RESOLUCIÓN No. 195 de 2026
22 de septiembre de 2026

"Por medio del cual se justifica la selección de modalidad de contratación directa para PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA GARANTIZAR LA PRESENTACIÓN DE ARTISTAS DE DIFERENTES GÉNEROS, PARA LA PROMOCION Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO."

EL ORDENADOR DEL GASTO DEL INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO

En uso de sus facultades legales que le otorga el Decreto 337 de 2008 especial las que confiere la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Decreto 1082 de 2015 y demás normas que le adicionen o modifiquen y

CONSIDERANDO

Que, el Instituto de Turismo de Villavicencio goza de autonomía administrativa y financiera en virtud de su Decreto de creación 337 de 2008, siendo su representante legal quien tiene la facultad de regular los asuntos administrativos atinentes a su Instituto, respetando las disposiciones legales y reglamentarias.

Que el ordenador del gasto se encuentra debidamente facultado para expedir el presente acto administrativo conforme al Decreto Municipal de Nombramiento No. Decreto No. 1000-24/280 de 2024 y acta de posesión número 1100-04.83/063 de 2024.

Que el Proyecto denominado: "IMPLEMENTACIÓN CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA VILLAVO AQUÍ ESTÁ EL LLANO EN VILLAVICENCIO META" Se encuentra Radicado en el Banco de Programas y Proyectos de Inversión, bajo el número 2024500010200 con fecha de 10 de julio de 2024 y armonizado el 02 de agosto del 2024.

Que, dicha contratación resulta oportuna ya que se han verificado la existencia de las respectivas partidas o disponibilidades presupuestales para adelantar la contratación, además se puede suplir con prontitud la necesidad mediante la modalidad de contratación directa, para contrato de prestación de servicios artísticos o contrato de prestación de servicios con representación artística.

Se encuentra contemplado 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 IMPLEMENTACIÓN 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

Teniendo en cuenta que el turismo ha vuelto a ser identificado como un motor clave de la recuperación económica y el crecimiento en un nuevo informe del Fondo Monetario Internacional (FMI). Dado que los datos de la OMT apuntan a una vuelta al 95% de las cifras de turistas, para finales de año en el mejor de los casos, el informe del FMI describe el impacto positivo que la rápida recuperación del sector tendrá en determinadas economías de todo el mundo. Según el Informe de Perspectivas de la Economía Mundial (WEO, por sus siglas en

inglés), se estima que la economía mundial crecerá un 3,0% en 2023 y un 2,9% en 2024, por lo que Colombia cada día se consolida más como un destino turístico de clase mundial gracias a su amplia oferta de atractivos turísticos, en nichos como la cultura, la naturaleza, los negocios, la gastronomía y mucho más.

Recientemente, el país fue reconocido como uno de los países con la mejor gastronomía del mundo, según National Geographic. El top cinco de este prestigioso listado incluye también a Japón, Argentina, Perú e Italia, países que cuentan con una amplia trayectoria y reconocimiento por su excepcional oferta gastronómica, de acuerdo con la publicación, la fertilidad de la tierra y el clima, que se divide entre seco y húmedo, hacen de Colombia uno de los destinos más destacados del mundo en cuanto a riqueza de productos se refiere. Esto se ve reflejado en la diversidad de platos que realizan en las regiones del país, y así, lo destacó la revista aclarando que "la cocina del Caribe no tiene nada que ver con la del Pacífico, la de los Andes, la Amazonia o los Llanos". (https://www.elespectador.com/turismo/colombia)

De igual manera, en la más reciente edición del Global Big Day —uno de los eventos de avistamiento de aves más destacados, organizado por el Laboratorio de Ornitología de la Universidad de Cornell—, el país se posicionó como un destino turístico líder en avistamiento de aves gracias a las 1.558 especies registradas en la jornada, donde también se reportaron 12.007 listados, superando a países como Perú, Brasil, Ecuador e India, Colombia encabezó el recuento de especies, con la asombrosa cifra de 1.526 especies observadas, también se registraron 12.533 listas de 3.841 eBirders. El departamento del Meta es el líder de la subregión tanto en listas como en especies, llegando a 1.875 listas y 681 especies, seguido de los departamentos de Antioquia, Cundinamarca y Putumayo. Los programas de observación de aves en cada uno de los 29 municipios (territorios regionales) del Meta, Colombia, el Meta ocupó el primer puesto en el Global Big Day 2024, por encima de Departamentos como Antioquia, Cundinamarca, Cauca, Casanare y Putumayo, entre otros.

