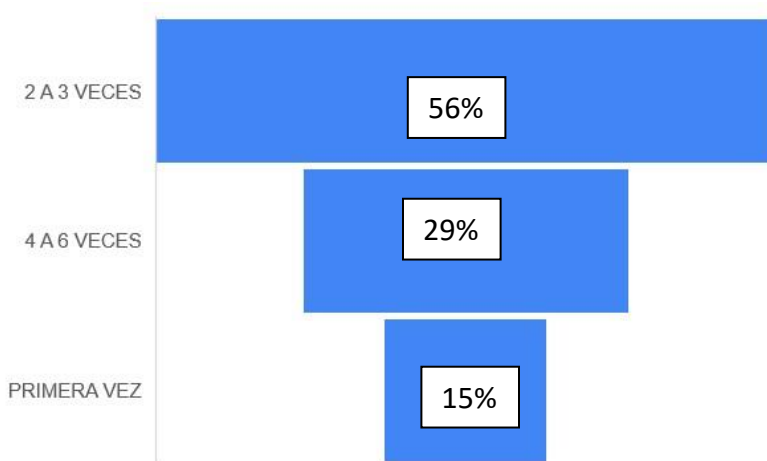


La mayor parte de nuestros expositores representan el sector de Operadores Turísticos, seguido de los que dentro de su portafolio se caracterizan por el avistamiento de aves, el hospedaje rural/ urbano y hotelería.

#### Caracterización de participación de los Expositores

En este segmento se preguntó a los expositores cuantas veces han participado de este escenario reconocido como la vitrina turística más grande de Colombia. Se descubrió que el 56% de 2 a 3 veces, el 29% de 4 a 6 veces y el 15% primera vez.

Figura 3. Cantidad de veces de participación



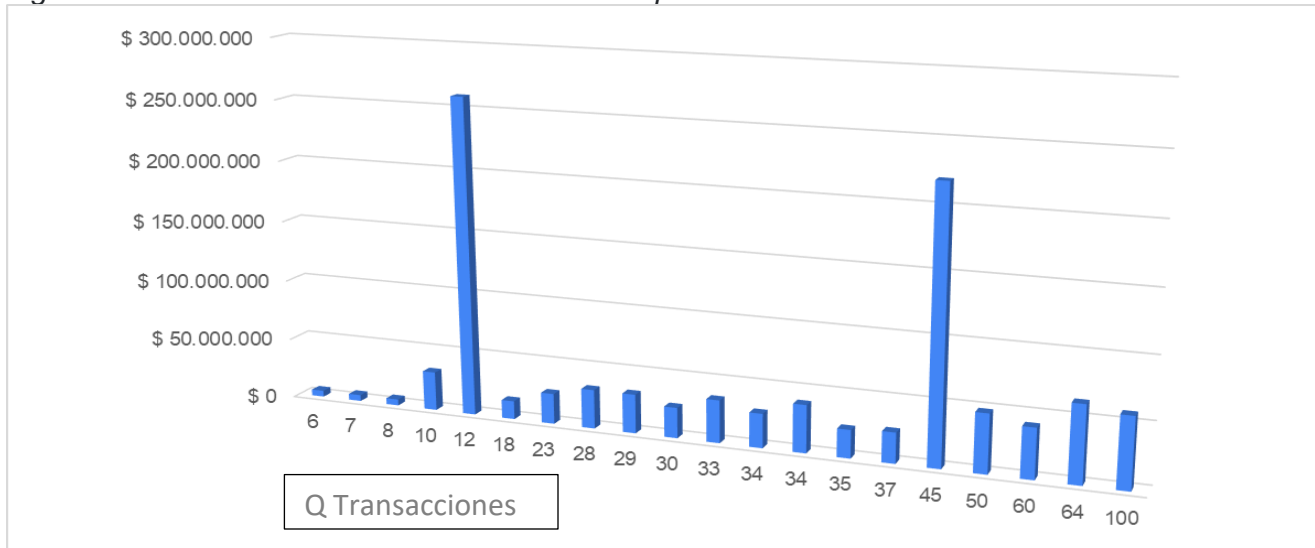
Fuente: Elaboración Propia

#### Cantidad de alianzas u Transacciones frente al Impacto Económico

De las **663** Transacciones u Alianza Comerciales” generadas durante el evento ANATO en los 3 días para los 36 expositores según lo consultado, estas reportaron un valor comercial de **\$1016 millones** para desarrollarse durante la vigencia, oscilando un promedio de los \$29millones



