

PLAN DE REACTIVACIÓN

2020 - 2021



Villavicencio
CAMBIA CONTIGO



GOBIERNO MUNICIPAL

Juan Felipe Harman Ortíz	Alcalde Municipio de Villavicencio
Camilo Gutiérrez Baquero	Secretario de Competitividad y Desarrollo
Diego Villa	Director de Fomento y Desarrollo Empresarial
Pilar Quevedo	Directora De Desarrollo Rural
David Mora	Asesor de Despacho

CONTRATISTAS

Sebastián Leal	Contratista
Johana Moreno	Contratista
Kelly Silva	Contratista
Julieta Roa	Contratista
Sergio Cardozo	Contratista
Cristian Ramírez	Contratista
Cristian Gómez	Contratista
Julio Libreros	Contratista
Omar González	Contratista
Sandra Guzmán	Contratista
Nicolás Barrios	Contratista
Orlando Gómez	Contratista
John Betancourt	Contratista

DELEGADOS DE LA MERUM – MESA DE RECTORES DEL META

Arllenis Agudelo
Miguel Riveros
Giovanny Hernandez
Manuel Herrera
William García
Alba Rojas
Luis Duarte
Michele Olaya
Jorge Ladino

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA UNIPANAMERICANA
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA UNIPANAMERICANA
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA UNIPANAMERICANA

COMITÉ GREMIAL LOCAL

Cesar Díaz
Clara Serrano
Duperly Martínez
Edgar Castro
Eudoro Álvarez
Gustavo Villamor
Hernando Coy
Joaquín Díaz
Miller Ortiz
Rosalía Sáenz
Rubi Acosta
Anderson Meta

AGROTODD
ASORINOQUIA
MERCAORINOQUIA
PRODUCTOS INDACAROL
AGAMETA
ASIAL
GANADEROS
LLANOABASTOS
FEDEARROZ
ANUC VILLAVICENCIO
AVIMETA
ATUVI

Catalina Niño	COTELCO
Diana Álvarez	COTELCO
Didier Gómez	COMERCIO
Ebelardo López	ASOBIVIL
Francisco Andrade	ANDI
Jesús Benavides	ASOASADEROS
Jorge Arango	FENALCO
Jorge Ego	UNIÓN SOCIAL DE VENDEDORES INFORMALES
Leila Marulanda	CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO - CCV
Marina Miranda	ASMEVILL
Omar Gómez	ASOBARES
Paola Trujillo	Pres. Ejec. CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO - CCV
Raúl Páez	ASOBARES
Sharito Ramírez	ACODRES
Diana Camacho	CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO - CCV
América Rey	CORCULLA
Dagoberto Rodríguez	BELLEZA
Francisco Cortes	ASOARMETA
Lola Pacheco	CULTURA
Wild Hernández	ASOBELLEZA
Omar Puerto	COMERCIO CENTRO
Germán González	ALMACENES EXITO
Jesús Alarcón	ALKOSTO
Jose Salinas	CARULLA
Diana Rubio	UNICENTRO
Jair Carvajal	ATUVI
Camilo Guevara	ASOPROTELLANOS
Darío Camargo	TEECOSOL
Emerson Durán	ORINOCO TICS
Juvenal Bonilla	LIDER TAXISTAS
Laura Salazar	PARQUESOFT META
Nelson Méndez	ASOPROTELLANOS
Ányelo Martínez	CIM
Sandra Celis	CAMACOL
Alberto Cárdenas	UGTI-CUT
Anderson Pardo	VINCELL
Eduardo Parra	VINCELL
Orlando Agudelo	CONFECOOP LLANOS
Leonor Rodríguez	ASOLIBERTADORES
Lorena Rey	Lider Informales e independientes
Luis Espitia	ASOTIN
Marly Carvajal	ASOTIN
Rafael Ralvena	ASOPROMET
Alejandro Gartner	MERUM
Cesar Pérez	MERUM

Tabla de Contenido

Tabla de Contenido	3
Introducción	4
Evolución de la Pandemia por Covid-19	6
Panorama mundial.	6
Situación en Colombia	7
Situación en el Departamento del Meta	8
Situación en el Municipio de Villavicencio	9
Comité Gremial Local para la Reactivación Económica y Social del Municipio de Villavicencio	10
Panorama Económico y Social del Municipio de Villavicencio	12
Resultados de la Encuesta de Diagnóstico Empresarial para la Reactivación Económica de Villavicencio	43
Propuestas de los Gremios y Asociaciones:	52
Matriz Plan de Acción para la Reactivación Económica y Social del Municipio de Villavicencio	59
Impacto Esperado de la Implementación del Plan	74

Introducción

En Villavicencio, ciudad capital del Meta, vive más del 50% de los habitantes del departamento, pero su aporte al valor agregado del mismo de acuerdo con el DANE 2018, es solo del 23,5% mientras Puerto Gaitán, municipio con el 4% de los habitantes aporta el 27,7% y Acacias con el 8,5% de los habitantes aporta el 15%. Estos resultados se explican debido a la estructura productiva de cada municipio. La capital del departamento depende en gran medida de las actividades económicas terciarias que por característica propia genera muy poco valor agregado ya que se sostiene de transacciones simples, mientras en los otros dos municipios, su aporte se explica debido a las actividades económicas primarias, pero en el sector minero energético el cual tiene como característica ser intensivo en capital y genera enclaves económicos donde todo el resto de la economía depende de este sector.

En ambos casos se ha renunciado a la transformación productiva que genera valor agregado y empleo de calidad, esto como resultado del modelo económico que se ha orientado desde los gobiernos nacionales hacia los llanos orientales, basado en la explotación minero-energética y los servicios como el comercio y el turismo, mientras se marchita el aparato productivo en los sectores agropecuarios, agroindustriales, construcción e industria. Lo anterior, ha contado con la venia de los gobiernos locales de turno afectando la calidad de vida de los llaneros, pero de forma especial a los villavicenses como lo evidencia el PIB per cápita del municipio que es muy inferior al departamental y a la media nacional.

Además de su frágil estructura productiva, en 2019 Villavicencio fue una de las ciudades con mayores dificultades a nivel económico al verse parcialmente aislada del resto del país por 93 días consecutivos debido al cierre constante de la vía principal de comunicación con Bogotá. En este contexto, la ciudad tuvo enormes pérdidas económicas y quiebra muchas empresas lo cual generó un aumento de la tasa de desempleo entre 2018 a 2019 de 1,1 puntos porcentuales (pp), con una tasa de desempleo de 13% a 2019 por encima del promedio nacional.

El año 2020 inicia con un desafío aún mayor a nivel socioeconómico ocasionado por el impacto de la crisis sanitaria del COVID-19 que estancó la economía mundial y nacional, pero que sin duda golpea de forma diferente a cada territorio.

Con el objetivo de observar el impacto generado por el COVID-19, se analiza el comportamiento de los diferentes indicadores del mercado laboral durante el primer semestre del año 2020 y la variación entre el mes de febrero y junio en las principales características del mercado laboral de la ciudad de Villavicencio (se consideran estos meses teniendo en cuenta el mes anterior al surgimiento del COVID-19 y el mes posterior a las primeras medidas de reactivación económica en el municipio) teniendo claro que los problemas socioeconómicos vienen de antes pero que, la crisis generada por la pandemia lo que hizo fue acelerar y

evidenciar la debilidad productiva y con ello, la precaria situación laboral de la ciudad.

Además, se levantó información directa de los distintos sectores económicos del municipio para evidenciar de primera mano las dificultades que han vivido durante el transcurso de la pandemia y recoger también las propuestas que estos tienen con miras a reactivar la economía en el menor tiempo posible, recuperar los empleos perdidos en el marco de fortalecer la estructura productiva actual e iniciar un proceso de generación de nuevos empleos apuntando al surgimiento de nuevos sectores económicos como la construcción, la industria manufacturera y creativa, el sector agropecuario y agroindustrial

Lo anterior, con el fin de definir una ruta clara para el Plan de Reactivación Económica y Social "Villavicencio Con Toda".

Evolución de la Pandemia por Covid-19

Panorama mundial¹

La reciente aparición del COVID-19 significa que la comprensión de los patrones de transmisión, la gravedad, las características clínicas y los factores de riesgo de infección sigue siendo reducida, ya sea entre la población general, entre el personal médico o en el entorno familiar o en otros ambientes "cerrados". Por lo tanto, los estudios para evaluar las características epidemiológicas y clínicas de los casos en diferentes contextos resultan esenciales para profundizar y comprender mejor este virus y la enfermedad que se le asocia. También proporcionarán la información fiable necesaria para ajustar los parámetros que se integrarán en los modelos de pronóstico.

La comunidad mundial de salud pública ha reconocido la necesidad de desarrollar investigaciones estandarizadas y recopilación de datos después de las epidemias de gripe aviar altamente patógena H5N1 y durante la gripe pandémica H1N1 de 2009. Desde 2011, dos redes internacionales y bien representadas (ISARIC1 y CONSISE2) trabajan para la estandarización de los métodos clínicos, epidemiológicos y de laboratorio que se utilizarán en caso de epidemia. El Grupo de trabajo de expertos de la Organización Mundial de la Salud - OMS sobre investigaciones y estudios especiales sobre la gripe pandémica ha desarrollado varios protocolos estándar para la gripe pandémica. La OMS ha desarrollado protocolos similares en colaboración con socios técnicos para el coronavirus del Síndrome Respiratorio del Medio Oriente (SMRO-CoV).

Cronología de la respuesta de la OMS a la COVID-19

La presente cronología reemplaza las actualizaciones más recientes de la OMS y la Cronología de la actuación de la OMS, publicada en abril de 2020. No aspira a ser exhaustiva ni recoge los pormenores de todos y cada uno de los eventos o actividades de la OMS.

Al 29 de julio de 2020, han tenido lugar los siguientes eventos y actividades en relación con la COVID-19:

- El Director General y el Director Ejecutivo del Programa de Emergencias Sanitarias de la OMS celebraron 83 ruedas de prensa. Las alocuciones preliminares, transcripciones, vídeos y grabaciones sonoras del Director General para las ruedas de prensa pueden consultarse en línea.
- Se han celebrado 23 sesiones de información para los Estados Miembros.
- La OMS convoca a redes internacionales de expertos para tratar temas como la gestión clínica, los laboratorios y la virología, la prevención y control de

¹ https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/200223-early-investigations-one-pager-v2-spanish.pdf?sfvrsn=8aa0856_14

infecciones, la generación de modelos matemáticos, la seroepidemiología, y la investigación y desarrollo de pruebas diagnósticas, tratamientos y vacunas. Estas redes, que han mantenido teleconferencias frecuentes desde principios de enero, están integradas por miles de científicos y profesionales de la medicina y la salud pública de todo el mundo.

- Se han registrado más de 4 millones de inscripciones en los cursos de la plataforma OpenWHO. Incluye capacitación gratuita sobre 15 temas diferentes traducidos a 38 idiomas en apoyo de la respuesta al coronavirus, con un total de 115 cursos sobre la COVID-19.
- En el panorama sobre las vacunas candidatas contra la COVID-19 se incluyen 25 vacunas candidatas en fase de evaluación clínica y 139 en fase de evaluación preclínica.
- El Grupo Consultivo Estratégico y Técnico sobre Peligros Infecciosos (STAG-IH) se ha reunido en 35 ocasiones. Este Grupo Consultivo ofrece asesoramiento y análisis independientes al Programa de Emergencias Sanitarias de la OMS sobre los peligros infecciosos que pueden constituir una amenaza para la seguridad sanitaria mundial.

Todos los eventos siguientes están en el huso horario de Ginebra (Suiza) (horario centroeuropeo/horario centroeuropeo de verano). Obsérvese que las fechas que se indican para los documentos son aquellas en que se finalizaron y quedaron registrados. ²

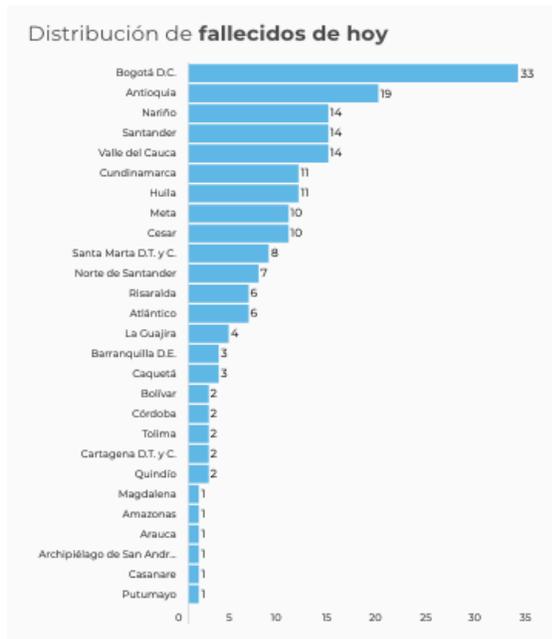
Situación en Colombia



Fuente: MINSALUD- Instituto Nacional de Salud³

² <https://www.who.int/es/news-room/detail/29-06-2020-covidtimeline>- Organización Mundial de la Salud, Actualización julio 31;OMS 2020-.

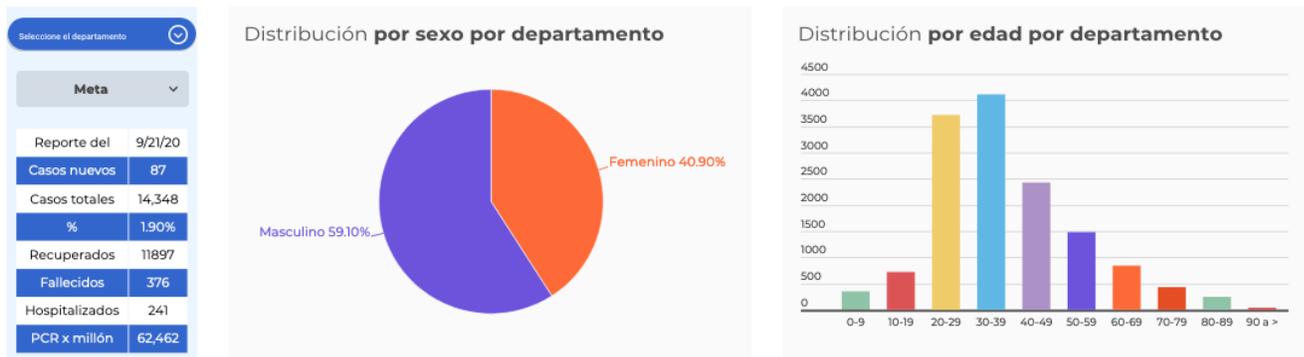
³ <https://www.ins.gov.co/Noticias/Paginas/Coronavirus.aspx> - Instituto Nacional de Salud- Ministerio de la Salud Reporte 21-09-2020 9:00pm



Fuente: MINSALUD- Instituto Nacional de Salud⁴

Análisis. La más alta concentración de fallecidos en Colombia, se encuentra en las ciudades de Bogotá y Antioquia con 33 y 19 respectivamente, 14 fallecidos en cada uno de los departamentos de Nariño, Santander y Valle del Cauca, descendiendo la cifra de fallecidos desde 11 hasta 1 entre los demás departamentos con afectación COVID 19. A nivel nacional la mayor concentración de afectación por edad se encuentra en el rango entre 40- 50 años.

Situación en el Departamento del Meta



Fuente: MINSALUD- Instituto Nacional de Salud⁵

⁴ <https://www.ins.gov.co/Noticias/Paginas/Coronavirus.aspx> - Instituto Nacional de Salud- Ministerio de la Salud Reporte 21-09-2020 9:00pm

⁵ <https://www.ins.gov.co/Noticias/Paginas/coronavirus-departamento.aspx> - Instituto Nacional de Salud- Ministerio de la Salud Reporte 21-09-2020 9:00pm

Para el departamento del Meta se reportan 87 casos nuevos para un total de 14348, 11897 recuperados y 376 fallecidos, 241 hospitalizados. Distribución por sexo en Masculino 59,1% y femenino 40.9%, con un promedio de afectación por edad en mayor concentración entre los 20 a 40 años.

Situación en el Municipio de Villavicencio

En el municipio de Villavicencio se observa que las medidas preventivas han generado un buen efecto en la sociedad. Se evidencia que el comportamiento de autocuidado en la población disminuye los efectos negativos del crecimiento y se mantiene como un municipio de baja afectación, así el siguiente comparativo que expresa el Ministerio de Salud - MINSALUD.

Casos Confirmados Colombia	Casos Confirmados Municipio	Recuperados Colombia	Fallecidos Colombia
770435	11346	640900	24021
		Recuperados Municipio	Fallecidos Municipio
		9652	268



Fuente: MINSALUD- Instituto Nacional de Salud⁶

Según el reporte oficial del Instituto Nacional de Salud, indica que del reporte nacional, 11.346 casos confirmados están en la ciudad de Villavicencio, representando ello el 1.47% del total que es de 770.435 casos. Porcentaje de recuperación del 85.07% y letalidad en el municipio del 2,36%.