De acuerdo con datos recientes de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y del Fondo Monetario Internacional (FMI), el turismo es hoy uno de los principales motores de recuperación económica. Colombia, por su parte, rompió récord en 2024 al recibir 6.696.835 visitantes no residentes, generando ingresos por más de US$10.000 millones.

A nivel local, el turismo representa una herramienta fundamental para:

- Generar empleo y dinamizar la economía local.
- Fortalecer el tejido social y el sentido de pertenencia.
- Conservar y proyectar la identidad cultural llanera.

De acuerdo con lo anteriormente descrito, es importante destacar la relevancia que tiene el turismo para Villavicencio y el departamento del Meta, especialmente cuando se articula con la conservación, divulgación y puesta en valor de las tradiciones culturales y gastronómicas del territorio. En este sentido, la realización de la III Semana del Turismo Gastronómico del Meta "Raíces, Sabores y Tradición", programada para los días 25, 26 y 27 de septiembre del presente año, constituye un escenario de especial importancia para fortalecer la promoción del departamento como destino gastronómico y cultural, integrando los saberes tradicionales, la innovación culinaria, el emprendimiento local y las experiencias turísticas vivas.

La Semana del Turismo Gastronómico se concibe como una experiencia de tres días que articula actividades académicas, culturales, comerciales y experienciales, generando un espacio de encuentro entre empresarios, cocineros, productores, emprendedores, restaurantes, visitantes, turistas y demás actores relacionados con la cadena de valor de la gastronomía y el turismo. Sus ediciones anteriores han demostrado una importante capacidad de convocatoria, pasando de aproximadamente 960 personas impactadas en 2024 a 5.000 personas en 2025, y proyectando para la III edición una expectativa de 15.000 personas impactadas, cifras que evidencian el crecimiento de esta iniciativa y su potencial como plataforma de promoción y posicionamiento del territorio.

La importancia de este evento trasciende la exposición y comercialización de productos gastronómicos, en tanto constituye un espacio para la generación de experiencias, el intercambio de conocimientos, la circulación de productos locales, el fortalecimiento de emprendimientos, el relacionamiento entre los diferentes actores de la cadena y la visibilización de las manifestaciones culturales asociadas a la cocina del Meta. La programación contempla además la participación de dos municipios invitados y dos chefs de la región, fortaleciendo el intercambio de experiencias y permitiendo mostrar la diversidad gastronómica existente dentro del departamento.

En este contexto, la realización de la III Semana del Turismo Gastronómico del Meta representa una oportunidad estratégica para fortalecer la promoción turística de Villavicencio y del departamento, posicionando el territorio como un destino que cuenta con una oferta gastronómica auténtica, diversa y estrechamente vinculada con su identidad cultural. La estrategia permite, además, fortalecer el reconocimiento de Villavicencio como ciudad articuladora y puerta de entrada al Llano, utilizando la gastronomía como vehículo para comunicar otros atributos del destino relacionados con la cultura, la naturaleza, las tradiciones, la música, los eventos y las experiencias turísticas.

En el marco de las acciones orientadas al posicionamiento y fortalecimiento de la marca turística "Villavo Aquí Está el Llano", el Municipio de Villavicencio cuenta con la Política Pública de Turismo Municipal, adoptada mediante Acuerdo Municipal No. 587 de 2023, como instrumento de planificación y gestión para orientar las acciones institucionales y la articulación de los diferentes actores que intervienen en el desarrollo turístico del territorio.