Figura 4. Cantidad alianzas u transacciones vs Impacto Económico



Fuente: Elaboración Propia

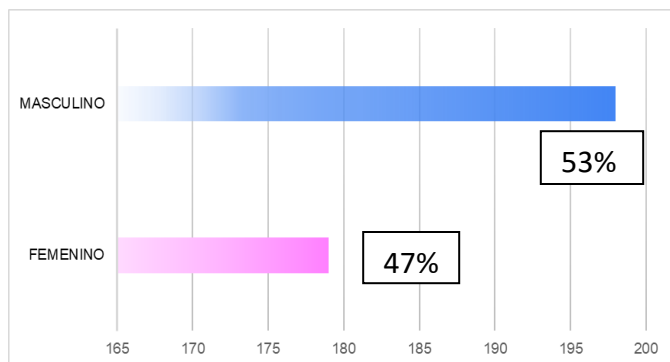
## VISITANTES AL STAND

Para el Instituto de Turismo del Meta es fundamental contar con la percepción de los *visitantes* al stand “EN EL PAIS DE LAS AVES “EL META VUELA ALTO”; lo cual nos permitirán identificar las necesidades, oferta y demanda turísticas en el Meta, así mismo promover y dinamizar las 5 rutas turísticas: Sierra la Macarena, Piedemonte Llanero, Amanecer Llanero, Embrujo Llanero y Villavicencio; ricas en el producto bandera y de reconocimiento nacional e internacional del *Global Big Day*; por lo anterior se establece una serie de **377** encuestas a los “Visitantes” durante los días 26,27 y 28 a los **1720** visitantes aprox. que frecuentaron el stand.

### Perfil sociodemográfico de los Visitantes

Respecto al género de los visitantes la mayor representación estuvo a cargo del género masculino con un 53% y las mujeres con un 47%; en cuanto a la edad de los visitantes el rango de mayor representación se ubica entre los 35 – 54 años con un 54%, seguido de los 18 a 34 años con un 28%, 55 años o más con un 17% y menor de 18 años un 1%