⁶ <https://www.ins.gov.co/Noticias/Paginas/coronavirus-filtro.aspx>



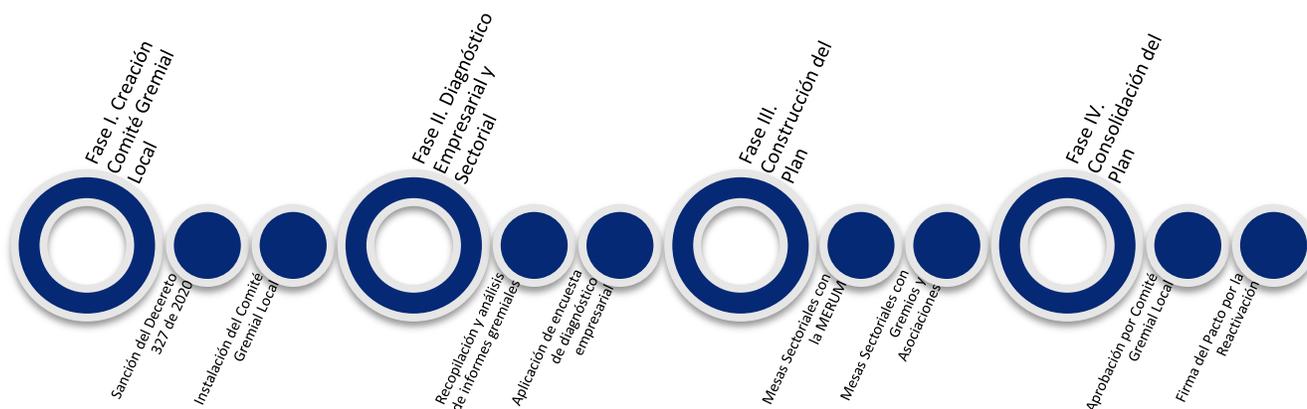
Fuente: MINSALUD- Instituto Nacional de Salud⁷

El Ministerio de Salud expresa que la afectación por sexo tiene su concentración en el masculino con un 57.39%, mientras que la población femenina está representada en un 42,61%, que corresponden en promedio a 7 mil y 5 mil personas respectivamente. Afectación por edades entre 20 y 40 años, atención de casos activos del 9.21% en hospital y del 90,44% en casa.

Comité Gremial Local para la Reactivación Económica y Social del Municipio de Villavicencio

Teniendo en cuenta la crítica situación económica que vive el municipio de Villavicencio como consecuencia del aislamiento preventivo obligatorio, que generó el cierre de cientos de establecimientos comerciales y la pérdida de más de 58.000 empleos de acuerdo al periodo analizado, el alcalde municipal, Juan Felipe Harman Ortiz, crea mediante Decreto 327 de 2020 el Comité Gremial Local para la Reactivación Económica y Social del Municipio de Villavicencio, como un espacio de diálogo, concertación y articulación interinstitucional entre la Universidad, Empresa y Estado, que permita generar sinergias entorno a la reactivación económica y el mejoramiento de la calidad de vida de todos los villavicenses.

⁷ <https://www.ins.gov.co/Noticias/Paginas/coronavirus-filtro.aspx>



El Plan de Reactivación Económica y Social del Municipio de Villavicencio se construyó en cuatro (4) fases;

Fase I. Creación del Comité Gremial Local. Una vez sancionado el decreto municipal a través del cual se crea el Comité Gremial Local, se convoca a los miembros de este, logrando la participación de más de 40 asociaciones y agremiación que hacen presencia en el Municipio de Villavicencio, así como la participación de la Mesa de Rectores y Directores de Instituciones de Educación Superior del Meta – MERUM.

Fase II. Diagnósticos Empresariales y Sectoriales. Se diseña un instrumento de diagnóstico empresarial que permite conocer el efecto de la pandemia por Covid-19 en el tejido empresarial del municipio de Villavicencio. El instrumento “Encuesta de Diagnóstico Empresarial para la Reactivación Económica de Villavicencio” está compuesto por 14 preguntas que fueron aplicadas a 475 empresas y asociaciones del Municipio. Asimismo, se recibieron un total de 12 informes sectoriales que permitieron conocer la lectura que hace cada agremiación de la situación económica de sus sector y de la economía de la ciudad.

Adicionalmente, se realizó el análisis estadístico de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) para Villavicencio durante los periodos previos a la pandemia y durante la misma de acuerdo con los datos disponibles del DANE 2020. De este análisis estadístico se caracterizó el mercado laboral de la ciudad para poder evidenciar las ramas de actividad económica, el tipo de empleo, el tamaño de empresa, el sexo y edad, donde más fuerte a golpeado la crisis generada por la

pandemia de tal forma que se pueda focalizar un Plan de Reactivación Económica y Social que responda a la difícil situación que viven los ciudadanos.

Fase III. Construcción del Plan de Reactivación Económica y Social. Con la información recolectada de la encuesta de diagnóstico empresarial, así como con los informes de diagnóstico sectorial, se procede a consolidar la información para la generación de acciones estratégicas que permitan dar solución a los problemas planteados por los empresarios, gremios y asociaciones. El primer ejercicio se desarrolló con las universidades que hacen parte de la MERUM, donde se logró consolidar las propuestas, de acuerdo con los sectores identificados con antelación. Paso seguido se convocó a las siete (7) mesas sectoriales para la estructuración del Plan de Acción que es insumo del Plan de Reactivación Económica.

Fase IV. Consolidación del Plan de Reactivación Económica y Social. Con las propuestas recibidas y una vez consolidada en la matriz metodológica diseñada, se convocó al Comité Gremial Local para la discusión y aprobación del Plan de Reactivación Económica y Social del Municipio, el cual cuenta con 66 acciones estratégicas para desarrollar en los próximos 15 meses. Finalmente, se firma el Pacto Por la Reactivación Económica y Social del Municipio “Villavicencio Con Toda”.

Panorama Económico y Social del Municipio de Villavicencio

Para entender el comportamiento del mercado laboral de cada territorio es necesario analizar el comportamiento de la estructura productiva del mismo.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica de Villavicencio, 2011-2018.

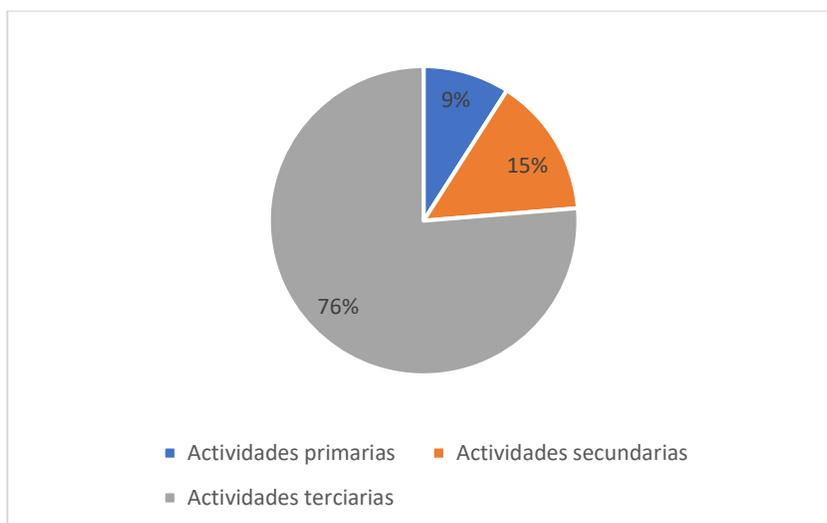
Actividades Económicas	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Primarias	\$ 1,295.3	\$ 1,367.0	\$ 1,532.8	\$ 1,075.8	\$ 690.5	\$ 541.1	\$ 544.5	\$ 729.1
Secundarias	\$ 1,187.5	\$ 1,382.7	\$ 1,676.4	\$ 1,689.1	\$ 1,231.8	\$ 1,184.7	\$ 1,065.0	\$ 1,181.2
Terciarias	\$ 2,934.5	\$ 3,503.9	\$ 3,864.2	\$ 4,243.7	\$ 4,513.2	\$ 5,330.3	\$ 5,780.4	\$ 6,147.6
Valor Agregado	\$ 5,417.2	\$ 6,253.6	\$ 7,073.4	\$ 7,008.5	\$ 6,435.5	\$ 7,056.0	\$ 7,389.9	\$ 8,057.9

Fuente: Elaboración propia con datos del DANE. Datos en miles de millones de pesos.

El crecimiento y desarrollo económico del municipio de Villavicencio, se ha venido desarrollando con el sector de actividades terciarias donde de acuerdo a las últimas cifras publicadas por el DANE, el valor agregado generado por el municipio es de \$8.057.900.000.000 para el año 2018, donde el 76% corresponde a actividades terciarias⁸, 15% a actividades secundarias y un 9% a actividades primarias. Asimismo, se evidencia que del año 2011 al 2018, el valor agregado del municipio de Villavicencio ha venido aumentando, pero principalmente en la participación de la rama de actividades terciarias, y el peso relativo municipal en el valor agregado departamental ha venido disminuyendo, correspondiendo al 2018 en apenas 23,5% (DANE, 2018). A la vez, esta estructura productiva del municipio permite entender con mayor precisión la estructura del mercado laboral del municipio y el nivel de impacto generado ante las dinámicas económicas.

⁸ Actividades terciarias: Electricidad, gas y agua; comercio, reparación de vehículos automotores; transporte; alojamiento y servicios de comida; información y comunicaciones; actividades financieras y de seguros; actividades inmobiliarias; actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades administrativas y de apoyo; Administración pública; educación; salud; actividades artísticas; de recreación; actividades de los hogares individuales.

Gráfica 1. Participación por rama de actividad en el PIB de Villavicencio, año 2018.



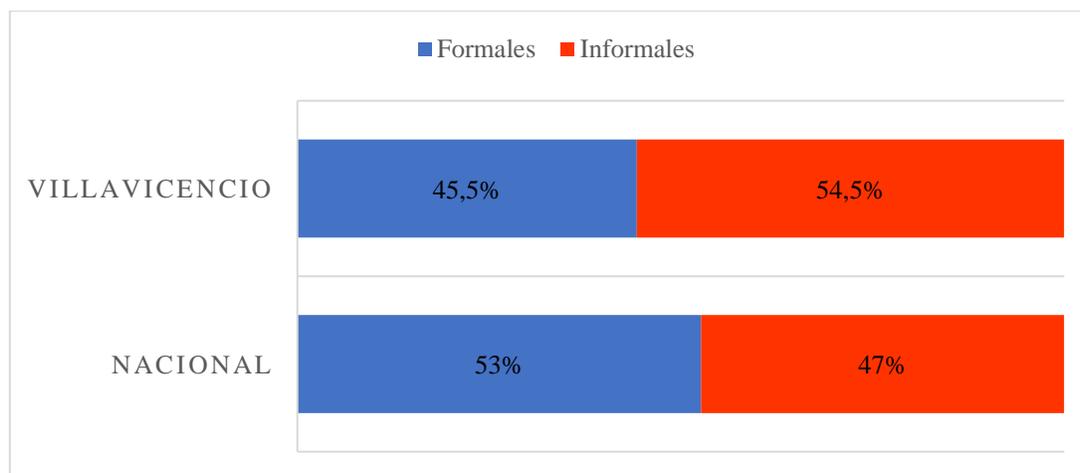
Fuente: Elaboración propia en base a datos de cuentas nacionales, 2018, DANE.

1. MERCADO LABORAL VILLAVICENCIO

1.1. Informalidad

Con una estructura productiva como la de Villavicencio, principalmente basada en las actividades terciarias que dependen principalmente del sector comercio, turismo y recreacional, las cuales no generan mayor valor agregado a la producción del municipio y con ello una baja generación de empleo formal y bien remunerado, se tiene en Villavicencio una tasa de informalidad que desde años anteriores supera el 50% de la población ocupada, siendo en el año 2018 y 2019 de 57% y 55,72% respectivamente. En donde predominan empleos precarios, con baja remuneración, inestabilidad laboral y sin cubrimiento a la seguridad social.

Gráfica 2. Porcentaje de población ocupada informal en Villavicencio, trimestre mayo-julio 2020.



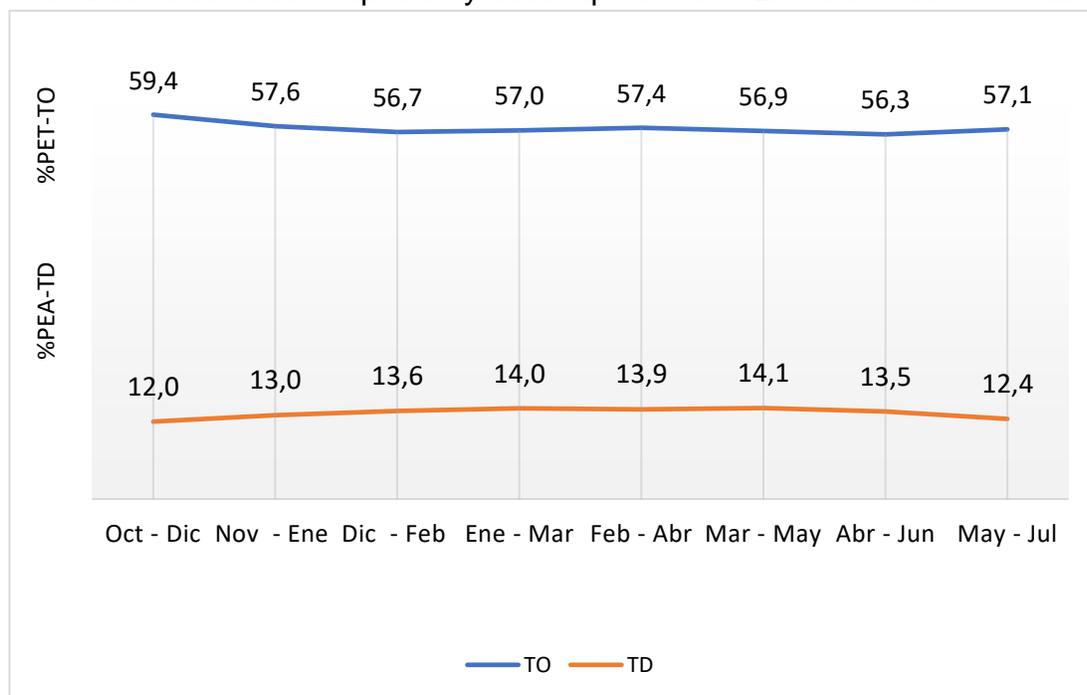
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la GEIH, 2020.

Durante el trimestre móvil comprendido entre diciembre de 2019 a febrero de 2020, que fue la última medición registrada antes de la pandemia, en Villavicencio la tasa de informalidad fue de 53,57% con 122.000 ocupados en la informalidad. De acuerdo a la gráfica 2, entre mayo a julio de 2020 durante la pandemia la tasa de informalidad ascendió al 54,5% con 100.000 ocupados en la informalidad, lo que refleja una diferencia de 22.000 ocupados informales que no pasaron a la informalidad, sino que se explica por la disminución de los ocupados en más de 43.000 personas.

1.2. Ocupados y desocupados

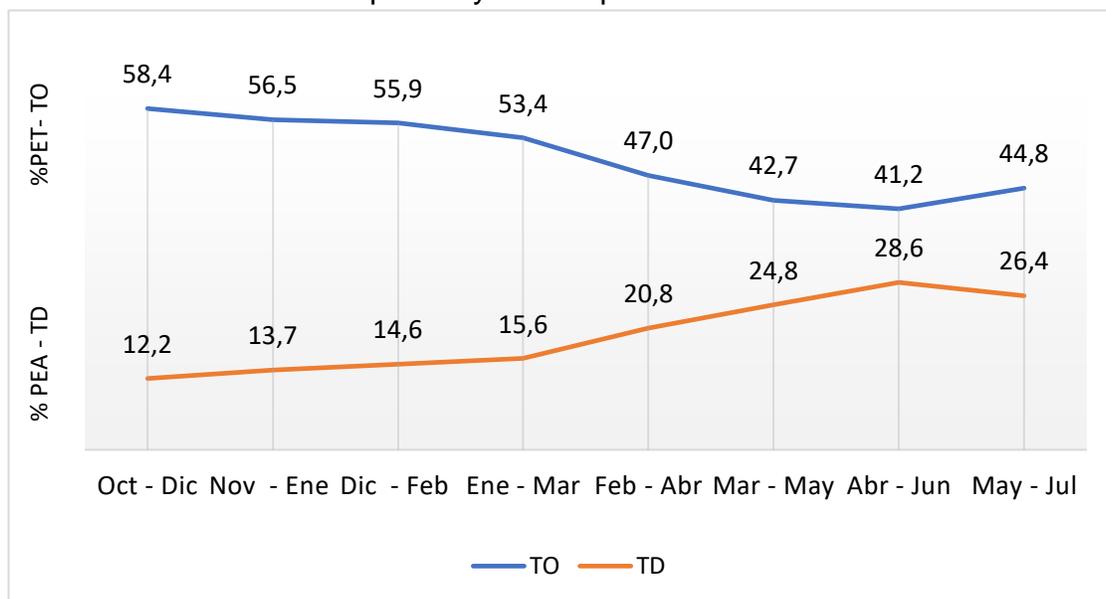
En cuanto a los ocupado y desocupados de la ciudad se observa el comportamiento durante el primer semestre del año 2020 respecto al comportamiento que se presentó durante el primer semestre del 2019 en la tasa de ocupación y desempleo de la ciudad de Villavicencio , encontrándose en 2019 variaciones durante el primer semestre que no superan los 2 puntos porcentuales, evidenciándose el impacto generado por el Covid en el mercado laboral en el año 2020, con una disminución de la tasa de ocupación entre el trimestre móvil de diciembre- febrero y abril-junio de aproximadamente 14 puntos porcentuales y un aumento de la tasa de desempleo en la misma proporción durante este periodo (gráfica 3 y 4).

