



INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO

**NECESIDAD DEL BIEN
O SERVICIO**

Código: FR-GC100-010

Fecha: 2018/07/27

Versión: 01

Página 1 de 7

Villavicencio, 24 de febrero de 2025

Doctor
JAVIER MAURICIO SALINAS VARON
Director General
Instituto de Turismo de Villavicencio

Asunto: **NECESIDAD DEL BIEN O SERVICIO**

| INFORMACIÓN GENERAL | |
|---|--|
| PROGRAMA: | (3502) Productividad y competitividad de las empresas colombianas. |
| SUBPROGRAMA: | N/A |
| META | (282) Promocionar la marca VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO a través de la implementación de campañas de promoción turística, articuladas con la marca país. |
| PROYECTO: | IMPLEMENTACION CAMPAÑAS DE PROMOCION TURISTICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO EN VILLAVICENCIO META |
| RUBRO PRESUPUESTAL | Implementacion campañas de promoción turística para el posicionamiento de la marca villavo aquí esta el llano en villavicencio, meta |
| CÓDIGO: | 2.3.2.02.02.008.16-02 |
| FUENTE: | ICLD |
| POBLACIÓN BENEFICIADA CON EL OBJETO A CONTRATAR: | La ciudadanía de Villavicencio, turistas y visitantes de Villavicencio. |

Nota. Esta información se incorpora de acuerdo con el certificado de Bancos, programas y proyectos.

1. LA DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE LA ENTIDAD ESTATAL PRETENDE SATISFACER CON EL PROCESO DE CONTRATACIÓN.

El Instituto De Turismo De Villavicencio fue transformado mediante Decreto 337 del 2008 como un establecimiento público, descentralizado, adscrito al Departamento Administrativo de Planeación de Alcaldía de Villavicencio, con autonomía administrativa, financiera, personería jurídica y patrimonio independiente.



Actualmente, El Instituto De Turismo De Villavicencio, se encuentra adscrito a la secretaria de Competitividad y Desarrollo Empresarial de la Alcaldía de Villavicencio, de conformidad con el artículo 65 del Acuerdo N° 172 de 2012.

La Misión del Instituto de Turismo de Villavicencio es promover y posicionar la ciudad de Villavicencio como destino turístico competitivo, a partir de procesos de articulación, planeación prospectiva y desarrollo que dinamicen el sector, bajo lineamientos de inclusión y sostenibilidad social, ambiental, económica y cultural.

La Visión del Instituto de Turismo de Villavicencio para el año 2034 será la entidad líder en la articulación del sector para generar en Villavicencio una fuente inagotable de momentos irremplazables que hagan de la ciudad el primer destino turístico de naturaleza a nivel nacional y una opción internacional.

Instituto de Turismo de Villavicencio cuenta con los siguientes objetivos Estratégicos:

1. Mejorar la competitividad mercadeo y promoción de Villavicencio como destino turístico
2. Crear e implementar un producto turístico con elementos característicos de la región para el municipio de Villavicencio.
3. Mejorar los estándares de calidad de los operadores y prestadores de servicios turísticos del Municipio de Villavicencio.
4. Fortalecer los potenciales gastronómicos, culturales y naturales ecológicos como productos turísticos del municipio de Villavicencio.
5. Gestionar la conformación del clúster turístico que permita mejorar la competitividad del sector.

El plan de Desarrollo Municipal de Villavicencio 2024 – 2027 "Villavo Somos todos, contempla en eje 3, Villavo puerta de oportunidades y en su programa (3502) Productividad y competitividad de las empresas colombianas; cumpliendo las metas del programa en mención, bajo el proyecto IMPLEMENTACION CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO EN VILLAVICENCIO, META; indica el objetivo de: Mejorar el nivel de reconocimiento de Villavicencio como destino turístico.

Por otra parte, según la ley 300 de 1996, la cual reconoce al turismo como actividad prioritaria para el desarrollo económico del país y estableció los objetivos de la política hacia su competitividad y sostenibilidad, dada la potencialidad que este sector tiene para el país; a nivel local contamos con la visita mensual de aproximadamente de 9.700 turistas, aportando a la economía del municipio dando inicio a fortalecer un nodo comercial de Turismo.