Figura 5. Infografía, Género



Fuente: Elaboración Propia

Figura 6. Infografía, Edad



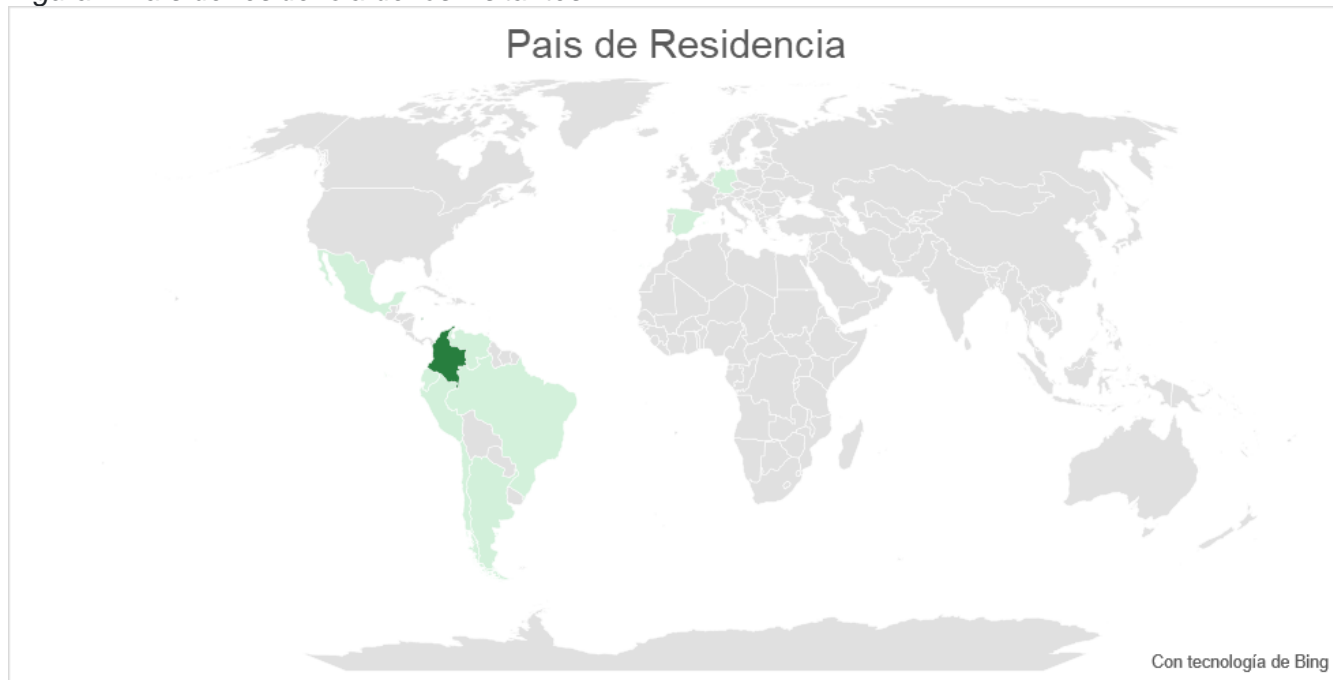
Fuente: Elaboración Propia

Indicadores de caracterización de visitantes y viajes

País de residencia de visitantes

En relación con los visitantes extranjeros, es relevante subrayar que, durante el período de referencia, el 94.2% de los entrevistados son turistas nacionales, residentes en departamentos de Colombia, el 1% corresponden a Argentina y el 4.8% restante se distribuye entre visitantes de Alemania, Brasil, Chile, Ecuador, España, México, Perú, Quito, Venezuela.