Gráfica 3. Tasa de ocupación y desocupación año 2019. Trimestre móvil.



Fuete: Elaboración propia fuente GEIH, DANE.

Gráfica 4. Tasa de ocupación y desocupación año 2020. Trimestre móvil.



Fuente: Elaboración propia fuente GEIH, DANE.

Con esto, se evidenció la disminución de los ocupados en aproximadamente 58.000, el aumento aproximado 29.000 desempleados y el aumento de cerca de 33.000 personas inactivas durante el trimestre móvil de diciembre-febrero a abril-junio (Tabla 2).

Tabla 2. Estructura mercado laboral Villavicencio. Trimestre móvil.

	DIC-FEB	ABR-JUN	VARIACIÓN
Población			
Total	509	513	4
PET	406	410	4
PEA	266	237	-29
Ocupados	227	169	-58
Desocupados	39	68	29
Inactivos	140	173	33

Nota: Datos en miles.

Fuente: Elaboración propia fuente GEIH, DANE.

1.3. Ocupados Por tamaño de la empresa

Teniendo en cuenta la estructura económica de Villavicencio, se evidencia que la mayor cantidad de empleo lo generan las empresas con menos de 10 empleados que por lo general son microempresas con poca capacidad de liquidez que les impide sostener su nómina en eventos de crisis por periodos superiores a 4 semanas como indicó Fedesarrollo⁹. En la tabla 3 se observa que la mayor disminución de ocupados correspondió a empresas con menos de 10 personas empleadas, concentrándose aproximadamente el 61.17% de la disminución de ocupados en este tipo de empresas. Este resultado es consecuencia de la estructura propia de la economía de Villavicencio, en la cual la mayoría del empleo generado es unipersonal donde gran parte corresponde a la informalidad.

Tabla 3. Ocupados por tamaño de la empresa

	Feb	%Feb	Jun	%Jun	Variación
Solo	74.1	32.6	58.7	34.7	-15.4
2 a 3	36.5	16.1	25.2	14.9	-11.3
4 a 5	17.2	7.6	15.7	9.3	-1.4
6 a 10	21.2	9.3	11.9	7.0	-9.3
11 a 19	7.0	3.1	7.5	4.4	0.5
20 a 30	5.6	2.5	6.0	3.6	0.4
31 a 50	7.8	3.4	2.8	1.7	-5.0
51 a 100	3.8	1.7	5.2	3.1	1.5
101 o más	54.2	23.8	35.9	21.2	-18.3
Total Ocupados	227.3		168.9		-58.3

⁹ Sólo el 45% de las empresas tiene liquidez para funcionar un mes, Fedesarrollo, 2020.

<https://bit.ly/2H22q09>

Fuente: Elaboración propia con proyecciones del Dane, GEIH. Población en miles¹⁰.

Por ramas de actividad

De acuerdo con el valor desagregado del PIB de Villavicencio, las actividades terciarias que incluyen el comercio y la reparación de vehículos es de las actividades que mayor participación tienen en el PIB del municipio, de esta manera, la mayor cantidad de ocupados se concentran en este sector contando con aproximadamente 57.400 ocupados en el mes de febrero y aproximadamente 47.600 en junio. Considerado que en este tipo de actividades se concentran empleos con menores garantías que acentúan los riesgos a los empleados en épocas de crisis, se observa una disminución aproximada en esta actividad de 9.800 empleos durante el periodo, sin embargo, aunque la actividad artística, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios no alcanzaba el nivel de ocupación que el sector comercio, ocupando 24.700 personas en el trimestre diciembre-febrero, esta actividad presentó la mayor disminución de ocupados con una disminución de aproximadamente 10.400 personas ocupadas. Además, se encontró considerables disminuciones en las actividades de administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana en 8.000 ocupados, la actividad de alojamiento y servicios de comida en 7.000 ocupados y construcción en 6.000 ocupados.

Tabla 4. Ocupados por rama de actividad.

	Febrero	%Feb	Junio	%Jun	Variación
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	2.7	1.2	2.0	1.2	-0.7

¹⁰ Para la estimación de las cifras en miles mensuales, metodológicamente se analizaron los microdatos por mes de la GEIH evidenciando su participación porcentual multiplicando por la población en miles proyectada por el DANE por trimestre móvil diciembre-febrero y abril-junio, que son los datos públicos con los que se cuenta.

<i>Explotación de minas y canteras</i>	3.2	1.4	0.6	0.4	-2.6
<i>Industrias manufactureras</i>	18.5	8.1	15.7	9.3	-2.8
<i>Suministro de electricidad gas, agua y gestión de desechos</i>	3.0	1.3	2.2	1.3	-0.7
<i>Construcción</i>	19.1	8.4	13.5	8.0	-5.5
<i>Comercio y reparación de vehículos</i>	57.4	25.3	47.6	28.2	-9.8
<i>Alojamiento y servicios de comida</i>	24.2	10.6	16.9	10.0	-7.2
<i>Transporte y almacenamiento</i>	13.1	5.8	10.5	6.2	-2.7
<i>Información y comunicaciones</i>	2.1	0.9	1.4	0.8	-0.7
<i>Actividades financieras y de seguros</i>	3.0	1.3	2.0	1.2	-0.9
<i>Actividades inmobiliarias</i>	4.3	1.9	3.6	2.1	-0.7
<i>Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos</i>	17.7	7.8	12.3	7.3	-5.4
<i>Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana</i>	34.3	15.1	26.2	15.5	-8.1
<i>Actividades artísticas, entretenimiento recreación y otras actividades de servicios</i>	24.7	10.9	14.3	8.5	-10.4
Total población ocupada	227.3		168.9		-58.3

Fuente: Elaboración propia con proyecciones del Dane, GEIH. Población en miles.

En total el número de ocupados entre febrero y junio de 2020, antes de iniciar la pandemia y durante la pandemia, da como saldo la disminución en 58.300 personas ocupadas, lo cual es, en otras palabras, que cerca de ese número de hogares que representan 186.560 habitantes, perdieron o disminuyeron sus ingresos al quedarse sin ocupación.

Por Tipo de ocupación

Como ya se mencionó anteriormente con una tasa de informalidad superior al 50% como la que presenta Villavicencio, se encuentra que la mayor cantidad de ocupados se concentran en empresas particulares principalmente microempresas

y trabajadores por cuenta propia correspondiente al 83.9% de los ocupados a junio. Con el impacto generado por la crisis, se encontró disminuciones de 27.900 empleados de empresas particulares y disminuciones de 17.700 trabajadores por cuenta propia.

Tabla 5. Población ocupada por tipo de ocupación.

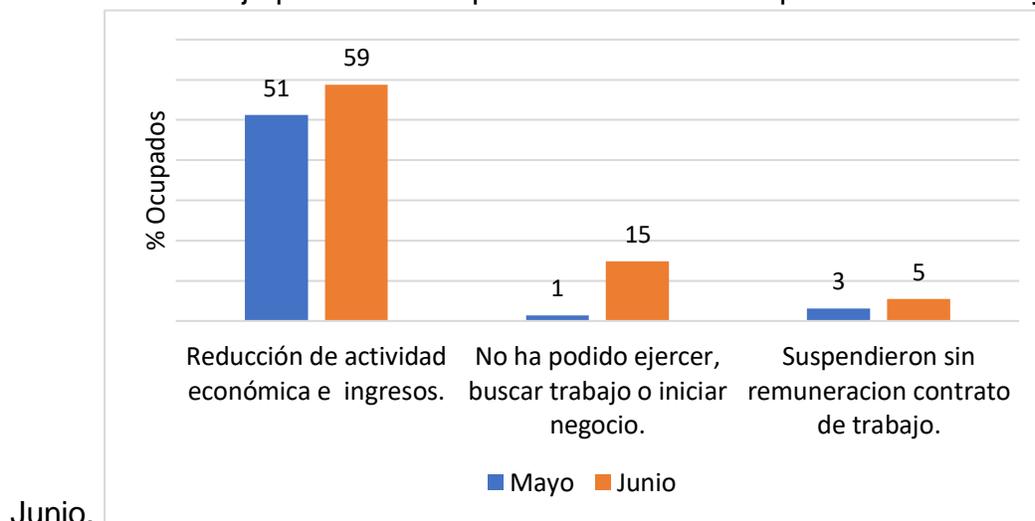
	Febrero	%Feb	Junio	%Jun	Variación
Obrero o empleado de empresa particular	103.3	45.5	75.4	44.6	-27.9
Obrero o empleado del gobierno	14.8	6.5	11.9	7.0	-2.9
Empleado doméstico	6.2	2.7	2.4	1.4	-3.8
Trabajador por cuenta propia	84.0	37.0	66.3	39.3	-17.7
Patrón o empleador	9.1	4.0	6.9	4.1	-2.3
Trabajador familiar sin remuneración	8.3	3.7	5.8	3.5	-2.5
Trabajador sin remuneración en empresas de otros hogares	1.1	0.5	0.0	0.0	-1.1
Jornalero o peón	0.3	0.1	0.2	0.1	-0.1
Otro	0.3	0.1	0.0	0.0	-0.3
Total ocupados	227.3		168.9		-58.3

Fuente: Elaboración propia con proyecciones del Dane, GEIH. Población en miles.

Dificultades por COVID-19

Dentro de las dificultades manifestadas por la población ocupada de Villavicencio generadas por el Covid-19 en mayo y junio, se observa que la principal es la reducción de actividad económica y de ingresos con un 51% y 59% respectivamente.

Gráfica 5. Porcentaje población ocupada con dificultades por el COVID. Mayo y



Fuente: Elaboración propia con proyecciones del Dane, GEIH.

Además, de mayo a junio se evidenció un crecimiento de 10.000 personas ocupadas que indican una *Reducción de actividad económica e ingresos* y más 23.000 indican que *No han podido ejercer, buscar trabajo o iniciar un negocio*.

Tabla 6. Población ocupada con dificultades generadas por el Covid.

	Mayo	Junio	Variación
Reducción de actividad económica e ingresos.	89	99	10
No ha podido ejercer, buscar trabajo o iniciar negocio.	2	25	23
Suspendieron sin remuneración contrato de trabajo.	6	9	4

Población en miles.

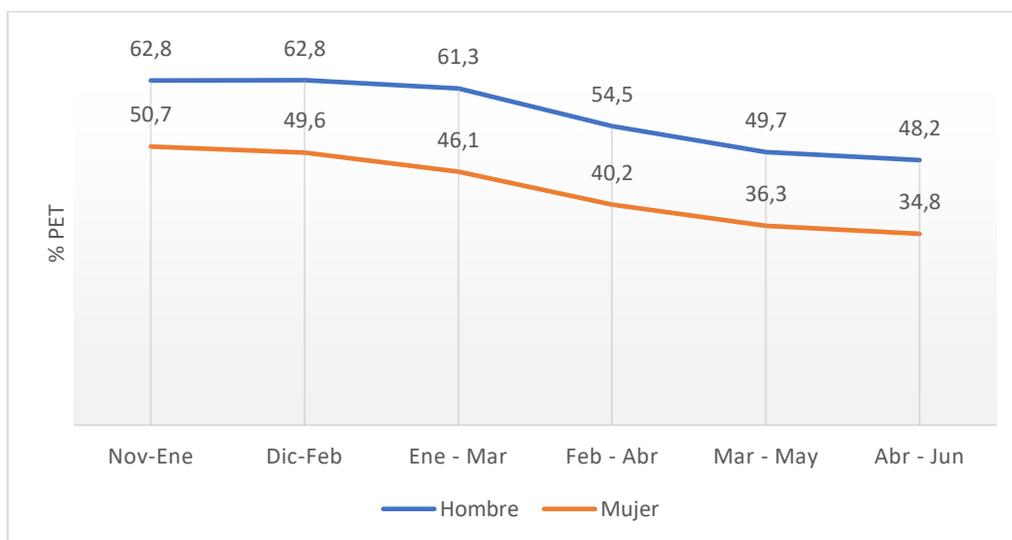
Fuente: Elaboración propia con proyecciones del Dane, GEIH.

Ocupados por género

Los efectos económicos negativos por cuenta de la pandemia han afectado muy fuerte el mercado laboral de la ciudad, pero cuanto se desagregan los resultados de acuerdo al género de cada persona, se observa una variación similar tanto en hombres como en mujeres aproximada de 14 puntos porcentuales del trimestre móvil diciembre-febrero a abril-junio, con una diferencia en la tasa de ocupación entre hombres y mujeres de 13.2 puntos porcentuales en el trimestre móvil

diciembre-febrero y de 13.4 puntos porcentuales en el trimestre móvil de abril-junio. Esta brecha en la tasa de ocupación pone de manifiesto una fuerte desventaja y mayor vulnerabilidad de la mujer a impactos económicos generados por las crisis.

Gráfica 6. Tasa de ocupación y desocupación año 2020 por género. Trimestre móvil.



Fuente: GEIH, DANE.

De acuerdo a las cifras expuestas por el DANE, se observa que la disminución de ocupación fue mayor en las mujeres, con una disminución de aproximadamente 30.900 mujeres ocupada y 27.500 hombres ocupados durante el periodo de análisis. Con el agravante que la tasa global de participación y de ocupación general de la mujer es mejor a la del hombre, pero en cantidad de habitantes las mujeres representan un número superior de personas con respecto a los hombres.

Tabla 7. Ocupados por género.

	Dic-Feb	Abr - Jun	Variación
Hombre	122	94	-28

Mujer	105	75	-30
Total Ocupados	227	169	-58

Fuente: Proyecciones DANE, GEIH. Datos en miles.

En cuanto al impacto generado por la crisis en la ocupación por género y rama de actividad, se encontró que la mayor disminución de mujeres ocupadas se originó en la actividad artística, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios con una disminución de aproximadamente 8.100 mujeres ocupadas y la mayor disminución de hombres ocupados se reflejó en la actividad de construcción con una disminución de 4.400 hombres ocupados.

Tabla 7. Población ocupada por género y rama de actividad.

Febrero		Junio		Variación	
Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	2.2	0.5	1.5	0.6	-0.7	0.1
Explotación de minas y canteras	2.5	0.8	0.4	0.2	-2.1	-0.6
Industrias manufactureras	11.7	7.0	9.9	5.9	-1.8	-1.0
Suministro de electricidad gas, agua y gestión de desechos	0.6	2.3	1.7	0.6	1.1	-1.7
Construcción	16.7	2.8	12.2	1.7	-4.4	-1.1
Comercio y reparación de vehículos	31.1	26.3	27.6	20.0	-3.5	-6.3
Alojamiento y servicios de comida	7.0	16.8	4.6	11.8	-2.3	-4.9
Transporte y almacenamiento	13.3	0.3	9.7	1.1	-3.6	0.9
Información y comunicaciones	0.8	1.3	0.6	0.8	-0.2	-0.5
Actividades financieras y de seguros	1.1	1.8	1.1	1.0	-0.1	-0.9
Actividades inmobiliarias	3.9	0.5	2.7	1.0	-1.2	0.4
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	8.9	8.8	5.9	6.3	-3.0	-2.5
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	14.7	19.3	11.2	14.7	-3.6	-4.6
Actividades artísticas, entretenimiento recreación y otras actividades de servicios	7.2	17.0	5.1	9.0	-2.2	-8.1
TOTAL OCUPADOS POR GÉNERO	121.8	105.5	94.3	74.6	-27.5	-30.9

Fuente: Elaboración propia con proyecciones del Dane, GEIH. Población en miles.

1.4. Desocupados

Por tamaño de la empresa

Como se explicó anteriormente dada la estructura productiva de Villavicencio, las mayores disminuciones de ocupados se evidenciaron en las microempresas que son aquellas empresas con menos de 10 empleados; esto mismo ocurre con el aumento con las personas desempleadas donde se observó, que durante el periodo de febrero a junio de 2020, el desempleo aumentó en 6.700 personas en

empresas unipersonales, 5.500 personas en empresas de 2 a 3 empleados y 4.200 personas en empresas de 4 a 5 empleados. Teniendo un mayor número de aumento de desempleados en las empresas de 6 a 10 empleados con un aumento de 7.600 personas desempleadas.

Lo anterior ratifica la debilidad de las microempresas y la necesidad de fortalecer y atender este sector empresarial de la ciudad.

Tabla 8. Variación desocupados por tamaño de la empresa.

	Feb	%Feb	Jun	%Jun	Variación
					n
Solo	9.6	24.5	16.3	24.0	6.7
2 a 3	4.3	11.0	9.8	14.5	5.5
4 a 5	6.7	17.2	10.9	16.1	4.2
6 a 10	3.4	8.6	10.9	16.1	7.6
11 a 19	0.7	1.8	4.9	7.2	4.2
20 a 30	1.9	4.9	2.5	3.6	0.5
31 a 50	2.4	6.1	3.1	4.6	0.7
51 a 100	1.9	4.9	1.8	2.6	-0.1
101 o más	8.1	20.9	7.6	11.2	-0.6
Total desocupados	39.0	100.0	67.8	100.0	28.8

Fuente: Elaboración propia con proyecciones DANE, GEIH. Población en miles.