El turismo contribuye a la reducción de las desigualdades territoriales a través de la promoción del desarrollo económico local en destinos estratégicos (OMT, 2005)



INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO

**NECESIDAD DEL BIEN
O SERVICIO**

Código: FR-GC100-010

Fecha: 2018/07/27

Versión: 01

Página 3 de 7

Cuando se planifica y gestiona adecuadamente, el turismo sostenible puede contribuir a mejorar los medios de vida, la inclusión y la protección del patrimonio cultural y los recursos naturales, es altamente intensivo en mano de obra, facilita el desarrollo de nuevas infraestructuras y revitaliza las ciudades modernas e históricas (Banco Mundial, 2017). Esto es particularmente relevante en las zonas más afectadas por el conflicto interno del país, que ya están viendo cierto dinamismo, aunque frágil, en sus economías.

La biodiversidad y riqueza cultural hacen de Villavicencio un destino único con una ventaja competitiva tanto a nivel global como regional. La aplicación de un enfoque de turismo cultural y sostenible puede ser una fuente importante de ingresos que beneficie a las comunidades locales, aspecto fundamental para la conservación de la vida silvestre y la naturaleza.

Las estrategias de promoción turística se han posicionado en destinos turísticos, principalmente internacionales, como Brasil, México, España, entre muchos otros, los cuales plantean distintas estrategias dentro de planes de promoción, teniendo como base principal las características de la comunidad y del destino, identificadas por los diferentes sectores turísticos de la comunidad. La promoción turística debe ser vista como parte fundamental de los productos turísticos dentro de los destinos, según Acerenza, (2006) es la relación entre el producto, las relaciones públicas y la manera de dar a conocer un producto o servicio.

En el caso de la imagen y reconocimiento de destinos turísticos dentro y fuera de Colombia, es de gran importancia debido a que con esta se puede aprovechar de la mejor manera los recursos turísticos del municipio para así aumentar la demanda de turistas, mejorando la calidad de vida de una comunidad. Teniendo en cuenta lo anterior, la problemática actual de Villavicencio, es el bajo posicionamiento turístico del municipio y desarraigo de la cultura que trae consigo problemáticas como el deterioro de los atractivos turísticos además de un bajo índice de turistas que reconozcan al municipio.

El municipio de Villavicencio requiere una estrategia de gestión y promoción articulada a sus recursos y atractivos, esto repercute en la imagen del territorio que se proyecta a nivel nacional, pues los diferentes atractivos no son reconocidos por turistas al interior del país.

La política pública es un conjunto de objetivos colectivos, respuestas y acciones institucionales, que buscan resolver de fondo una problemática pública determinada. En este sentido, la política pública es producto de la construcción participativa entre actores como la academia, empresa privada, sociedad civil y gobierno; se concentra en la visión de largo plazo de la ciudad y se materializa a través de planes, programas y proyectos. De acuerdo con el desarrollo de las fases para la elaboración de una política pública se enmarcan en el diagnóstico, la formulación e implementación. Las



INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO

NECESIDAD DEL BIEN
O SERVICIO

Código: FR-GC100-010

Fecha: 2018/07/27

Versión: 01

Página 4 de 7

políticas públicas enfocadas al turismo marcan la línea de ruta, hacia dónde va a crecer el destino, cuál es su mercado meta, que infraestructura se va a ocupar, entre otros factores determinantes en la planificación territorial y turística.