Figura7. País de residencia de los visitantes

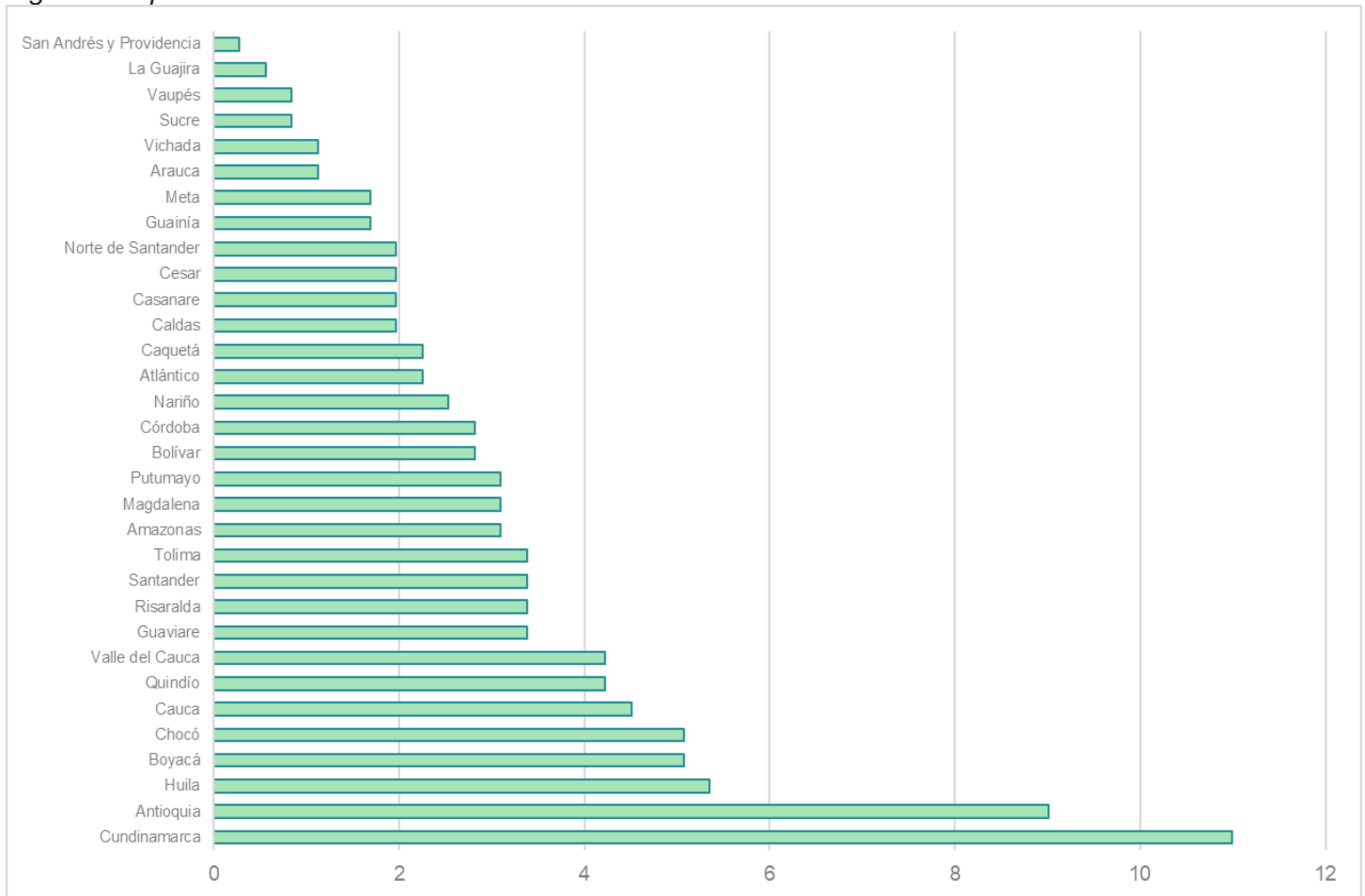


Fuente: Elaboración Propia

Departamento de residencia de visitantes

En el análisis del departamento de residencia de los visitantes al stand para el periodo contemplado en esta medición, se destacan Cundinamarca con un 11%, Antioquia con un 9% del total; seguido por Huila, Boyacá, Chocó, Cauca con un 5% cada uno, Quindío, Valle del Cauca con un 4% cada uno, Guaviare, Risaralda, Santander, Tolima, Amazonas, Magdalena, Putumayo, Bolívar, Córdoba, Nariño cada uno con un 3%. Los departamentos de Atlántico, Caquetá, Caldas, Casanare, Cesar, Norte de Santander, Guainía y Meta con un 2% cada uno. El 5% restante se distribuye entre los departamentos de Arauca, Vichada, Sucre, Vaupés, La Guajira, San Andrés y Providencia. Se puede determinar que contamos con la participación de visitantes de toda Colombia.