Por rama de actividad

En contraste con el análisis realizado anteriormente en la disminución de ocupados por rama de actividad, el mayor aumento del número de desempleados por rama de actividad se encontró en las actividades de comercio y reparación de vehículos y alojamiento y servicios de comida, con un aumento de 8.600 y 12.600 desempleados respectivamente. Dada la mayor disminución de ocupados en la actividad artística, entrenamiento, recreación y otras actividades de servicios y la disminución del número de desempleados en 2.100 personas aproximadamente, lo que podría explicarse porque las dedicadas a estas actividades dados los impactos generados por la crisis optaron por pasar a la inactividad.

Tabla 9. Población desocupada por género y rama de actividad.

	Febrero	%Feb	Junio	%Jun	Variación
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1.7	4.3	1.1	1.6	-0.6
Explotación de minas y canteras	0.5	1.2	0.7	1.0	0.2
Industrias manufactureras	6.0	15.3	3.6	5.3	-2.4
Suministro de electricidad gas, agua y gestión de desechos	3.1	8.0	0.4	0.7	-2.7

Construcción	1.4	3.7	7.4	10.9	5.9
Comercio y reparación de vehículos	5.3	13.5	13.8	20.4	8.6
Alojamiento y servicios de comida	2.2	5.5	14.7	21.7	12.6
Transporte y almacenamiento	4.3	11.0	4.2	6.3	-0.1
Información y comunicaciones	0.0	0.0	0.4	0.7	0.4
Actividades financieras y de seguros	0.0	0.0	0.4	0.7	0.4
Actividades inmobiliarias	0.0	0.0	2.2	3.3	2.2
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	4.8	12.3	4.9	7.2	0.1
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	1.9	4.9	8.0	11.8	6.1
Actividades artísticas, entretenimiento recreación y otras actividades de servicios	7.9	20.2	5.8	8.6	-2.1
Total población desocupada	39.0	100.0	67.8	100.0	28.8

Fuente: Elaboración propia con proyecciones DANE, GEIH. Población en miles.

Por tipo de empleo

El aumento del número de desempleados por tipo de empleo presentó un comportamiento similar a la disminución de ocupados por tiempo de empleo, encontrándose un aumento de 23.700 desempleados de *obrero empresas particular* y un aumento 3.200 *trabajadores por cuenta propia* desempleados.

Tabla 10. Población desocupada por tipo de empleo.

	Febrero	%Feb	Junio	%Jun	Variación
<i>Obrero o empleado de empresa particular</i>	22.7	58.3	46.4	68.4	23.7

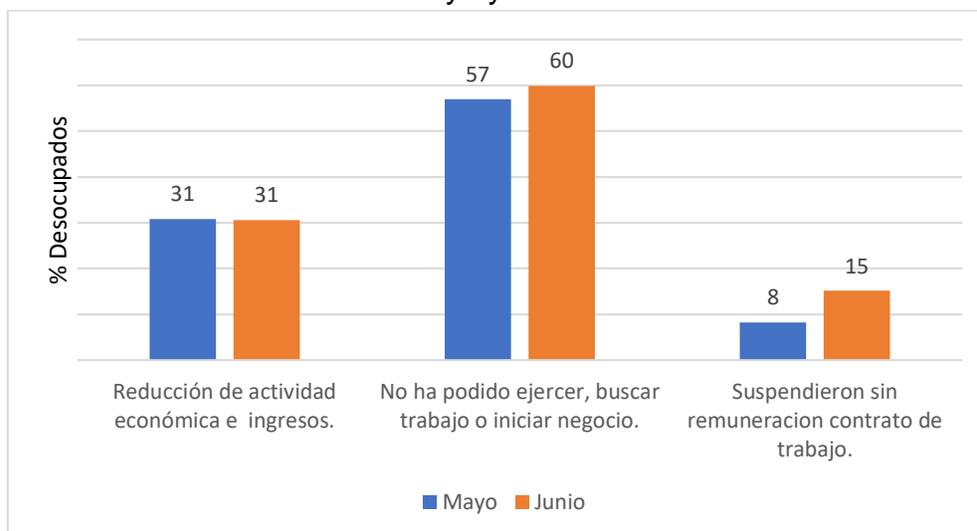
<i>Obrero o empleado del gobierno</i>	0.2	0.6	0.9	1.3	0.7
<i>Empleado doméstico</i>	2.4	6.1	4.2	6.3	1.8
<i>Trabajador por cuenta propia</i>	11.7	30.1	14.9	22.0	3.2
<i>Patrón o empleador</i>	1.4	3.7	0.4	0.7	-1.0
<i>Trabajador familiar sin remuneración</i>	0.0	0.0	0.2	0.3	0.2
<i>Trabajador sin remuneración en empresas de otros hogares</i>	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Jornalero o peón</i>	0.5	1.2	0.7	1.0	0.2
<i>Otro</i>	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Total desocupados	39.0	67.8	67.8	28.8	28.8

Fuente: Elaboración propia con proyecciones DANE, GEIH. Población en miles.

Dificultades por COVID-19:

En cuanto a las dificultades ocasionadas por el Covid, del total de la población desocupada el 57 y 60% en mayo y junio respectivamente, manifestó tener dificultad para ejercer, buscar trabajo o iniciar un negocio.

Gráfica 7. Porcentaje población desocupada con dificultades por el COVID. Mayo y Junio.



Fuente: Elaboración propia con datos GEIH, DANE.

Adicional, se observa aproximadamente entre mayo a junio, aumentaron en 17.000 las personas desempleadas que indicaron tener dificultades por causa del Covid. En junio, se evidenció que 41.000 personas desocupadas indicaron tener dificultades porque *no han podido ejercer, buscar trabajo o iniciar un negocio* con un aumento de 8.000 personas respecto al mes anterior.

Tabla 11. Población desocupada con dificultades ocasionadas por el Covid.

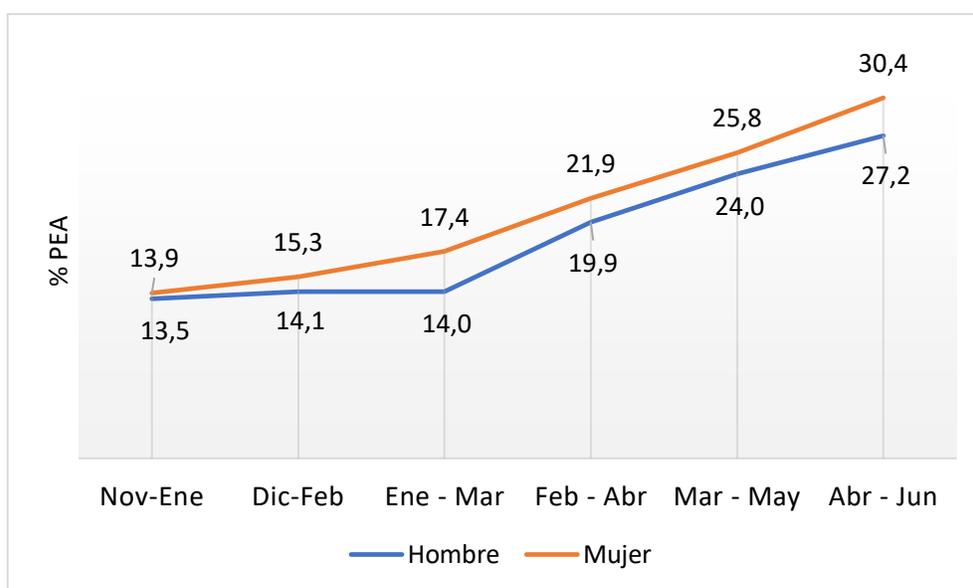
	Mayo	Junio	Variación
<i>Reducción de actividad económica e ingresos.</i>	18	21	3
<i>No ha podido ejercer, buscar trabajo o iniciar un negocio.</i>	33	41	8
<i>Suspendieron sin remuneración el contrato de trabajo.</i>	5	10	5

Fuente: Elaboración propia con proyecciones DANE, GEIH.
Población en miles.

Desocupados por género

El comportamiento de la tasa de desempleo durante el periodo del trimestre noviembre-enero al trimestre abril-junio refleja el impacto generado por la crisis, con un aumento significativo de la tasa a partir del trimestre enero-marzo hasta el trimestre abril-junio. Entre el periodo comprendido del trimestre móvil diciembre-febrero al trimestre abril-junio el aumento de la tasa de desempleo fue del 13.1 puntos porcentuales en los hombres y 15.1 puntos porcentuales en las mujeres, Paralelo a este comportamiento, se observa un aumento en la brecha de la tasa de desempleo por genero siendo en el trimestre abril-junio la tasa de desempleo para mujeres de 30.4% y para el hombre del 27.2%, reflejando una mayor tasa de desempleo en las mujeres a pesar de tener una menor participación en el mercado laboral.

Gráfica 8. Tasa de desempleo por género. Trimestre móvil.



Fuente: GEIH, DANE.

Sin embargo, considerando que la participación de los hombres dentro de la población económicamente activa-PEA de Villavicencio, la cual se encuentra entre el 53% y 55% durante el periodo de análisis, se evidenció un mayor aumento del número de desempleados en hombres que en las mujeres, de 15.000 desempleados nuevos y 14.000 desempleadas nuevas respectivamente, a pesar que la tasa de desempleo es mayor para las mujeres que para los hombres, más adelante se analizará los porcentajes de inactividad en el cual se ampliará este análisis.

Tabla 12. Variación desocupados por género.

	Dic-Feb	Abr - Jun	Variación
Hombre	20	35	15
Mujer	19	33	14
Total Desocupados	39	68	29

Fuente: Proyecciones DANE, GEIH. Datos en miles.

Desocupados por género y rama de actividad

Considerando el impacto del covid en el número de desempleados por género y rama de actividad, se observa que el mayor aumento de hombres desempleados se presentó en las actividades de construcción y comercio y reparación de vehículos, con un aumento de 7.600 y 5.800 hombres desempleados respectivamente, mientras los mayores aumentos de mujeres desempleadas se observa en la actividad de alojamiento y servicios de comida, con un aumento de 8.800 mujeres desempleadas, entre febrero y junio.

Tabla 13. Población desocupada por género y rama de actividad.

	Febrero		Junio		Variación	
	Hom bre	Muj er	Homb re	Muj er	Homb re	Muj er
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1.0	0.7	1.1	0.2	0.0	-0.5
Explotación de minas y canteras	0.0	0.4	0.5	0.2	0.5	-0.3
Industrias manufactureras	3.4	2.7	2.4	1.3	-1.0	-1.3
Suministro de electricidad gas, agua y gestión de desechos	0.5	2.4	0.3	0.2	-0.3	-2.2
Construcción	0.3	1.1	7.9	0.6	7.6	-0.5

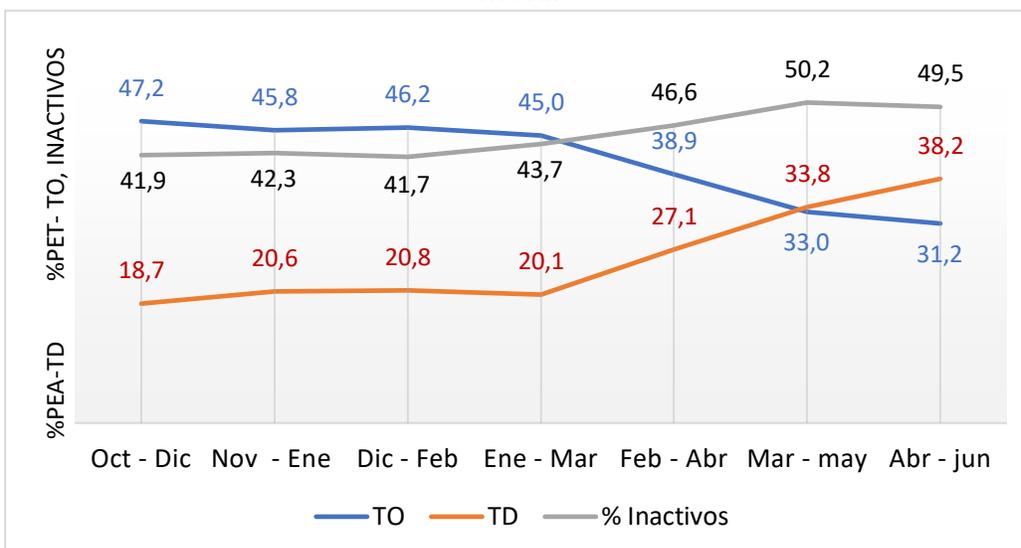
Comercio y reparación de vehículos	1.0	4.0	6.8	6.9	5.8	2.9
Alojamiento y servicios de comida	0.3	1.8	2.9	10.5	2.6	8.8
Transporte y almacenamiento	0.8	3.3	4.5	0.4	3.7	-2.9
Información y comunicaciones	3.6	1.3	0.3	0.2	-3.4	-1.1
Actividades financieras y de seguros	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	0.4
Actividades inmobiliarias	0.0	0.0	1.8	0.6	1.8	0.6
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	0.0	0.0	2.4	2.5	2.4	2.5
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	1.3	0.7	2.6	5.0	1.3	4.3
Actividades artísticas, entretenimiento recreación y otras actividades de servicios	7.8	0.7	1.8	3.6	-5.9	3.0
TOTAL DESOCUPADOS POR GÉNERO	19.9	19.1	35.2	32.6	15.3	13.5

Fuente: Elaboración propia con proyecciones DANE, GEIH. Población en miles.

1.5. Mercado laboral en jóvenes (entre 14 y 28 años). Tasa de ocupados y desocupados en jóvenes

En cuanto a la población entre los 14 y 28 años, se observa un comportamiento similar de la tasa de ocupación y desempleo al total de la población en edad de trabajar, con la diferencia de un impacto mayor generado por la crisis en los jóvenes, con una disminución de la tasa de ocupación de 15 puntos porcentuales y un aumento del desempleo de 17 puntos porcentuales entre el trimestre móvil diciembre-febrero y abril-junio. También se observa un aumento del porcentaje de inactivos de aproximadamente 7.8 puntos porcentuales durante el mismo periodo (gráfica 9).

Gráfica 9. Tasa de ocupación y desocupación año 2020 para jóvenes. Trimestre móvil.



Fuente: GEIH, DANE.

A pesar de que el comportamiento de los ocupados y desocupados jóvenes durante la pandemia es similar con respecto al total del municipio, es clara que la situación del mercado laboral en los jóvenes es mucho más precaria ya que, por ejemplo, para abril a junio la tasa de ocupación de los jóvenes fue del 31,2% mientras la media del municipio fue de 41,2% y con respecto al desempleo, la tasa en los jóvenes fue de 38.2% mientras la media municipal fue de 28.6%.

Tabla 14. Variación participación población joven (entre 14 y 28 años).

	Dic - Feb	Abr - jun	Variación
Ocupados	61,7	40,8	-20,9
Desocupados	16,2	24,1	9,1
Inactivos	55,7	64,7	9

PET **134** **131**

Fuente: Dane, GEIH, datos en miles.

La disminución de la población ocupada joven fue de 21.000 correspondiendo al 36% del total de la disminución de ocupados, el aumento de los desocupados y de los inactivos fue 9.000 personas para cada condición laboral (tabla 14). De esta manera, se evidencia una mayor vulnerabilidad de la población joven de Villavicencio a impactos generados en la economía.

Por rama de actividad – Ocupados Jóvenes

Para un análisis más detallado del comportamiento de la ocupación en los jóvenes, se desagrega la variación de la población ocupada joven por rama de actividad durante el periodo de febrero y junio, para evidenciar así el comportamiento de este mercado laboral *Antes y durante* la pandemia.

La tabla 15, permite observar que la mayor disminución de ocupados se dio en la actividad de alojamiento y servicios de comida con una disminución aproximada de 6.000 jóvenes, en contraste, la actividad transporte y almacenamiento generó un aumento de los ocupados de 1.300 durante el mismo periodo, esta última actividad está explicada por los domiciliarios. Se refleja una consecuencia de las dinámicas en la economía surgidas por el COVID-19, con el cierre obligatorio de las empresas e imposibilidad de atención al público de manera directa, generando alternativas de atención al mercado de manera indirecta o a domicilio.

Tabla 15. Población joven ocupada por rama de actividad.