La Política Pública tiene como propósito contribuir a la consolidación de Villavicencio como un destino turístico biodiverso, competitivo, responsable, seguro y sostenible, mediante la ejecución de acciones estratégicas encaminadas al fortalecimiento de la actividad turística, la promoción del destino, la protección y valoración del patrimonio natural y cultural, el fortalecimiento del talento humano, la articulación institucional y la participación de los diferentes actores de la cadena de valor del turismo.

En este sentido, la Política Pública contempla 74 acciones distribuidas en nueve (9) ejes estratégicos, constituyéndose en un referente para la planificación, promoción y consolidación del sector turístico del municipio. Su implementación busca fortalecer las condiciones que permitan un desarrollo turístico sostenible, generar oportunidades para los prestadores y actores vinculados a la actividad, promover la apropiación del patrimonio y contribuir al posicionamiento de Villavicencio como destino turístico.

Dentro de este marco, cobra especial relevancia el Eje Estratégico No. 1 – Gobernanza y Planificación Turística, orientado al fortalecimiento de los procesos de gestión, articulación y planificación del sector. En particular, la Acción No. 7 contempla la institucionalización de los Premios del Turismo, como una estrategia encaminada a reconocer y exaltar a personas naturales, empresas, organizaciones y demás actores que, mediante su trayectoria, liderazgo, iniciativas o aportes, contribuyen al desarrollo, fortalecimiento y promoción de Villavicencio como destino turístico.

La institucionalización de este espacio de reconocimiento constituye, además, una oportunidad para fortalecer la apropiación y posicionamiento de la marca turística "Villavo Aquí Está el Llano", al permitir visibilizar públicamente las experiencias, iniciativas y actores que hacen parte de la cadena de valor turística del municipio y que contribuyen a la consolidación de una oferta turística competitiva, responsable y sostenible.

En este contexto, la realización de los Premios del Turismo se proyecta como un espacio de encuentro, reconocimiento y articulación de los diferentes actores del sector turístico, permitiendo exaltar su trayectoria, compromiso, innovación y contribución al desarrollo turístico de la ciudad. De igual manera, la iniciativa se articula con la conmemoración del Día Mundial del Turismo, fecha que constituye un escenario propicio para destacar la importancia del turismo como actividad generadora de desarrollo económico, social, cultural y territorial.

La realización de esta actividad permitirá, entre otros aspectos:

- Reconocer y exaltar a personas, empresas, organizaciones y actores de la cadena de valor turística que se hayan destacado por sus aportes al desarrollo y fortalecimiento del turismo en Villavicencio.

- Fortalecer el sentido de pertenencia y apropiación de la actividad turística entre los actores del sector y la comunidad.

- Contribuir al posicionamiento de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", vinculándola con las experiencias, iniciativas y actores que representan la identidad y vocación turística del territorio.

- Visibilizar buenas prácticas e iniciativas turísticas, promoviendo referentes que aporten a la competitividad, sostenibilidad, innovación y calidad del destino.

- Fortalecer la articulación entre los actores públicos, privados, académicos, comunitarios y demás integrantes de la cadena de valor turística, propiciando espacios de reconocimiento y relacionamiento sectorial.

- Promover la valoración del patrimonio natural, cultural y turístico de Villavicencio, como elementos fundamentales para la consolidación de la ciudad como destino turístico.

- Dar cumplimiento y continuidad a las acciones previstas en la Política Pública de Turismo Municipal, particularmente a la Acción No. 7 del Eje Estratégico No. 1, relacionada con la institucionalización de los Premios del Turismo.

Por lo anterior, se identifica la necesidad de contar con muestras y artistas llaneros que dan el impacto a este espacio de reconocimiento y visibilización del sector turístico, en articulación con las estrategias de promoción y posicionamiento de la marca "Villavo Aquí Está el Llano" y con los lineamientos establecidos en la Política Pública de Turismo Municipal.