*Figura8. Departamento de residencia de los visitantes*

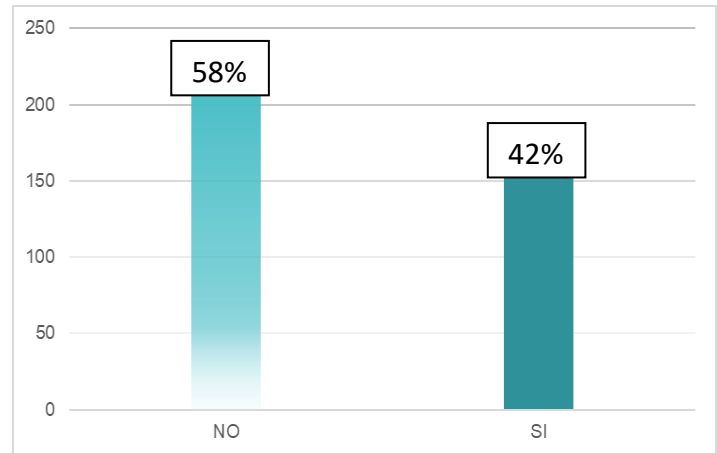


Fuente: Elaboración Propia



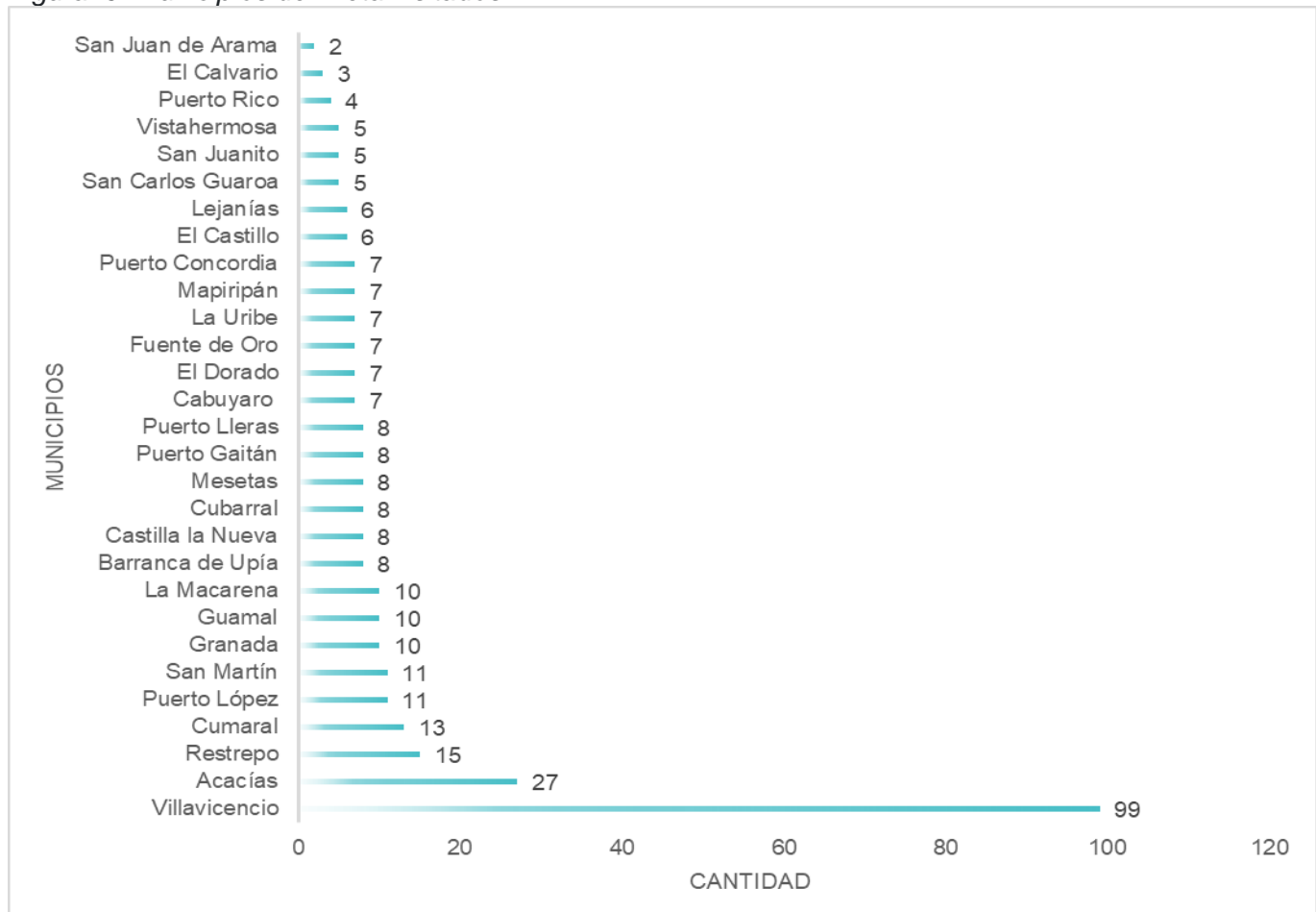
Identificar dentro del grupo de visitantes al stand, quienes han visitado u quienes no han visitado al departamento del Meta nos permite desarrollar estrategias de marketing. Esta pregunta arrojó el siguiente resultado nos muestra que el 58% no lo han visitado y el 42% si han visitado algún municipio del departamento.