	Febre ro	%Fe b	Juni o	%Ju n	Varian za
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	0.3	0.4	0.2	0.5	-0.1
Explotación de minas y canteras	1.0	1.7	0.2	0.5	-0.8
Industrias manufactureras	5.9	9.6	4.3	10.5	-1.6

Suministro de electricidad gas, agua y gestión de desechos	0.5	0.8	0.0	0.0	-0.5
Construcción	5.4	8.8	2.7	6.7	-2.7
Comercio y reparación de vehículos	17.2	27.9	15.4	37.8	-1.8
Alojamiento y servicios de comida	7.7	12.5	1.8	4.3	-6.0
Transporte y almacenamiento	2.6	4.2	3.9	9.6	1.3
Información y comunicaciones	1.5	2.5	0.4	1.0	-1.2
Actividades financieras y de seguros	0.8	1.3	0.0	0.0	-0.8
Actividades inmobiliarias	0.8	1.3	1.2	2.9	0.4
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	3.6	5.8	2.3	5.7	-1.3
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	7.2	11.7	3.7	9.1	-3.5
Actividades artísticas, entretenimiento recreación y otras actividades de servicios	7.2	11.7	4.7	11.5	-2.5
TOTAL JOVENES OCUPADOS	61.7		40.8		-20.9

Fuente: Elaboración propia con proyecciones del Dane, GEIH. Población en miles.

Por rama de actividad – Desocupados Jóvenes

Por otro lado, se analiza el comportamiento de los desempleados en la ciudad por rama de actividad, con un comportamiento que guarda coherencia con la disminución de ocupados por rama de actividad, el aumento más significativo de desempleados se encontró en la actividad de alojamiento y servicios de comida,

una actividad fuertemente impactada por la limitación de viajes intermunicipales e internaciones que afectaron el turismo de la ciudad.

Tabla 16. Población joven desocupada por rama de actividad

	Febrero	%Feb	Junio	%Jun	Varianza
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1.4	0.4	0.5	0.5	-0.9
Explotación de minas y canteras	0.0	1.7	0.0	0.5	0.0
Industrias manufactureras	2.5	9.6	1.6	10.5	-0.8
Suministro de electricidad gas, agua y gestión de desechos	1.4	0.8	0.2	0.0	-1.2
Construcción	0.0	8.8	1.2	6.7	1.2
Comercio y reparación de vehículos	3.9	27.9	6.5	37.8	2.6
Alojamiento y servicios de comida	0.0	12.5	6.9	4.3	6.9
Transporte y almacenamiento	2.5	4.2	0.7	9.6	-1.8
Información y comunicaciones	1.4	2.5	0.5	1.0	-0.9
Actividades financieras y de seguros	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0
Actividades inmobiliarias	0.0	1.3	0.7	2.9	0.7
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	0.0	5.8	1.2	5.7	1.2
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	1.1	11.7	2.5	9.1	1.5
Actividades artísticas, entretenimiento recreación y otras actividades de servicios	2.1	11.7	2.8	11.5	0.7
TOTAL JOVENES OCUPADOS	16.2		25.2		9.1

Fuente: Elaboración propia con proyecciones del Dane, GEIH. Población en miles.

1.6. Inactivos

Durante el periodo de análisis correspondiente entre febrero y junio, se evidencia que más de 18.000 personas en Villavicencio entraron a la inactividad durante la pandemia, lo que indica que estas personas buscaron empleo por diversas razones que se explican en la Tabla 19.

Tabla 17. Población inactiva que ha trabajado.

	Febrero	Mayo	Junio	Variación
Si	79	102	98	18
No	61	74	75	14
Total Inactivos	140	177	173	

Fuente: Elaboración propia con datos GEIH, DANE. Población en miles.

Asimismo, se evidencia un aumento de 12.000 personas inactivas que llevan menos de un año sin trabajar. Aumento generado por la disminución de personas ocupadas o desocupadas que por la crisis optaron por mejor pasar a la inactividad.

Tabla 18. Variación población inactiva por tiempo sin trabajar

	Febrero	Mayo	Junio	Variación Feb-Jun
Menos de un año	14	43	27	12
1 y 2	12	8	7	-5
2 y 5	11	12	14	2
5 años y más	42	38	51	9
No sabe, no informa	0	1	0	0
TOTAL SI HAN TRABAJADO	79	102	98	

Fuente: Elaboración propia con datos GEIH, DANE. Población en miles.

Motivo de la inactividad

En relación con el análisis realizado en el aumento de desempleados por tamaño de la empresa, a continuación, se evidencia que el mayor aumento del número de inactivos corresponde al cierre o dificultades de la empresa con un aumento de 7.000 personas inactivas por este motivo entre febrero y junio. El aumento de inactivos con este motivo presenta una relación con el aumento de desempleados

que de acuerdo con lo encontrado fue mayor en las empresas de 6 a 10 empleados.

Tabla 19. Variación población inactiva por motivo por el que dejó de trabajar.

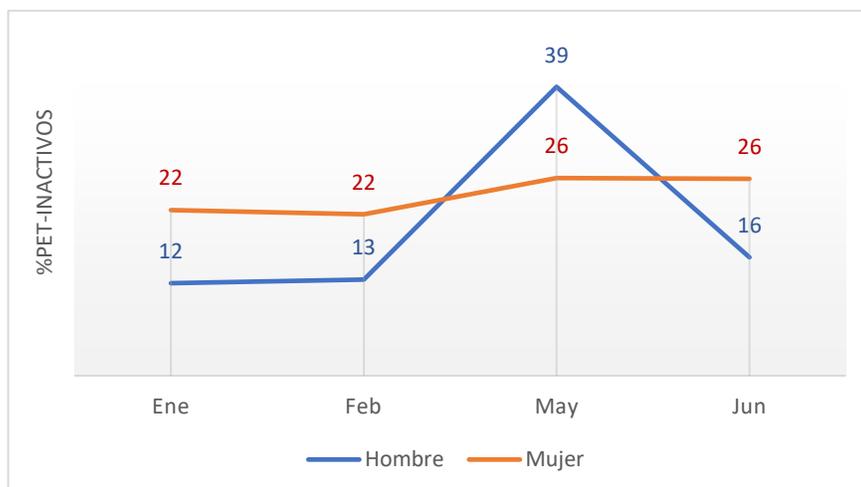
	Febrero	Mayo	Junio	Variación Feb-Jun
<i>Por despido</i>	1.2	1.7	1.1	-0.1
<i>Para dedicarse a estudiar</i>	6.1	2.1	2.7	-3.4
<i>Responsabilidades familiares</i>	27.4	24.9	30.9	3.5
<i>Enfermedad o accidente</i>	22.3	19.2	22.7	0.5
<i>Jubilación o retiro</i>	9.2	10.0	12.6	3.4
<i>Condiciones de trabajo insatisfactorias</i>	2.2	2.7	1.1	-1.1
<i>Cierre o dificultades de la empresa</i>	1.9	11.7	9.0	7.1
<i>Trabajo temporal terminado</i>	8.0	13.0	7.9	-0.1
<i>Otra</i>	1.2	17.1	9.5	8.2
TOTAL SI HAN TRABAJADO	79.4	102.4	97.5	18.1

Fuente: Elaboración propia con datos GEIH, DANE. Población en miles.

Inactivos por género

Como se mencionó anteriormente, dada la estructura del mercado laboral de Villavicencio, desde periodos anteriores se venía presentando una brecha entre el porcentaje de inactividad por género, siendo la mujer la que mayor porcentaje de inactividad presenta, sin embargo, se pudo observar el impacto generado por la crisis, evidenciándose un aumento del porcentaje de hombres inactivos en mayo, en la mujer también se observa un aumento del porcentaje de inactividad con respecto a la población en edad de trabajar pero no un aumento tan pronunciado como en los hombres. Este comportamiento guarda una relación con un mayor número de hombres con participación en la PEA en comparación con las mujeres, que con los impactos de la crisis optaron por la inactividad.

Gráfica 10. Porcentaje de la población inactiva por género respecto a la PET.



Fuente: Elaboración propia con datos GEIH, DANE.

Ampliando lo mencionado anteriormente, en la tabla 20 se observa que, aunque en mayo el número de hombres inactivos alcanzó a ser aproximadamente de 158.200, superior al número de mujeres inactivas, siendo de 108.000 aproximadamente, en la variación entre febrero y junio, el aumento de inactivos por género fue mayor en las mujeres que en los hombres, siendo el aumento de 20.200 mujeres y 12.600 hombres inactivos.

Tabla 20. Variación población inactiva por género.

	Ene	Feb	May	Jun	Variación Feb-Jun
Hombre	50.3	52.3	158.2	64.9	12.6
Mujer	90.1	87.9	108.3	108.1	20.2
Total inactivos	140.3	140.2	266.5	172.9	32.7

Fuente: Elaboración propia con datos GEIH, DANE. Población en miles.

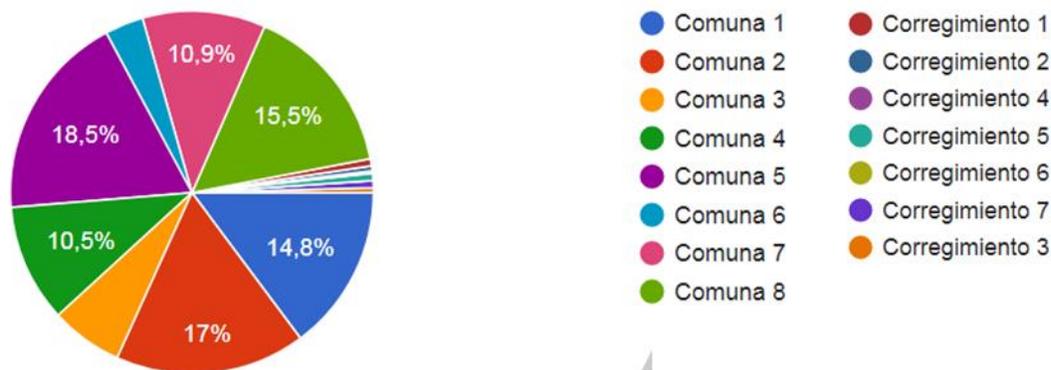
En conclusión, la ciudad evidencia una estructura productiva débil, sostenida por actividades económicas que generan poco valor agregado que en su gran mayoría son microempresarios. Esto ha generado que el mercado laboral sea frágil, inestable y con amplia informalidad.

Lo anterior implica que se deben focalizar los esfuerzos en fortalecer la demanda agregada, que no es otra cosa que facilitar que los hogares tengan ingresos y para esto, es necesario definir acciones de gobierno que generen encadenamientos productivos en sectores productivos que generan empleo.

Una parte de este empleo será recuperado por el sector de mayor peso en la economía local como es el comercio y servicios debido a la naturalidad de la apertura económica, mientras otros empleos tendrán que ser creados en empleos intensivos en valor agregado, mano de obra y encadenamientos productivos, como lo son la Construcción y la industria manufacturera y agroindustria que permita encadenar el desarrollo del sector agropecuario del municipio.

Resultados de la Encuesta de Diagnóstico Empresarial para la Reactivación Económica de Villavicencio

¿A qué comuna pertenece?



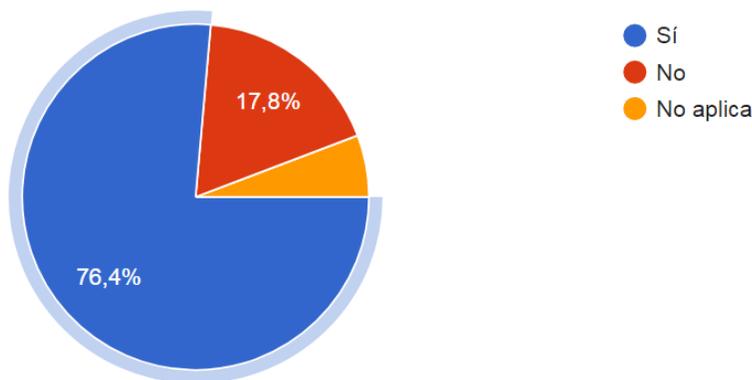
La mayor población encuestada pertenece a la comuna 5 en su mayoría en el barrio Popular con una participación del 18,5%, la comuna 2 en su mayoría en la zona centro con 17%, la comuna 8 en su mayoría en el barrio Porfia con el 15,5%

Sector económico al que pertenece



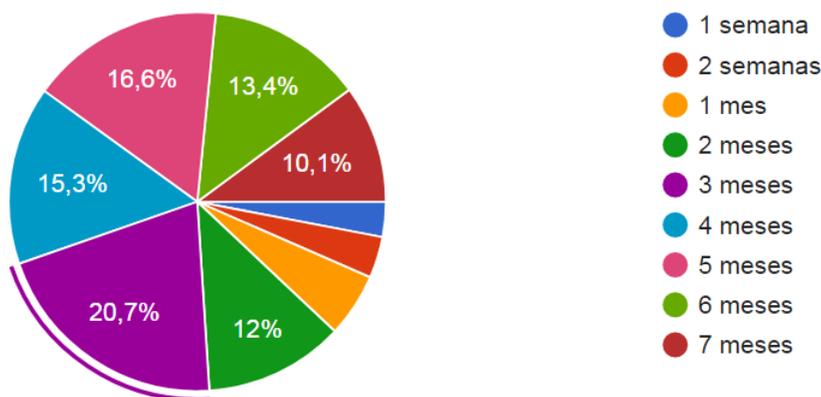
La grafica refleja que el mayor sector con datos recolectados es el de “Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios con un 23,4%, a continuación, con el 17,2% está el sector Alojamiento y servicios de comida en donde se encuestaron en su mayoría restaurantes y establecimientos relacionados con comida.

- ¿Durante el confinamiento se vio obligado a cerrar su establecimiento de comercio por la falta de capital de trabajo para funcionar?



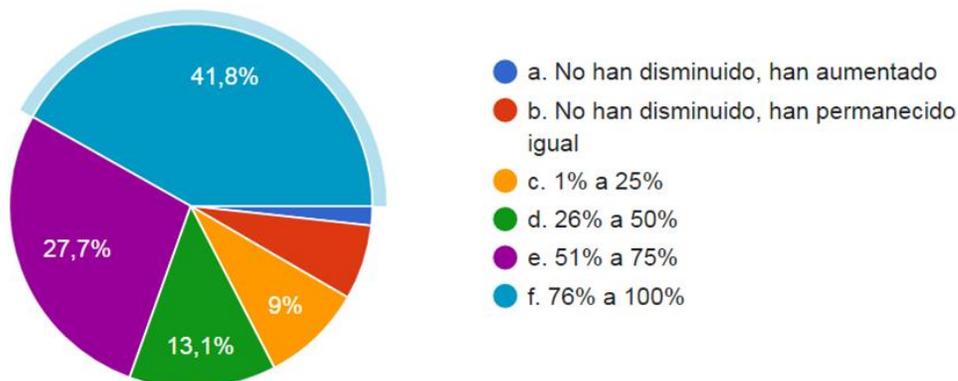
Un 76,4% de los establecimientos fueron obligados a cerrar en algún espacio de tiempo durante el confinamiento. Un 17,8% de empresarios mantuvieron sus establecimientos abiertos y un 5,8% no aplica.

- Si la respuesta fue positiva, ¿cuánto tiempo duró cerrado su establecimiento de comercio?



Del 76,4% de empresarios que debieron cerrar sus establecimientos, un 20,7% cerró durante 3 meses, un 16,6% durante 5 meses, un 15,3% durante 4 meses y un 13,4% cerró 6 meses. En conclusión en su mayoría fue un extenso tiempo de inactividad para los empresarios.

• Durante la pandemia, ¿sus ventas han disminuido?



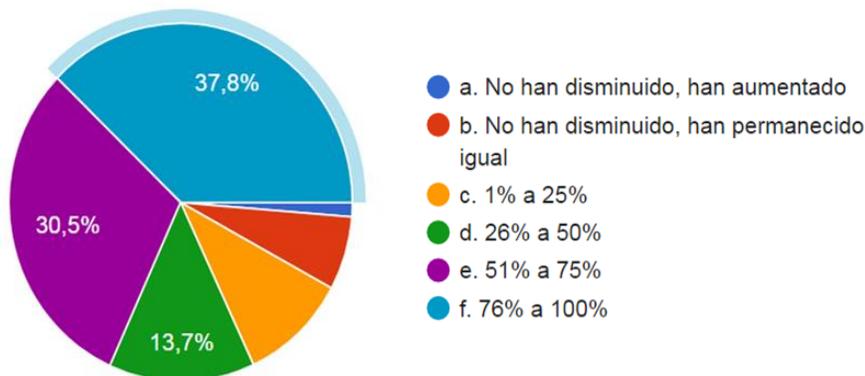
Un 41,8% de los empresarios manifestaron con preocupación que sus ventas disminuyeron entre 76% a un 100%, un 27,7% de empresarios tuvieron una disminución entre el 51% y el 75%, el 13,1% disminuyó sus ventas entre el 26% al 50%, un 9% de encuestados tuvo una disminución entre el 1% al 25%, 6,6% permanecieron iguales sus ventas y tan solo el 1,7% manifiesta que no disminuyeron sino que aumentaron sus ventas

• Durante la pandemia, ¿sus ventas han disminuido en?



Un 44,8% de los empresarios declaran haber tenido pérdidas económicas entre \$100.000 y 5'000.000 ya sea porque sus establecimientos son pequeños o porque consideraron el monto de la pérdida en un rango mensual. El 24% de los encuestados dice haber perdido entre 5 y 20 millones, el 9,9% perdió entre 20 y 50 millones, el 7,3% perdió entre 50 y 10 millones al igual que aquellos que perdieron más de 100 millones. Tan solo un 6,2% manifestó que sus ventas se sostuvieron.

• Durante la pandemia, ¿sus ingresos han disminuido en?