Actualmente existe el acuerdo 587 de 2023, por medio del cual se adopta la Política Pública de Turismo del municipio de Villavicencio, y cuenta con el objetivo de *"consolidar al municipio como destino turístico biodiverso, competitivo, responsable, seguro y sostenible por medio de la implementación de estrategias innovadoras... con el fin de lograr posicionamiento a nivel nacional e internacional."*

El objetivo de la implementación de la Política Pública mencionada es consolidar a Villavicencio como destino turístico biodiverso, competitivo, responsable, seguro y sostenible; para lograr esto es de suma importancia tener continuamente un seguimiento en el cumplimiento con el plan de acción de los nueve (9) ejes estratégicos, con el fin de obtener los resultados esperados y que el Instituto cumpla con el acuerdo, lo que conlleva también a garantizar un uso eficiente de los recursos públicos dispuestos por el instituto para lograr satisfacer las necesidades de atención alineadas al acuerdo en mención además que realice actividades de seguimiento, organización de evidencias de las actividades realizadas, relacionamiento y articulación en pro al turismo municipal.

Para el ITV, es de vital importancia que tanto propios como turistas reciban, participen y disfruten de un turismo de calidad, planeado, organizado y apto; y todo esto inicia desde una buena administración, planificación y ejecución. Por lo tanto, realizando un seguimiento permanente del plan de acción de la política pública mencionada, permitirá que el Instituto pueda desarrollar acciones, gestiones y actividades completas, que permitan brindar la mejor imagen, promoción y posicionamiento de Villavicencio como destino turístico a nivel local, regional, nacional e internacional.

Siendo necesario contar con el apoyo a la gestión de una persona natural técnico administrativo velando por el cumplimiento de la Política pública de turismo y todo lo que implica la proyección y organización de la documentación generada en cumplimiento del desarrollo del plan de acción.

Que la presente contratación se encuentra inscrita en el plan anual de adquisiciones de la presente vigencia, y el Instituto de Turismo de Villavicencio, cuenta con las partidas presupuestales para garantizar la futura contratación.

2. EL OBJETO A CONTRATAR, CON SUS ESPECIFICACIONES, LAS AUTORIZACIONES, PERMISOS Y LICENCIAS REQUERIDOS PARA SU EJECUCIÓN, Y CUANDO EL CONTRATO INCLUYE DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN, LOS DOCUMENTOS TÉCNICOS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.

INSTITUTO TURISMO DE VILLAVICENCIO

CALLE 34 # 37-33 BARRIO BARZAL Villavicencio-Meta Colombia 8-6731313
turismo@turismovillavicencio.gov.co www.turismovillavicencio.gov.co



INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO

NECESIDAD DEL BIEN
O SERVICIO

Código: FR-GC100-010

Fecha: 2018/07/27

Versión: 01

Página 5 de 7

OBJETO: PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA EL SEGUIMIENTO Y MONITOREO DE LA POLITICA PUBLICA DE TURISMO EN EL MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO

CODIGO CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS.

| Código - Segmento | Código - Familia | Código - Clase | Código - Producto | Nombre - Producto |
|-------------------|------------------|----------------|-------------------|-------------------------------|
| 80000000 | 80110000 | 80111600 | 80111600 | Servicio de personal Temporal |

Nota: esta información se incorpora de acuerdo con el certificado de Plan Anual de Adquisiciones.

OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA: El futuro contratista debe asumir las disposiciones legales y administrativas establecidas en el Instituto de Turismo de Villavicencio, sin perjuicio de las exigencias establecidas en los Artículos 4° y 5° de la ley 80 de 1993 y se obliga entre otras a:

OBLIGACIONES - ACTIVIDADES ESPECÍFICAS-

1. Apoyar la alimentación del informe de gestión de la implementación del plan de acción de la Política Pública de Turismo del municipio de Villavicencio.
2. Apoyar la organización de los formatos de seguimiento de la Política Pública de Turismo del municipio de Villavicencio.
3. Apoyar en la elaboración de documentos requeridos para el cumplimiento de la política pública de turismo del municipio de Villavicencio.
4. Apoyar las diferentes actividades requeridas para el cumplimiento de la política pública de turismo del municipio de Villavicencio

OBLIGACIONES GENERALES:

1. Desarrollar el objetivo del contrato en las condiciones de calidad, oportunidad y obligaciones definidas en el presente contrato.
2. Dar a conocer al Instituto de Turismo cualquier reclamación que directa o indirectamente pueda tener algún efecto sobre el objeto del contrato o de sus obligaciones
3. Comunicar al instituto cualquier circunstancia política, jurídica, social, económica, técnica, ambiental o de cualquier otro tipo, que pueda afectar la ejecución del contrato.
4. Obrar con lealtad y buena fe en la ejecución del contrato.
5. No acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la ley con el fin de hacer u omitir algún hecho.
6. Mantener la reserva sobre la información que le sea suministrada para el desarrollo del objeto del contrato.
7. Responder por sus actuaciones u omisiones derivadas de la celebración del contrato y del mismo.



INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO

NECESIDAD DEL BIEN
O SERVICIO

Código: FR-GC100-010

Fecha: 2018/07/27

Versión: 01

Página 6 de 7

8. Adelantar todas las actividades tendientes a ejecutar totalmente el objeto contractual y disponer de todos los medios técnicos que garanticen el cumplimiento del contrato.
9. Dar cumplimiento a los requerimientos contemplados en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002, modificado por el artículo 1° de la Ley 828 de julio 10 de 2003 relativo a las constancias o certificaciones de aportes a la seguridad social y aportes parafiscales.
10. Presentar mensualmente y cuando se requiera, un informe al Supervisor designado por el Instituto de Turismo de Villavicencio, de los avances de gestión del objeto contractual.
11. Presentar en cada una de las facturas o cuenta de cobro, anexando todos los soportes requeridos para el pago, con el respectivo certificado de cumplimiento del Supervisor del contrato.
12. Asumir los descuentos de ley.

VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO: El valor del contrato se estima en la suma de **NUEVE MILLONES DE PESOS M/CTE (\$9.000.000)** Incluido impuestos, tasas y contribuciones a que hubiere lugar.

NOTA: Se aclara que el valor total de la propuesta a presentar deberá prever el IVA en caso en que aplique, así como los demás descuentos que le sean exigidos por la Ley.

FORMA DE PAGO DEL CONTRATO: El instituto pagará de acuerdo con su disponibilidad presupuestal y en periodos fijos mensuales por valor de TRES MILLONES DE PESOS M/CTE (\$3.000.000) incluido IVA su a ello hubiere lugar, o proporcional al tiempo de servicio prestado con corte al treinta (30) de cada mes.

REQUISITOS DE PAGO DEL CONTRATO

Para el pago correspondiente el contratista deberá adjuntar:

- (i) cuenta de cobro y/o factura
- (ii) certificación o planilla de Pago de salud, pensión y riesgos, en los porcentajes establecidos en la ley y en caso de aplicar los pagos de aportes parafiscales, según el caso.
- (iii) Informe de actividades y certificado de cumplimiento para contratos de prestación de servicios, (apoyo a la gestión y profesionales) en caso aplique

Para el pago final además de los documentos ya citados deberá suscribir el acta de finalización.

Sin el cumplimiento de tales requisitos la factura o cuenta de cobro se entenderá como no presentada.

TERMINO DE EJECUCION DEL CONTRATO: TRES (03) MESES contados a partir de la suscripción del acta de inicio.



INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO

NECESIDAD DEL BIEN
O SERVICIO

Código: FR-GC100-010

Fecha: 2018/07/27

Versión: 01

Página 7 de 7

IDONEIDAD Y/O EXPERIENCIA

Título o nivel Educativo: Técnico, graduado.

Experiencia: Deberá certificar experiencia no menor de un (01) año en el sector público y/o privado.

Nota: Para demostrar lo anterior deberá allegar copia de los contratos y/o certificaciones laborales de cumplimiento a satisfacción de entidades públicas y/o privadas.

ALEXIS GUTIERREZ GONZALEZ

Subdirector de Planeación, Desarrollo y Promoción Turística

| NOMBRE | CARGO | FIRMA |
|--------------------------|-------------------------|-------|
| Elaboro: Tatiana Tejeiro | Contratista Profesional | |
| Reviso: Cesar Chingate | Contratista. | |
| Aprobó: | | |