Fuente: Elaboración Propia



### Municipios Frecuentados por los Visitantes

Figura10. Municipios del Meta visitados



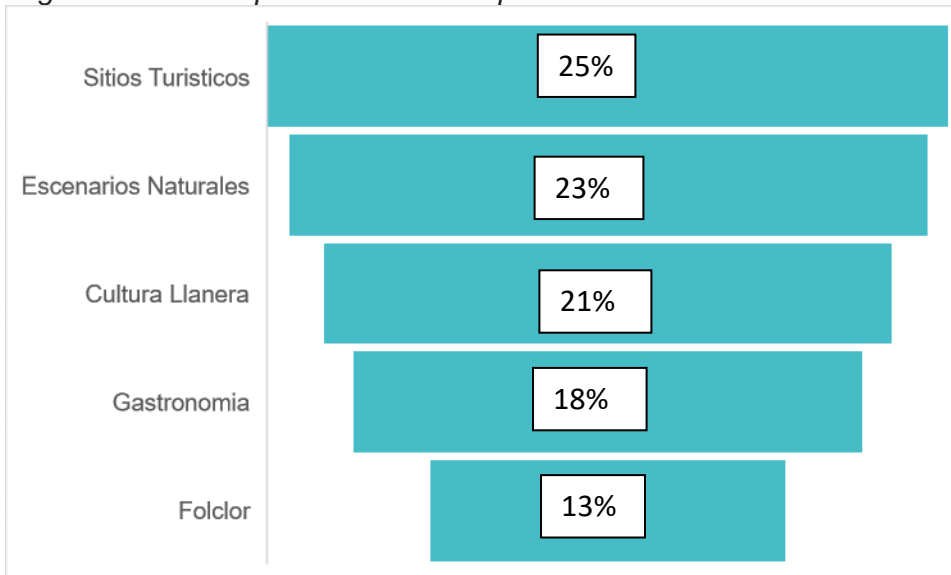
Fuente: Elaboración Propia

Al Identificar dentro de los 42% de los visitantes que conocen alguno de los municipios del Meta el resultado nos muestra que Villavicencio es uno de los municipios que la mayoría conocen con un 62.3%, seguido de Acacias con 17%, luego Restrepo con 9.4%, Cumaral 8.2%, San Martín y Puerto López con un 6.9% cada uno, entre el rango del 6.3% tenemos Granada, Guamal, La Macarena, cada uno; los municipios de Barranca de Upiá, Castilla la Nueva, Cubarral, Mesetas, Puerto Gaitán, cada uno con 5%, entre la franja del 4.4% tenemos Cabuyaro, El Dorado, Fuentedeoro, Uribe, Mapiripán, Puerto Concordia, Uribe, Mapiripán, los demás municipios con menor incidencia entre el 3.8% y el 1.3%

### Tipo de Turismo de los Visitantes

En lo referente a los motivos de conocer el departamento del Meta para los 377 encuestados tenemos que un 25% le gustaría conocer los Sitios Turísticos del Meta, un 23% los Escenarios Naturales, el 21% la Cultura Llanera, el 18% la Gastronomía, y el 13% el Folclor.

*Figura 11. Motivos para conocer el departamento del Meta*



Fuente: Elaboración Propia

Ficha Técnica

<b>POBLACIÓN OBJETO</b>	HOMBRES Y MUJERES QUE VISITAN EL STAND DEL DEPARTAMENTO DEL META DESDE OTROS DEPARTAMENTOS A NIVEL NACIONAL O DESDE EL EXTERIOR
<b>TÉCNICA</b>	ENTREVISTA CARA A CARA PARA TURISTAS QUE VISITAN EL STAND DEL DEPARTAMENTO DEL META DESDE OTROS DEPARTAMENTOS O EL EXTERIOR
<b>LUGAR DE LA ENCUESTA</b>	BOGOTÁ, CORFERIAS , ANATO
<b>TOTAL DE LA MUESTRA</b>	377 VISITANTES
<b>MOMENTO ESTADÍSTICO</b>	ENTRE EL 26 AL 28 DE FEBRERO
<b>DISEÑO MUESTRAL</b>	MUESTREO ALEATORIO SIMPLE
<b>MARGEN DE ERROR ESPERADO</b>	ERROR ESTÁNDAR DE 5%
<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>	95%
<b>TEMA AL QUE SE REFIERE</b>	DESTINOS, ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE PREFERENCIA, MOVIMIENTOS INTERNOS EN EL DEPARTAMENTO DEL META

SITUR- ITM, ANATO 2025



## ANEXO A. Guia del Expositor

**Feb.**  
**26, 27, 28**

**VITRINA TURÍSTICA META Meta**

**44ª Vitrina Turística ANATO 2025**

**Abellón 3, piso 2, stand 431 Corferias, Bogotá DC**  
Horario de atención 8:00 a.m. a 7:30 p.m.  
Importante: Cumplir con los horarios garantiza una atención continua y profesional a los visitantes.