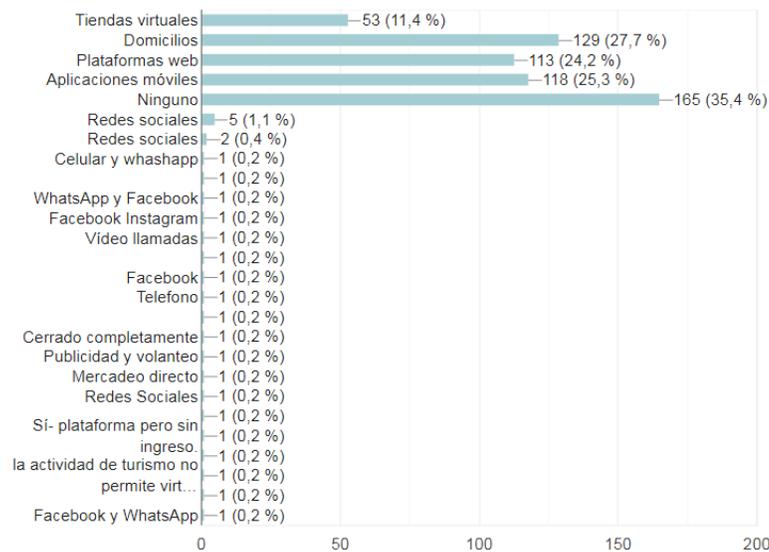
El comportamiento en la disminución de los ingresos fue relativamente parecida; predominando con un 37,8% la disminución de los ingresos de los empresarios encuestados entre un 76% a 100%, seguido por un 30,5% de empresarios con un deceso en sus ingresos del 51% al 75%, un 13,7% de empresarios disminuyó sus ingresos entre un 26% a 50%, un 10,1% disminuyó sus ingresos entre un 1% y 25%. Un 6,6%, manifestó que sus ingresos permanecieron igual y un 1,3% dijo que sus ingresos aumentaron.

• Durante la pandemia, ¿sus ingresos han disminuido?



Un 46,6% de encuestados manifestó que sus ingresos disminuyeron entre \$100.000 y \$5 millones, un 23,8% de empresarios dejó de ganar entre 5 y 20 millones de pesos, un 10,1% disminuyó sus ingresos entre 20 y 50 millones de pesos, el 7,3% de empresarios dejó de recibir durante la pandemia entre \$50 y 100 millones, 6,6% contestaron que sus ingresos disminuyeron por más de 100 millones y el 5,6% expreso que sus ingresos se sostuvieron en el transcurso de la pandemia.

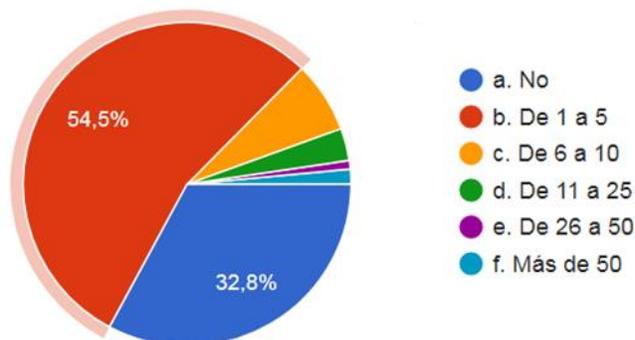
- Durante el aislamiento obligatorio ¿utilizar alguna plataforma virtual para la comercialización de sus productos o servicios?



En el transcurso del tiempo en el que los establecimientos estuvieron cerrados, algunos negocios tuvieron la posibilidad de comercializar sus productos y/o servicios en plataformas digitales como domicilios con un 27,7%, Aplicaciones móviles con un 26,3%, plataformas web con un 24,2%, en tiendas virtuales un 11,4% y un mínimo porcentaje por otros medios como WhatsApp, redes sociales y videollamadas.

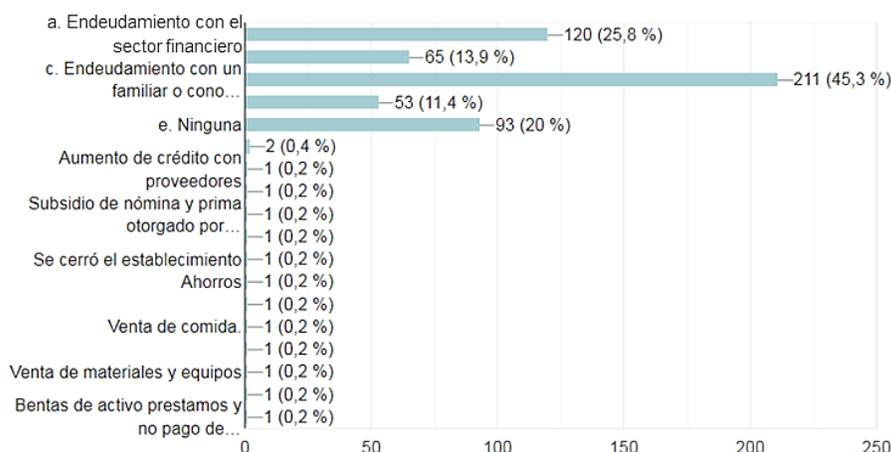
Cabe resaltar que la mayoría representada en un 35,4% de empresarios, no utilizó plataformas virtuales para impulsar las ventas de sus negocios.

- Durante la pandemia, ¿han tenido qué recortar personal?



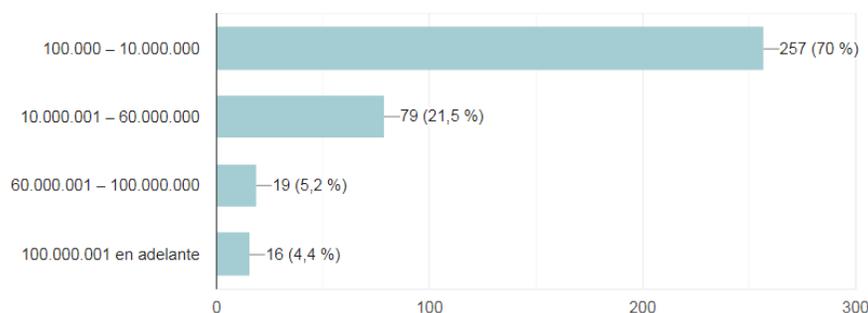
La mayoría de los empresarios con el 54,5% redujeron de 1 a 5 la cantidad de sus empleados en el tiempo de pandemia por la disminución de sus ventas o por el cierre de sus negocios, el siguiente porcentaje más alto con un 32% contestó que no recortó personal, pero en su mayoría es porque los propietarios son los únicos empleados del negocio. Un 7% despidió entre 6 y 10 empleados.

- Para mantener su negocio durante la pandemia, ¿ha tenido que recurrir a alguna de las siguientes fuentes de financiamiento?



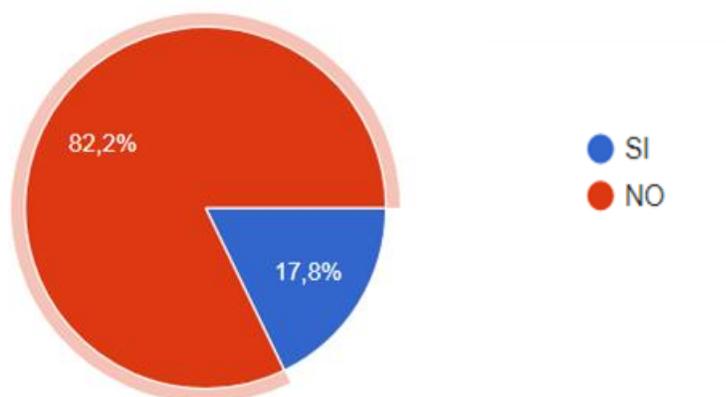
Lara mantener los negocios los empresarios en su mayoría con un 45,3% decidieron adquirir un préstamo con un familiar o conocido, acudieron al sector financiero un 25,7% de empresarios, un 14,1% acudieron a los gota a gota ya que están reportados en los bancos y un 11,3% tuvieron que vender algunos activos para sostener sus negocios. El 19,9% de los encuestados manifestó que no fue necesario recurrir a alguna fuente de financiamiento para sostener sus empresas.

- Si ha recurrido a fuentes de financiamiento, ¿cuál ha sido el monto requerido?



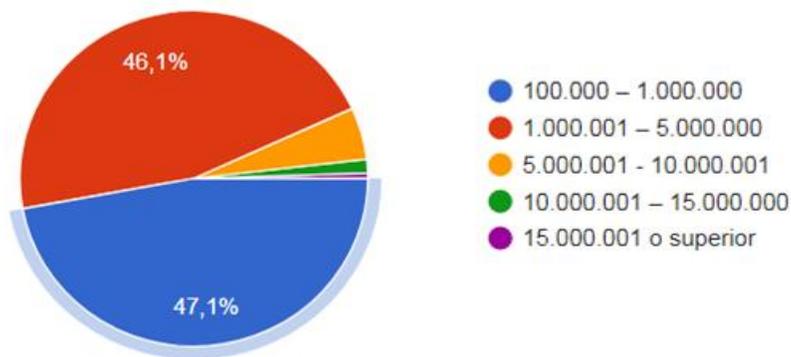
El 70% de los empresarios se endeudaron por un monto entre \$100.000 y 10 millones de pesos, un menor porcentaje el 21,5% adquirió crédito entre 10 y 60 millones de pesos, el 5,2% de encuestados solicitó crédito entre 60 y 100 millones de pesos y solo un 4,4% se endeudó por una cifra superior a los 100 millones.

- ¿El local donde realiza sus actividades comerciales es propio?



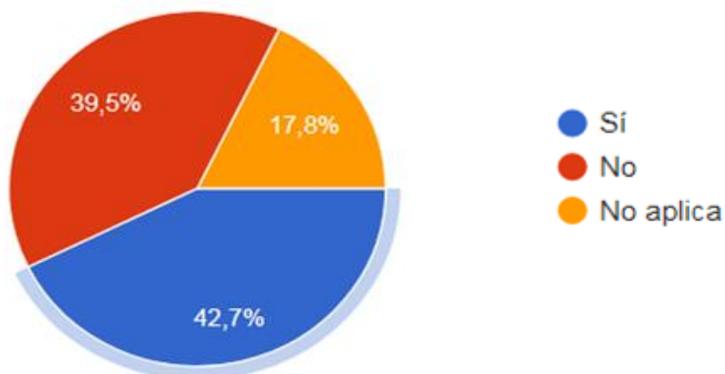
El 82,2% de empresarios realiza sus actividades comerciales en un establecimiento en arriendo y solo el 17,8% es de su propiedad

- Si la respuesta es NO ¿en cuál de los siguientes rangos se encuentra su canon de arrendamiento?



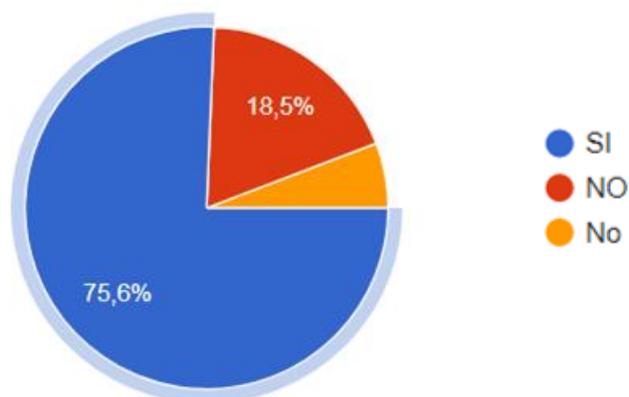
El canon de arrendamiento en un 47,1% se encuentra dentro del rango \$100.000 a 1'000.000, el 46,1% está dentro de 1 millón y 5 millones, un 5% de empresarios paga entre 5 y 10 millones, 5 personas pagan entre 10 y 15 millones y solo 2 personas de las encuestadas pagan un canon superior a 15 millones.

- ¿Durante el aislamiento obligatorio pudo llegar a algún acuerdo con su arrendatario para una disminución del canon?



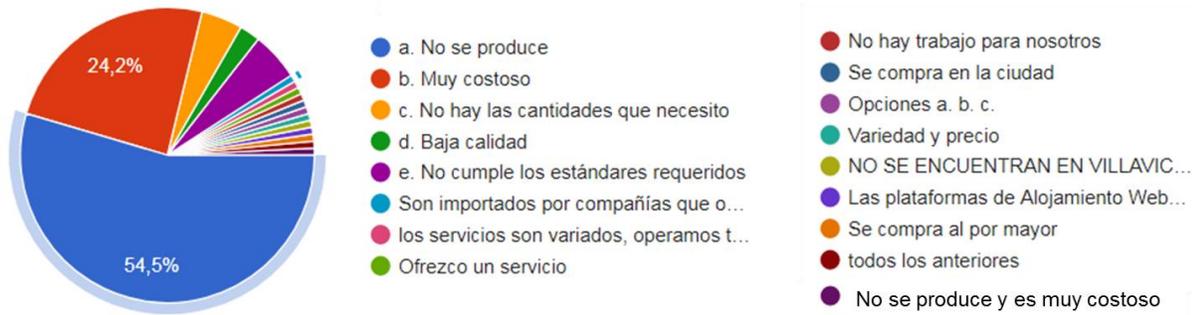
El 42,7% hicieron algún tipo de acuerdo con su arrendatario, 39,5% no logró ningún acuerdo ni beneficio y el 17,8% no aplica por ser ellos los propietarios.

- Los materiales, insumos y/o servicios que usa en su proceso de producción para los productos que comercializa o servicios que ofrece, ¿los adquiere en Villavicencio?



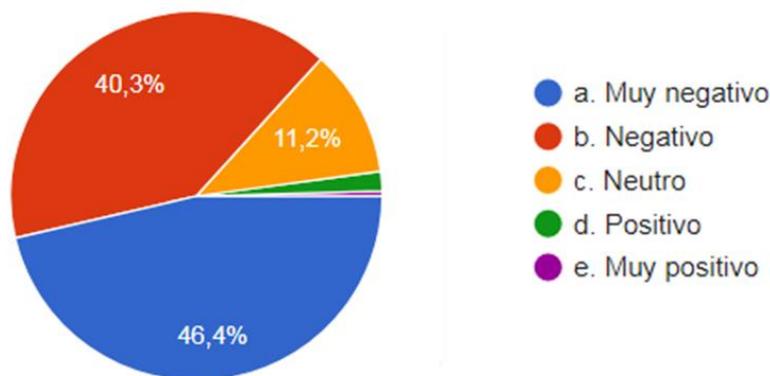
El 75,6% de los empresarios adquiere los insumos o productos a comercializar en la ciudad de Villavicencio y el 18,5% los adquiere en otras ciudades

- Si la respuesta es no, indique los motivos por los cuáles no lo compra en la ciudad.



En su mayoría los empresarios que compran fuera de la ciudad es porque estos productos no se producen en Villavicencio con una participación de 54,5%, con un 24,2% lo hacen porque aquí son muy costosos. Otros argumentos más populares son: porque no cumplen los estándares requeridos y porque no hay las cantidades necesarias.

- De acuerdo con la siguiente escala indique el nivel de afectación que ha tenido durante la pandemia.



Los empresarios manifiestan en un 46,4% que para ellos la afectación durante la pandemia fue Muy negativa, un 40,3% la calificó como Negativa, un 11,2% como Neutro, 1,7% la calificaron como Positiva y 0,4% Muy positiva

Propuestas de los Gremios y Asociaciones:

Propuestas de las Mesas Sectoriales

Gremios – Asociaciones participantes:

PARQUESOFT- ASOADERMETA – SOMOS DEL META SOMOS LLANEROS -MECA- MERUM-

1. Adoptar medidas de apoyo a la cultura: subsidios a los artistas, apoyar presentaciones culturales en sitios estratégicos de la ciudad.
2. Diseño y ejecución de eventos para los sectores productivos del municipio con la participación de artistas, planeación para implementarlo como atractivo turístico. (Feria empresarial, Feria Gastronómica, Feria Ganadera, Feria del Calzado, etc.) Promover las artesanías- souvenirs. Celebración del día de la llaneridad.
3. Formación específica y capacitación certificada focalizada en: áreas artísticas, diseño, joyería, bisutería, aptitudes ocupacionales del arte, humanidades, ciencias tecnológicas. Talleres permanentes.
4. Apoyar la profesionalización de las actividades del sector que estaría inmersa en la formalización- Convenios con universidades.
5. Plantear normatividad para actividades específicas del sector.
6. Promover la asociatividad dentro del sector.
7. Intercambio cultural y transferencia tecnológica con ciudades del país.
8. Generación de nuevos proyectos orientados al desarrollo tecnológico.
9. Apoyo a modelos de incubadoras de empresas tecnológicas.
10. Alianzas interinstitucionales para la promoción y apoyo a las actividades del sector.
11. Contratación local de servicios publicitarios, de impresión y gráficas.