Otro de los eventos es "FESTIVAL LLANERO DE VILLAVICENCIO "Rodeo, trabajo de llano y vaquería", creado mediante el Acuerdo Municipal No. 162 de 2012 modificado por el Acuerdo Municipal No. 627 de 2024, el cual señala en sus artículos primero y tercero, lo siguiente:

- *(...) "ARTICULO PRIMERO: Créase en el municipio de Villavicencio, un festival el cual se llamará "FESTIVAL LLANERO DE VILLAVICENCIO "Rodeo, trabajo de llano y vaquería" cuyo eje central está enmarcado en LA CULTURA LLANERA QUE EXALTE EL ARTE, LA MÚSICA, LA DANZA, EL TRABAJO DE LLANO, LA LITERATURA, LA GASTRONOMIA, EL PATRIMONIO CULTURAL, EL DEPORTE Y EL SECTOR EMPRESARIAL ", a su vez se declara como un evento de interés económico, social, turístico, deportivo, empresarial y cultural. PARAGRAFO 1: El Festival Llanero de Villavicencio se realizará en el mes de octubre de cada vigencia. PARÁGRAFO 2: Además de los actos centrales que se presenten en el desarrollo del FESTIVAL LLANERO DE VILLAVICENCIO, se deberán realizar actividades en distintos escenarios de la ciudad con artistas locales que hagan parte del directorio de artistas de Villavicencio."*

- *(...) "ARTICULO TERCERO: El Instituto de Turismo de Villavicencio será el organizador del evento, con el apoyo de la Corporación Cultural Municipal de Villavicencio-CORCUMVI, el Instituto Municipal de Deporte y Recreación-IMDER y la secretaria de Competitividad y Desarrollo, entes que garantizarán el normal desarrollo del evento. Las demás secretarías y entidades descentralizadas del orden municipal, participarán de acuerdo a sus competencias y funciones en el normal desarrollo del evento; así mismo se encargarán de coordinar las diferentes iniciativas turísticas, culturales, recreativas, literarias, deportivas y microempresariales como también de generar las condiciones necesarias para fomentar y realizar el Festival Llanero de Villavicencio..."*

De acuerdo con el referido Acuerdo, el Festival Llanero tiene como eje central la cultura llanera y busca exaltar el arte, la música, la danza, el trabajo de llano, la literatura, la gastronomía, el patrimonio cultural, el deporte y el sector empresarial. Asimismo, se reconoce como un evento de interés económico, social, turístico, deportivo, empresarial y cultural, cuya realización se proyecta durante el mes de octubre de cada vigencia.

De igual manera, el Acuerdo Municipal establece que el Instituto de Turismo de Villavicencio es el organizador del evento, con el apoyo de las demás entidades y dependencias municipales, de acuerdo con sus competencias y funciones. En consecuencia, corresponde al ITV adelantar las acciones de planeación necesarias para garantizar su promoción, posicionamiento para el adecuado y exitoso desarrollo del Festival Llanero.

La creación y realización del Festival surge de la necesidad de exaltar y fortalecer la cultura llanera en el municipio de Villavicencio, permitiendo mostrar a la comunidad, al país y a los visitantes las tradiciones, saberes, costumbres y manifestaciones que representan la identidad de la región. Estas expresiones se relacionan, entre otras, con la música llanera, el canto, el joropo, la gastronomía, el patrimonio cultural, el trabajo de llano, la vaquería y las prácticas tradicionales asociadas a la vida rural de la Orinoquia.

El Festival Llanero constituye, por tanto, un escenario estratégico para la promoción turística de Villavicencio, en la medida en que permite integrar diferentes expresiones culturales y artísticas con la oferta turística del municipio, generando espacios de encuentro para residentes, visitantes y turistas, y fortaleciendo el reconocimiento de la ciudad como destino asociado con la cultura, las tradiciones y las experiencias propias del Llano.

En cumplimiento de sus funciones y de las disposiciones contenidas en el Acuerdo Municipal referido, el Instituto de Turismo de Villavicencio organizará y coordinará el desarrollo del XV Festival Llanero de Villavicencio 2026, como una estrategia de promoción turística, fortalecimiento cultural y posicionamiento de la marca de ciudad.

Entre los propósitos del Festival se encuentran el fortalecimiento de la economía local a través del intercambio cultural y la participación de los diferentes actores relacionados con el arte, la música, la danza, el patrimonio, el turismo, la gastronomía, el comercio y los servicios; la promoción de Villavicencio mediante actividades culturales y turísticas; el fortalecimiento de las industrias creativas y de los actores del sector cultural y turístico; así como la preservación, divulgación y promoción de las manifestaciones propias de la cultura llanera.