**ITINERARIO DE DESPLAZAMIENTO**

**DÍA 1 - Miércoles, 26 de febrero de 2025**  
**4:00 a.m.** Salida de Villavicencio  
Plaza Los Libertadores - Gobernación del Meta  
• Desayuno: Durante el recorrido  
• Llegada: Corferias, Bogotá  
• Ingreso y jornada de trabajo  
• Almuerzo: Horario libre  
**7:30 p.m.** Salida de Bogotá hacia Villavicencio

**DÍA 2 - Jueves, 27 de febrero de 2025**  
**4:00 a.m.** Salida de Villavicencio  
• Desayuno: Durante el recorrido  
• Llegada: Corferias, Bogotá  
• Ingreso y jornada de trabajo  
• Almuerzo: Horario libre  
**7:30 p.m.** Salida de Bogotá hacia Villavicencio

**DÍA 3 - Viernes, 28 de febrero de 2025**  
**4:00 a.m.** Salida de Villavicencio  
• Desayuno: Durante el recorrido  
• Llegada: Corferias, Bogotá  
• Ingreso y jornada de trabajo  
• Almuerzo: Horario libre  
**7:30 p.m.** Salida de Bogotá hacia Villavicencio

**CÓDIGO DE VESTIMENTA**

Para mantener una imagen uniforme y profesional, cada expositor deberá portar:

- Camisa formal: Cuello clásico, color blanco.
- Jean: Azul, sin roturas.
- Calzado: Zapatos tipo tenis, blancos o negros.
- Complementos: Chaqueta tipo blazer y sombrero proporcionado por el Instituto de Turismo del Meta.

**NORMAS DE ORDEN Y LIMPIEZA DEL STAND**

- Mantener el stand limpio y ordenado en todo momento.
- Un espacio limpio refleja el compromiso del Meta con la calidad turística.
- Cada expositor será responsable del aseo y organización de su espacio asignado.

**OBJETOS PERSONALES**

- Cada expositor debe hacerse cargo de sus objetos personales.
- Se recomienda traer solo los artículos estrictamente necesarios.
- El Instituto de Turismo del Meta no se hace responsable por pérdidas o daños.

**HERRAMIENTAS DE TRABAJO DISPONIBLES EN EL STAND**

- Mesa de exhibición: Para muestras y material informativo.
- Sillas: Para comodidad del personal y visitantes.
- Identificación: Nombre de la empresa u operador turístico visible.
- Sistema de registro: Para captar datos de los visitantes interesados.

**HERRAMIENTAS DE TRABAJO PERSONALES**

Cada expositor debe traer sus propios materiales de promoción:

- Folletos, brochures y tarjetas de presentación.
- Debido a que no disponemos de conexión eléctrica en cada puesto de trabajo, agradecemos su comprensión y les recomendamos utilizar dispositivos como tablets, iPads o teléfonos móviles para sus actividades.
- Se recomienda mantener el área libre de objetos innecesarios para facilitar el tránsito y la interacción con los visitantes.

**VITRINA TURÍSTICA META Meta**

**RESPONSABILIDADES DEL EXPOSITOR**

- **Colaboración:** Mantener un ambiente de trabajo positivo y cooperativo.
- **Respeto al espacio:** Mantener limpio el espacio asignado y respetar los límites del stand.
- **Comunicación:** Informar cualquier ausencia o cambio en el horario que pueda afectar la atención del stand.
- **Promoción conjunta:** Coordinar esfuerzos para atraer más visitantes.
- **Atención al cliente:** Brindar un servicio excepcional, para los visitantes y los compañeros.
- **Cumplimiento de normas:** Respetar las directrices del Instituto de Turismo del Meta.
- **Participación activa:** Apoyar las actividades del stand y las demostraciones.
- **Reporte de incidencias:** Informar cualquier inconveniente de manera inmediata.

**ACTIVIDADES DENTRO DEL STAND**

- El stand funcionará de 8:00 a.m. a 7:30 p.m.
- Los expositores deben permanecer en su espacio asignado, excepto para breves descansos, almuerzos o visitas al baño.
- Está disponible una sala de juntas para reuniones de trabajo o cierre de negocios. El uso de esta sala

**VITRINA TURÍSTICA META Meta**

requiere agendamiento previo con la persona encargada.

#### CUMPLIMIENTO Y SANCIONES

- El cumplimiento de las normas y horarios establecidos es obligatorio.
- La falta de cumplimiento podría afectar la participación en futuros eventos organizados por el Instituto de Turismo del Meta.