SECTOR AGROPECUARIO – AGROINDUSTRIAL

Gremios, Asociaciones participantes:

CENTRAL DE ABASTOS – AGROTODOS – MERCAORINOQUIA –
AVIMETA- GANADERÍA- CIM- MERUM

1. Realizar compras de bienes y servicios a empresas y productores locales por parte de las instituciones locales.
2. Promoción, difusión, publicidad y canales de comercialización a productos locales; crear marca local "Villavicencio Agropecuario".
3. Acuerdos con entidades financieras sobre medidas de refinanciación con fines benéficos para ambas partes (Financieros-Empresariado local).
4. Capital semilla y subsidios.
5. Crear una planta o centro para transformación y/o procesamiento de productos agropecuarios con alto valor agregado.
6. Dotar de planta física (locales comerciales) en la Central de Abastos de V/cio a las asociaciones y/o empresas locales para comercializar sus productos.
7. Gestión de recursos internacionales (Cooperación internacional) para proyectos agropecuarios locales.
8. Implementar la resolución 464 de 2017 del Ministerio de Agricultura para apoyar la producción de las economías campesinas y familiares.
9. Programas para la mujer y el joven rural. (Formación y capacitación. Fortalecimiento, Plan de negocios)
10. Formación y capacitación a micro, pequeños y medianos productores en temas de fortalecimiento empresarial, asociatividad, calidad y atención al cliente, energías renovables, etc. Crear una escuela local de producción limpia.
11. Diseñar e implementar un sello social de garantía empresarial que certifique a los pequeños y medianos productores en temas relacionados con ICA, INVIMA, BPA, BPG, BPT.

SECTOR CONSTRUCCIÓN

Gremios, Asociaciones participantes:

CAMACOL- TECSOL- BLOQUEPLAS- CIM- MERUM

1. Gestión y acompañamiento municipal a gremios, empresarios y sectores formales de la economía villavicencense para búsqueda de financiación (bancaria o fondos especializados de capitalización, líneas blandas para empresas que puedan demostrar un tejido social importante en materia de empleabilidad en Villavicencio.
2. Realizar el censo con los empresarios de todos los sectores productivos con el fin de medir los impactos por pandemia.
3. Exoneración del impuesto de Delineación urbana, revisión de tarifas.
4. Reducción del pago de aportes de mayor edificabilidad.
5. Exoneración de impuestos de registro y costos de escrituración en vivienda nueva.
6. Exenciones en el impuesto predial por 5 años para vivienda nueva, vivienda y otros usos en zonas de renovación urbana.
7. Crear batería de incentivos fiscales y de norma urbana.
8. Promover el uso de materias primas ecosostenibles para la infraestructura urbana.

SECTOR COMERCIO – MANUFACTURA

Gremios, Asociaciones participantes

ASOBELLEZA – GRANDES SUPERFICIES – ASOCIACIÓN DEL COMERCIANTE DEL CENTRO- FENALCO – ANDI – CCV- CIM-MERUM

1. Ofrecer medidas de garantía y respaldo económico como subsidios y refinanciación a micro, pequeños y medianos productores y comerciantes. Proponer a entidades financieras, líneas de crédito blandas .
2. Formación y capacitación en: atención al cliente, uso de TIC'S- marketing digital (ventas en línea).
3. Medidas de promoción como eventos, ferias, campañas, ruedas de negocio a nivel local, nacional e internacional para productos y servicios locales.
4. Autorizaciones a los gremios a que coloquen sellos de seguridad a sus afiliados.
5. Participación de los gremios en las revisiones y modificaciones al pot municipal.
6. Descuentos en impuestos del orden municipal como Industria y comercio, predial, bomberos (crear excepciones focalizadas de acuerdo con los diferentes impactos en los sectores).
7. Proponer al Gob. Nal modificaciones en cuanto a excepciones y descuentos de Sayco y Acinpro.
8. Mayores esfuerzos en la difusión de normas de excepción.
9. Certificar a los domiciliarios de los comerciantes de la central de abastos.
10. Realizar compras de bienes y servicios por parte de la Alcaldía a negocios y/o empresas locales.
11. Fomentar la industrialización de pequeñas manufacturas y comerciantes.
12. Conectividad Wifi en toda la ciudad o en puntos estratégicos.

SECTOR TURISMO – GASTRONOMÍA- BARES

Gremios, Asociaciones participantes

COTELCO- ACODRES – ASOBARES- ASOBARDIS- ASOBIVIL – MECA- SOMOS DEL META SOMOS LLANEROS- MERUM-

1. Autorización para contratar por horas con su respectivo pago fraccionado, incluyendo la seguridad social.
2. Apoyo por parte de la institucionalidad local en las compras locales (comprar bienes y servicios a empresas locales).
3. Incentivos fiscales, tributarios y refinanciamiento como: descuentos en renta por alojamiento
4. Trasladar el pago del predial 2020 para 2021 y del 2021 al 2022 en cuotas; créditos con líneas especiales y con respaldo 100% del Fondo Nacional de Garantías.
5. Llevar el IVA excluido a exento y ampliar el beneficio por dos años; subvenciones por parte del estado al endeudamiento de las empresas; ajustar tarifas de bomberos y sayco-acinpro.
6. Apoyo institucional al sello Cotelco "Juntos contra el Covid" para generar seguridad, credibilidad y confianza a los huéspedes.
7. Apoyar la ampliación de los períodos de estacionalidad turística con la creación de productos, atractivos turísticos, ferias y eventos.
8. Acompañamiento y asesoramiento en los procesos de calidad y gestión integral.
9. Incentivos para aminorar los sobrecostos de materia prima-servicios.
10. Contribuir al fortalecimiento de la cultura, tradición e identidad llanera.
11. Asegurar la continuidad en la apertura de la vía a Bogotá.
12. Apoyar la creación de planes estratégicos de mercadeo del turismo local.
13. Fomentar la comercialización de productos y servicios turísticos locales a nivel de plataformas nacionales e internacionales.
14. Reforzar y/o fortalecer la infraestructura local urbana y rural en aspectos físicos, tecnológicos (virtual-conectividad), aérea, férrea, vial (intermunicipal).
15. Reforzar-fortalecer la seguridad de la ciudad (en los barrios y vías).
16. Fomentar la capacidad de asociatividad local.
17. Contribuir a la creación de proyectos en sistemas agroalimentarios sostenibles.
18. Desarrollar y articular acuerdos interinstitucionales para fortalecer la tríada Universidad-Estado-Empresa.
19. Fomentar la formalización del sector.

SECTOR INFORMAL

Gremios, Asociaciones participantes

ASOLIBERTADORES – UGTI – USCIV- VINCELL- ASOTIN- MERUM

1. Formación y capacitación en: fortalecimiento y formalización empresarial (acuerdo a la Ley 1908-2019)
2. Implementación de una política pública para el vendedor informal.
3. Caracterización y/o censo.
4. Fortalecer la seguridad en todos los aspectos.
5. Suscribir convenios con IES para consultoría jurídica focalizada.
6. Otorgar incentivos como: subsidios para vivienda; subsidios para población en extrema pobreza y población desplazada en este gremio; créditos blandos para fortalecimiento de casetas.
7. Crear proyectos productivos con plan semilla.
8. Campañas de embellecimiento del centro de la ciudad
9. Brindar jardines infantiles para hijos de vendedores ambulantes y restaurantes comunitarios.
10. Programas de recreación y deporte.
11. Acompañamiento y beneficios al adulto mayor y a madres cabeza de familia.
12. Alternativas de trabajo formal en entidades públicas y privadas.
13. Beneficios tributarios y/o fiscales: exoneración en pago de multas e intereses de todos los impuestos locales y el registro mercantil (CCV), espacio público.
14. Promoción a través de ferias y eventos.
15. Creación de asociaciones productivas para fortalecer la empleabilidad en el sector.

SECTOR TRANSPORTE

Gremios y asociaciones participantes

ATUVI- ASOPROTELLANOS – ASOACARREOS -CTP- MERUM

- 1.Transformación del parque automotor a energías renovables y compatibles con el medio ambiente.
- 2.Subsidios para el mínimo vital
- 3.Permidir al transporte especial realizar servicio de transporte mixto, créditos directos con la Alcaldía para tener aval los transportadores para reiniciar actividades, flexibilización en la contratación estatal con modelo de vehículas durante 2 años
- 4.Subsidio del 50% de la tarifa, congelamiento de seguro obligatorio y rodamientos
- 5.Promover la contratación local con empresas de la construcción, hidrocarburos, operadores de turismo.
- 6.Plataforma digital para promocionar los servicios del gremio del transporte.
- 7.Promover la asociatividad

Matriz Plan de Acción para la Reactivación Económica y Social del Municipio de Villavicencio

Luego de un proceso de diagnóstico y concertación con los diferentes actores de la triple hélice; empresa, universidad y Estado, se consolidaron 65 acciones que le apuntan a la reactivación económica y social del municipio de Villavicencio y que serán ejecutadas durante los próximos 15 meses, es decir de octubre de 2020 a diciembre de 2021.

Esas acciones puntuales se ejecutarán en el marco de un esquema de circuitos de economía local y a continuación se presenta la dinámica que se desarrollará y que en conjunto configura el circuito para la reactivación de Villavicencio:

Circuito de Desarrollo Económico

Es el momento para el emprendimiento, la creatividad y la transformación digital empresarial. Se proponen 55 acciones para la reactivación del desarrollo económico local, y algunas de las actividades más relevantes son las siguientes.

Para dinamizar la actividad comercial, de servicios y cultural se proponen tomas periódicas culturales y de promoción empresarial concertadas con el comercio en zonas claves de la ciudad. En particular para el centro histórico de la ciudad y la zona rosa del 7 de agosto se propone desarrollar una agenda de eventos nocturnos con artistas y peatonalización de determinadas calles en unos horarios definidos, con puntos de control de ingreso y salida para que los negocios como discotecas, bares y restaurantes puedan lograr un aforo sostenible con distanciamiento bioseguro. La agenda, artistas, temáticas, organización y demás aspectos normativos, serán concertados y financiados por comerciantes y la administración municipal, favoreciendo especialmente la participación y toma de decisiones de los artistas y gremios locales asociados. Con dicha estrategia se pretende generar una nueva experiencia de ciudad, un producto con valor agregado para esparcimiento

de locales y turistas, fortaleciendo las oportunidades laborales, visibilización de las empresas y artistas y que se posicione la ciudad como referente nacional en entretenimiento.

Simultáneamente, con la estrategia de Nodos de Desarrollo Económico Local, que tendrá un énfasis en las comunas 4, 5 y 8, por sus características y dinámicas socioeconómicas, crearemos un directorio y estudio con caracterización y mapeo por comunas y códigos CIIU de los actores formales e informales que integran las dinámicas empresariales en la ciudad; incluyendo identificación de productos y servicios de la industria, las manufacturas, el comercio, la cultura y la tecnología. La prioridad es identificar los talentos, las capacidades y potenciales locales y también fomentar la asociatividad y fortalecer las cadenas de valor e industrias creativas. Para estas últimas se declararán incentivos tributarios a la inversión en actividades culturales, creativas y/o de tecnología mediante las Áreas de Desarrollo Naranja - ADN. Con dicha estrategia se proyecta integrar a instituciones educativas, empresas y organizaciones sociales, para crear polos de desarrollo económico naranja y profesionalización de habilidades en puntos estratégicos de la ciudad, donde lo público y lo privado articulen esfuerzos.

La transformación digital es primordial, por eso se apoyará a los pequeños negocios con kits de transformación digital, que incluyen pasarelas de pago y tiendas virtuales para crear circuitos de economía local competitivos y con alta capacidad de adaptación ante las nuevas dinámicas de pandemia y transformación digital. La visibilización de ese tejido empresarial se apalancará también con macrorruedas y ferias sectoriales y comunales, así como con ruedas municipales de productores y proveedores; la implementación de un sello de calidad local para una estrategia de comercialización nacional y una fuerte campaña de compras locales tanto desde el sector público, como desde el privado.

Adicionalmente, desde el Centro de Fomento Empresarial físico y virtual se desarrollará una línea especial de acompañamiento a la incubación y

aceleración de ideas de negocio, incluyendo apoyo en la formulación de proyectos para la participación en convocatorias locales, nacionales e internacionales de recursos. Es de destacar que dicha apuesta de la alcaldía se suma a iniciativas de otras importantes organizaciones de carácter público y privado de la ciudad que también están trabajando por consolidar centros de desarrollo empresarial y con ellos se buscará articular esfuerzos para armonizar la configuración de un ecosistema de acompañamiento a emprendimientos, en los cuales la economía naranja y la industria serán protagonistas.

La formación para el trabajo no puede parar, por eso se propone con la plataforma internacional de educación virtual Coursera, una oferta de 25 mil cupos en más de 4 mil cursos virtuales con universidades de todo el mundo, certificados y totalmente gratuitos. En esta oferta, la formación en habilidades en Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemáticas es especialmente importante y se promoverá su aprovechamiento, entendiendo que son las habilidades esenciales para la modernización de la fuerza laboral, el tejido empresarial y mejorar los índices de competitividad de ciudad.

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados		Periodo de Inicio
COMPRA LLANERO	Crear el Centro de Fomento e Innovación Empresarial de Villavicencio	Fortalecer el tejido empresarial y aportar a la Reactivación empresarial a MiPymes del Municipio de Villavicencio	500	N° empresas acompañadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Cámara de Comercio de Villavicencio, EAAV, Instituto de Turismo de Villavicencio	II Semestre de 2020
	Implementar estrategia para incrementar el número de MiPymes con ventas a través de plataformas internacionales de eComerce	MiPymes con tienda virtual en plataformas internacionales de eComerce	50	N° de nuevas MiPymes con ventas a través de Internet/N° de nuevas MiPymes con ventas a través de Internet programadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	MinTIC, Parkesoft, Amazon Colombia, Mercado Libre	I Semestre de 2021
	Integrar los ejercicios académicos de las universidades de la región para tener una base de mejoramiento de procesos económicos y productivos locales	Recoger trabajos de las universidades para mejoramiento de procesos económicos y productivos	10	Número de estrategias articuladas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	MERUM	II Semestre de 2020
	Implementar la Vitrina "Villavicencio Con Toda" en grandes superficies	Visibilizar los productos locales a través de canales de comercialización en las grandes superficies de la ciudad	4	Número de grandes superficies con espacios destinados solo para productos-productores locales	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Grupo Éxito, Carulla, Fenalco	II Semestre de 2020
	Definir Nodos de Desarrollo Económico Comunal	Mapear las actividades económicas de las comunas 4,5 y 8 para desarrollar estrategias de fortalecimiento empresarial	20	Estrategias de fortalecimiento empresarial implementadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo		II Semestre de 2020

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados		Periodo de Inicio
COMPRA LLANERO	Implementar Planes piloto de bares, gastrobares, billares y restaurantes.	Reapertura comercial de los establecimientos con expendio de bebidas embriagantes a la mesa y restaurantes.	100%	Porcentaje de bares y billares funcionando	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	MinInterior, MinSalud, Asobares, Asobardi	II Semestre de 2020
	Diseñar e implementar el sello "Hecho en Villavicencio" como estrategia para la promoción de compras locales	Uso del sello "Hecho en Villavicencio" por los empresarios locales	150	N° empresas con sello local / N° empresas programadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Comité Gremial Local	I Semestre de 2021
	Generar una estrategia de compras locales a través del posicionamiento del sello "Colombia Compra Llanero"	Implementar la estrategia del sello "Hecho en Villavicencio" en empresas locales	300	N° empresas impactadas/ N° empresas programadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Comité Gremial Local	I Semestre 2021
	Apoyar a las asociaciones de productores en la formulación de proyectos agropecuarios para atraer recursos de cooperación internacional, convocatorias públicas o cofinanciación privada	Número de asociaciones beneficiadas	10	N° asociaciones beneficiadas con el programa/ N° asociaciones programadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	MERUM	II Semestre de 2020
	Implementar proyectos productivos para mujeres y jóvenes rurales	Proyectos implementados	2	N° de proyectos implementados/ N° proyectos programadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Consejo Municipal de Desarrollo Rural	II Semestre de 2020
	Organizar macrorruedas y ferias de negocio en el ámbito local, nacional e internacional	Desarrollar macrorruedas de negocio y ferias empresariales	3	N° de eventos realizados / N° de eventos programados	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Comité Gremial Local	I Semestre de 2021

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados		Periodo de Inicio
COMPRA LLANERO	Consolidar los clústeres activos en el Municipio de Villavicencio	Clústeres activos consolidados	2	N° iniciativas clúster fortalecidas/ N° iniciativas clúster programadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Comité Gremial Local	I Semestre de 2021
	Articular con el Gobierno Nacional para fortalecimiento de Micronegocios a través de la estrategia "Economía para la Gente"	Beneficiar a micronegocios con la estrategia nacional "Economía para la Gente"	1500	N° micronegocios beneficiados/ N° micronegocios programados	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	MinTIC, Uniminuto	I Semestre de 2021
	Implementar estrategia de nuevos mercados: Villavices Colombia	<p>Formular e implementar la estrategia de posicionamiento de los productos locales en los mercados cercanos a la ciudad donde tenemos ventajas comparativas.</p> <p>Hacia Bogotá el mercado más importante del país, estarían dirigidos bienes Agropecuarios y agroindustriales.</p> <p>Hacia los llanos orientales, estarían dirigidos los bienes industriales y agroindustriales.</p>	100	N° de productos locales posicionados /N° de productos locales programados	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	CCV y Comité Gremial	I Semestre 2021
	Adoptar la política de compras locales en el ámbito municipal	Incrementar el porcentaje de compras locales del Municipio y otras entidades públicas.	100	N° productores beneficiados/ N° productores programados	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	CCV, Comité Gremial Local, FENALCO	I Semestre 2021
	Creación del Fondo Público "Villavicencio Con Toda"	Financiar iniciativas empresariales locales	150	N° iniciativas financiadas/ N° iniciativas programadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Comité Gremial Local	II Semestre 2020

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados		Periodo de Inicio
COMPRA LLANERO	Generar una estrategia de incentivos tributarios y/o no tributarios para la industrialización del Municipio de Villavicencio	Acuerdo municipal de incentivos tributarios y/o no tributarios	1	Nº acuerdos sancionados/ Nº acuerdos programadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Secretaría de Hacienda, Concejo Municipal de Villavicencio, Cámara de Comercio de Villavicencio - CCV, INVMA e ICA	I Semestre 2021
	Hacer seguimiento a la estabilidad de la Vía Bogota - Villavicencio	Acompañamiento a veeduría ciudadanas, técnicas y académicas sobre el estado de la vía Bogota - Villavicencio	4	Numero de reuniones técnicas anuales	Alcaldía de Villavicencio	Camacol	II Semestre 2020
	Activar locales Central de Abastos Llanabastos y reubicar casetas comerciales propiedad del Municipio	Incluir comerciantes o productores que quieran ocupar locales de la Alcaldía de Villavicencio en Llanabastos, así como reubicar y reasignar las casetas comerciales propiedad del Municipio	50	Casetas y locales entregados	Secretaría de Control Físico	Central de Abastos - Llanabastos	I Semestre 2021

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados		Periodo de Inicio
ENAMORATE DE VILLAVICENCIO	Iniciar construcción Parque Alma Viva	Puesta en funcionamiento del Parque Alma Viva	1	Parque construido	Alcaldía de Villavicencio	Empresa privada	I Semestre de 2021
	Iniciar construcción Parque de Las Aves	Puesta en funcionamiento del Parque de las Aves	1	Parque construido	Secretaría medio ambiente	Empresa privada	I Semestre de 2021
	Habilitar Galería Campesina del 7 de Agosto	Habilitar espacio de la plaza 7 de agosto para comercialización directa para los campesinos, artesanos, comerciantes y microempresas turísticas	1	Plaza habilitada	Instituto de Turismo de Villavicencio	Secretaría de Competitividad y Desarrollo y Mercaorinoquia	II Semestre 2020
	Iniciar diseño y construcción del Museo de la biodiversidad	Construir el museo de la biodiversidad	1	Museo construido	Corcumvi		I Semestre de 2021
	Iniciar diseño y construcción del Parque Gastronómico "Caldo Parao"	Habilitar espacio popular de comercialización para los productores del antiguo Caldo Parao	1	Plaza habilitada	Secretaría de Control Físico	Comité Gremial Local	I Semestre 2021
	Definir Ruta del Patrimonio	Definir ruta del patrimonio cultural, gastronómico y turístico de la ciudad.	1	Documento establecido	Corcumvi		II Semestre 2020
	Diseñar, formular e implementar estrategia Villavicencio 24 horas	Generar actividad comercial en horario nocturno en la ciudad de Villavicencio	1	N° de estrategias implementada / N° de estrategias programadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Policía Nacional, CCV, Comité Gremial	I Semestre 2021
	Implementar estrategia de Embellecimiento y Mantenimiento de Parques como Atractivo Turístico	Embellecimiento de parques de la ciudad	5	Parques embellecidos	Secretaría de Control Físico	Empresa privada	II Semestre de 2020

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados		Periodo de Inicio
ENAMORATE DE VILLAVICENCIO	Generar estrategia para posicionar a Villavicencio como la ciudad destino educativa de la Orinoquia	Incrementar el número de estudiantes de la Orinoquia que eligen a Villavicencio como destino educativo	500	N° de estudiantes matriculados/ N° estudiantes programadas	Secretaría de Educación	Comité Gremial Local, MERUM	I Semestre 2021
	Relanzar la campaña "Enamorate de Villavicencio" para el posicionamiento del Municipio como destino turístico de talla mundial	Posicionar a Villavicencio como un destino turístico internacional	1	% Avance en la ejecución de la campaña	Instituto de Turismo de Villavicencio	Comité Gremial Local de Reactivación Económica	II Semestre 2020
	Lanzar la Estrategia "Villavicencio con Toda"	Estrategia fuerte de Marketing que permitirá generar un ambiente propicio de atracción de inversión nacional e internacional en Villavicencio	50	N° empresas creadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo		I Semestre 2021
	Implementar las Áreas de Desarrollo Naranja	Definir polígonos que serán destinados para el fomento de las industrias creativas vía incentivos a la inversión y tributarios	1	Áreas de Desarrollo Naranja creadas	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Corcumvi, MinCultura	II Semestre 2020
	Implementar programa de capacitación y cualificación de operadores turísticos	Operadores turísticos capacitados y cualificados	100	N° de operadores beneficiados /N° operadores programados	Instituto de Turismo de Villavicencio	Comité Gremial Local	II Semestre de 2020

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados		Periodo de Inicio
CIUDAD MODERNA Y SOSTENIBLE	Iniciar Construcción Polideportivo Comuna 8	Puesta en funcionamiento del Polideportivo de la Comuna 8	1	Polideportivo construido	IMDER	Empresa privada	I Semestre de 2021
	Iniciar Construcción Polideportivo Comuna 4	Puesta en funcionamiento del Polideportivo de la Comuna 4	1	Polideportivo construido	IMDER	Empresa privada	I Semestre de 2021
	Desarrollar Construcción, rehabilitación y/o mantenimiento de parques	Mejorar los espacios públicos de la ciudad	6	Parques construidos, rehabilitados y/o mantenidos	Secretaría de Infraestructura		I Semestre de 2021
	Realizar Construcción de alcantarillado pluvial	Barrios impactados con mejoramiento vial y alcantarillado pluvial construido	2	Barrios intervenidos	Secretaría de Infraestructura	EAAV	I Semestre de 2021
	Realizar Construcción de pavimento flexible y reposición de redes alcantarillado sanitario y pluvial	Barrios impactados con mejoramiento vial y alcantarillado pluvial construido	2	Barrios intervenidos	Secretaría de Infraestructura	EAAV	I Semestre de 2021
	Mejorar infraestructura de servicios públicos; gas, comunicación y/o agua potable	Barrios impactados con mejoramiento en infraestructura de servicios públicos	3	Barrios intervenidos	Secretaría de Infraestructura	EAAV, Llanogás	I Semestre de 2021
	Gestionar subsidios para el mejoramiento y creación de viviendas ubicadas en el área urbano y rural del Municipio	Mejoramientos de vivienda implementados	3000	Número de subsidios generados	Piedemonte	MinVivienda	I Semestre de 2020

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados		Periodo de Inicio
CIUDAD MODERNA Y SOSTENIBLE	Definir Fondo MSMP	Generar institucionalmente un programa que permita promover, cofinanciar, complementar, ejecutar y desarrollar políticas de vivienda municipal de interés social y/o prioritario, principalmente para población vulnerable	1	Programa implementado	Piedemonte	MinVivienda	I Semestre de 2021
	Implementar instrumento de captura de valor del suelo a través del acuerdo 417	Implementar los instrumentos propuestos en el acuerdo 417 de política fiscal para la generación el pago de plusvalía anticipada.	1	Documento de instrumento implementado	Secretaría de Planeación		II Semestre de 2020
	Implementar la Incorporación del suelo	Implementación Ley 1753 de 2015, Incorporar y habilitar áreas urbanas y de otras clases de suelo para la construcción de vivienda (MSMP) y sus usos complementarios.	1	Documento de ley implementada	Secretaría de Planeación		II Semestre de 2020
	Reglamentar la Edificabilidad por conservación	Reglamentar el instrumento de compensación de las áreas definidas como conservación ambiental con derechos de edificabilidad adicional para la restauración y transferencia a favor del municipio.	1	Documentos de Instrumento reglamentado	Secretaría de Planeación		II Semestre de 2020
	Reglamentar la Delineación Urbana	Modificación al impuesto de delineación urbana para generar tratamiento diferencial que motive la construcción en villavicencio	1	Impuesto modificado	Secretaría de Planeación		I Semestre de 2021

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados	Periodo de Inicio
CIUDAD MODERNA Y SOSTENIBLE	Reglamentar la gestión de compensación de la carga de vivienda de interés prioritario VIP	Derogar los decretos 1000-21/496 de 2017 y el decreto 1000-21/150 de 2019 y reglamentar el instrumento local de compensación de la carga de vivienda de interés prioritario VIP.	1	Instrumento local reglamentado	Secretaría de Planeación	II Semestre de 2020
	Realizar construcción y/o Reforzamiento estructural de los diferentes puentes vehiculares, peatonales, box culvert y pontones en el Municipio	Infraestructura reforzada	8	Número de obras intervenidas	Secretaría de Infraestructura	II Semestre de 2020
	Realizar Ampliación, rehabilitación y mejoramiento de la malla vial del Municipio	Malla vial intervenida	8	Número de obras intervenidas	Secretaría de Infraestructura	II Semestre de 2020
	Gestionar construcción del Corredor Av Colombia	Malla vial construida	1	Número de obras	Secretaría de Infraestructura	I Semestre de 2021
	Mejorar las vías terciarias para el progreso y desarrollo rural en la Vereda la Unión (alto)	Malla vial construida	4	Número de obras intervenidas	Secretaría de Infraestructura	II Semestre de 2020
	Realizar rehabilitación de las edificaciones y áreas públicas del municipio de Villavicencio	Edificaciones y áreas públicas intervenidas	5	Número de edificaciones y áreas públicas rehabilitadas	Secretaría de Infraestructura	II Semestre de 2020

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados	Periodo de Inicio	
CIUDAD INTELIGENTE	Agilizar el trámite de permisos de construcción	Reducir el número de días requeridos para inicio de nuevas construcciones	10	N° de días necesarios para obtener permiso de construcción en 2021 - N° de días necesarios para obtener permiso de construcción en 2020	Alcaldía de Villavicencio	Curaduría Urbana	I semestre de 2021
	Generar programa de formación virtual para ciudadanos de Villavicencio	Capacitar a través de Coursera a los villavicensenses	25000	Numero de personas certificadas en cursos universitarios de manera virtual	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Comité Gremial Local	II Semestre 2020
	Reducir el tiempo de creación de nuevas empresas a partir de la digitalización del trámite administrativo interinstitucional	Reducir el número de días requeridos para la creación de una nueva empresa	3	N° de días necesarios para crear una empresa en 2021 - N° de días necesarios para crear una empresa en 2020	Alcaldía de Villavicencio	Camara de Comercio de Villavicencio, Curaduría Urbana, DIAN	I semestre de 2021
	Implementar Kits de transformación digital	Paquetes de pasarelas de pago, tiendas virtuales y estrategias de marketing digital para los pequeños negocios	1000	Paquetes de servicios digitales, pasarelas de pago, tiendas virtuales	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	MinTIC	II Semestre de 2020
	Desarrollar Proyectos de Energías Alternativas	Tres proyectos de energías alternativas.	3	Acta de inicio de los proyectos de energía alternativa	Alcaldía de Villavicencio	E AAV	II Semestre de 2020

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados		Periodo de Inicio
CIUDAD INTELIGENTE	Crear comité de innovación	Creación del comité de innovación pública que permite desarrollar trámites y servicios ágiles, confiables y digitales, que aumentan la eficiencia y competitividad del gobierno local.	1	Comité de innovación creado	Secretaría TICS		II Semestre de 2020
	Crear la Empresa de Tecnología y Servicios de Villavicencio	Consolidaremos la mayor empresa de tecnología de la región para que funcione como un ancla que atraiga las industrias de base tecnológica y genere ventas a nivel regional, nacional y global.	1	Empresa creada	Secretaría TICS	MinTIC	I Semestre de 2021
	Realizar el lanzamiento de la unidad de negocio de Internet del municipio de Villavicencio	Con esta se intensificará la transformación digital del sector empresarial, educativo y de la ciudadanía en su conjunto mejorando la competitividad del municipio.	1	Unidad de negocio de internet creada y en operación	Secretaría TICS	MinTIC	I semestre de 2021
	Generar la modernización de sistemas expertos de video vigilancia con IA	Iniciar la transición y el uso de la inteligencia artificial en sistemas expertos para la seguridad ciudadana, potencializará pronósticos delictivos y permitirá la toma de decisiones basadas en datos, con ello también aumentará la confianza inversionista y el desarrollo del comercio y la industria municipal y regional.	1	Creación de la unidad de negocio	Secretaría TICS	MinTIC	I semestre de 2021
	Potenciar la Plataforma SIRAE para el seguimiento a la evolución del tejido empresarial del Municipio	Consolidar la plataforma SIRAE como herramienta tecnológica para el desarrollo del tejido empresarial	1	Plataforma operando	Secretaría de Competitividad y Desarrollo	Secretaría de TIC	I Semestre de 2021

Componente estratégico	Actividad	Meta	Cantidad	Indicador	Responsable / Aliados		Periodo de inicio
CIUDAD INTELIGENTE	Generar programa de desarrollo del talento y la industria TI	El municipio potenciará empleo juvenil, aprovechará los 2000 computadores para educar que se reciben en diciembre por el Mintic, entregará otros 1000 y capacitará con aliados locales a los jóvenes promocionando posteriormente sus servicios desde Internet a múltiples mercados.	1	Programa de generación de empresas de digitalización comercial	Secretaría TICS	Empresas locales	II Semestre 2020
	Habilitar operador de Gestión Catastral a la vanguardia	Habilitar un operador de las mayores capacidades tecnológicas y humanas permitirá una mejora considerable de las posibilidades de inversión municipal en otros programas que permiten potenciar el empleo.	1	Unidad de gestión y operador catastral en operación	Alcaldía de Villavicencio	IGAC	I Semestre de 2021
	Diseñar e implementar un programa de apoyo a empresas locales a través de campañas de marketing digital	Empresas locales beneficiadas por el programa de marketing digital	300	N° empresas beneficiadas con el programa /N° empresas programadas	Alcaldía de Villavicencio	Comité Gremial Local	I Semestre de 2021
	Crear la estrategia Ingenio Joven	Estrategia orientada a la identificación de jóvenes talentosos e ingeniosos en el municipio de Villavicencio, con el propósito de materializar ideas y conocimientos que fortalezcan el Nuevo Servicio Público de la Administración.	200	Número de jóvenes beneficiados	Secretaría desarrollo Institucional		II Semestre 2020
	Aplicar Sofisticación y transformación tecnológica de la Movilidad	Aplicar un robusto conjunto de soluciones que impacten positivamente el recaudo por trámites y servicios, la agilidad en los sistemas de transporte y los desplazamientos en general.	1	Unidad y modernización implementada	Secretaría de Movilidad	TICS	I Semestre de 2021

Impacto Esperado de la Implementación del Plan

El Plan de Reactivación Económica y Social “Villavicencio Con Toda” tiene como objetivo principal recuperar en menos de 15 meses, es decir, a diciembre de 2021 más de 30.000 ocupados en la medida en que se dinamiza la economía de la ciudad.

Para lograrlo se identificaron cuatro (4) ejes centrales que integran 65 actividades, las cuales incluyen varias actividades para lograr fortalecer la demanda de los hogares junto a la estructura productiva a través de compras locales, posicionamiento estratégico de la ciudad y desarrollo urbano y tecnológico. Lo anterior, resumido en los ejes Compra Llanero, Enamórate de Villavicencio, Ciudad Moderna y Sostenible y Ciudad Inteligente.

Compra Llanero: Este eje busca recuperar 13.870 ocupados por medio del fortalecimiento de las compras locales, impulso al tejido empresarial, acceso a financiación, desarrollo de nuevos mercados y consolidación de los procesos de asociatividad empresarial.

Enamórate de Villavicencio: El eje tiene como objetivo recuperar al menos 7.100 ocupados a través del posicionamiento de Villavicencio como un destino turístico del país, a partir del aprovechamiento de la riqueza natural, cultural, gastronómica y comercial donde los propios y forasteros se sientan a gusto en el Municipio.

Ciudad Moderna y Sostenible: Este eje tiene como meta recuperar 3.175 empleos de la mano con el sector de la construcción, por ser este el sector que más encadenamientos productivos genera, y con ello, permite el fortalecimiento de otras ramas de la economía local.

Ciudad Inteligente: El eje busca lograr que Villavicencio mejore la agilidad, la sofisticación, la eficiencia, la competitividad y el

aprovechamiento de sus capacidades tecnológicas, la digitalización y la innovación. En el marco del desarrollo de la implementación de las acciones de este eje se podrán recuperar 6.350 ocupados.

Por lo tanto, la recuperación económica y social e la ciudad requiere el compromiso y unión de esfuerzos del Gobierno Municipal, el sector productivo y lo más importante el compromiso de todos y cada uno de los ciudadanos a partir de las compras locales, la prestación de un servicio de calidad a los turísticas y la cultura ciudadana que permita posicionarnos en el mediano y largo plazo como una ciudad de oportunidades para todos.