El Instituto de Turismo del Meta agradece la participación y compromiso de cada expositor. Su presencia contribuye al desarrollo socioeconómico del departamento y fortalece su posicionamiento como destino turístico de excelencia.

juntos lograremos que el mundo descubra  
la riqueza natural y cultural del Meta!



<b>EXPOSITORES DEPARTAMENTO DEL META</b>		
<b>DIA MIERCOLES 26 DE FEBRERO</b>	<b>DIA JUEVES 27 DE FEBRERO</b>	<b>DIA VIERNES 28 DE FEBRERO</b>
JHON FREDY MORA CAÑO CRISTALES AVENTURA TOURS	JAISON STEVEN RIAÑO-MI FUNDO	INGRID HASBLEIDY RODRIGUEZ- HRS RODRIGUEZ
CRISTIAN CUBURUCO- EXPEDICION GAITAN	DIANA CRISTINA OSPINA- MARAVILLAS DEL GUEJAR	ALEJANDRA MADAGLIA- GAIA TOURS COLOMBIA
SUSANA VASQUEZ - COLOMBIA XTREME ADVENTURE	OSCAR CARDENAS- RESERVA DEL SOL	CARLOS ALBERTO GONZALEZ- LA MINCHA
WILSON BARRERA- PARQUE TEMATICO MEREURE	LUIS ENRIQUE LEYVA- HOTEL SAN MANUEL	JUAN CAMILO CAICEDO -LAGUNAS ADVENTURE
ALBA HERRERA -BIRDING TOUR	EDWIN JAIR FLOREZ- BORDING CLUB	RICARDO FAJARDO- CORPORQUIDEA
ANGIE MARCELA QUEVEDO-VIAJES Y AVENTURAS LC	SANTIAGO MILLAN-FINCA LAS COQUETAS	MARILUZ ROJAS- MECA DEL TURISMO
LEONARDO FABIO CASTRO-VIAJES Y AVENTURAS LC.	GEOVANNY ALFONSO- BACO ADVENTURES	MANUEL PEREZ-HOTEL DEL LLANO
MARIA CAMILA BAQUERO - CLUB VILLAVISTAR	RUDECINDO MORENO- CONFETUR	WILSON BARRERA- PARQUE TEMATICO MEREURE
DIANA MARIA OSORIO- COTELCO-META	ROSALBA MALAVER-CLUB VILLAVISTAR	JENNY BELTRAN-CLUB VILLAVISTAR
PAULA VALLEJO-GRANJA LA FLORESTA	ANGELICA GUTIERREZ- BARRANCA TOURS	ANNYI VARGAS-CLUB VILLAVISTAR
BIOPARQUE LOS OCARROS	BIOPARQUE LOS OCARROS	BIOPARQUE LOS OCARROS
KAROL FONSECA-IXORA	HENRY QUEVEDO- ECOTURISMO LA MACARENA	LUIS ERAZO-AVES META

ANEXO C.

AGENDA ACADEMICA AVITURISMO ANATO				
DIA	TEMA	HORARIO	TIEMPO	NOMBRE
MIERCOLES 26 FEB	AGUILA HARPIA	10:30 am a 11:10	40 minutos	JHON CASTAÑEDA
	De aves y bosques "Los tesoros escondidos del Calvario".	12:00 md a 12:40	40 minutos	JAISON RIAÑO
JUEVES 27 FEB	Sistemas agroforestales en región Orino-amazónica como estrategia para la conservación de las aves como estrategia para el aviturismo.	10:30 am a 11:10	40 minutos	SANTIAGO MILLAN
	La Macarena abre sus alas.	12:00 md a 12:40	40 minutos	MARIO ABAUNZA
	AVES Y PRIMATES	4:00pm a 4:40pm	40 minutos	ALEX RAYO
VIERNES 28 FEB	La fotografía puede ser una herramienta poderosa para comprender y proteger el medio ambiente "Aves del Meta"	10:30 am a 11:10	40 minutos	CIELO MILLAN
	Aviturismo en el departamento de Meta.	12:00 md a 12:40	40 minutos	LUIS ANTONIO ERAZO/LIZETH VARGAS
	<b>BIOPARQUE LOS OCARROS</b>	4:00pm a 4:40pm	40 minutos	DALIA QUEVEDO