De esta manera, la realización del Festival contribuye al cumplimiento de las funciones del Instituto de Turismo de Villavicencio y al avance de la visión municipal de posicionar a Villavicencio como un destino nacional e internacional de naturaleza y cultura llanera, fortaleciendo el patrimonio cultural, generando oportunidades para la población y promoviendo beneficios sociales y económicos para el municipio.

Por lo que un gran abrebocas a este Festival Llanero representa una oportunidad para presentar ante propios y visitantes las diferentes expresiones que conforman la identidad de la región, permitiendo que la cultura llanera sea conocida y experimentada a través de sus prácticas, saberes, manifestaciones artísticas, gastronomía, música, danza y actividades relacionadas con la vida cotidiana del territorio, de manera previa permitiendo que organicen, planeen y visiten nuestra ciudad.

Durante las pasadas versiones de FESTIVAL LLANERO, se ha venido siendo testigos del crecimiento del turismo en la ciudad, que, para esas fechas de celebración, en torno a las fiestas, tradiciones y gastronomía, el municipio se debe preparar para la gran demanda de servicios que trae consigo la llegada de turistas de todas las latitudes que arriban con la intención de conocer y disfrutar las actividades que a diario se desarrollan en el marco del Festival.

Finalmente, en términos de promoción y teniendo en cuenta la contribución de los anteriores festivales en el posicionamiento de una imagen positiva de la ciudad, se procura posicionar la marca de ciudad "VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO", a través de diferentes canales de difusión como medios digitales, cadenas de televisión nacionales y radio, teniendo en cuenta que este es un evento de mayor relevancia del municipio, de gran reconocimiento que permite mostrar las cultura e identidad llanera, los cuales brindan un espacio para que sus habitantes, visitantes y turistas se reúnan en torno a al conocimiento de esta, a través del disfrute de estas festividades, por tal razón se requiere una actividad de lanzamiento donde se genere una gran expectativa mediante un abrebocas en la que se haga una breve exposición de la tradición cultural, artística y gastronómica de nuestro municipio y que podrá ser conocida,

vivida y disfrutada en forma suficiente durante los días en que se llevará a cabo el XV FESTIVAL LLANERO, en el mes de octubre.

En el marco de las estrategias orientadas al fortalecimiento y posicionamiento de Villavicencio como destino turístico, resulta pertinente promover actividades de carácter deportivo, recreativo y turístico que contribuyan a la generación de experiencias asociadas al territorio y permitan proyectar la ciudad y el departamento del Meta como escenarios con condiciones favorables para el desarrollo de eventos de alcance regional y nacional. En este contexto, la Media Maratón del Meta constituye un escenario de promoción turística y posicionamiento territorial, en la medida en que integra la práctica deportiva con la posibilidad de dar a conocer los atractivos, la identidad, la cultura, la gastronomía y la oferta turística de Villavicencio y el territorio metense.

La realización de este tipo de eventos genera una importante interacción entre el deporte y la actividad turística, al propiciar el desplazamiento de participantes, acompañantes, visitantes y demás asistentes, quienes requieren bienes y servicios asociados a la cadena de valor turística, tales como alojamiento, alimentación, transporte, comercio, actividades recreativas y servicios complementarios.

Así mismo, la Media Maratón del Meta representa una oportunidad para fortalecer la promoción de la marca turística "Villavo Aquí Está el Llano", mediante la vinculación de la identidad del territorio a una experiencia deportiva que permite proyectar una imagen activa, dinámica y turística de Villavicencio. La presencia de participantes y visitantes provenientes de otros municipios y regiones posibilita ampliar el alcance de las acciones de promoción del destino y generar una mayor visibilidad de la oferta turística local.

Desde la perspectiva de promoción turística, los eventos deportivos constituyen espacios que permiten asociar el destino con experiencias relacionadas con el bienestar, la recreación, la naturaleza, la cultura y el disfrute del territorio. En el caso de Villavicencio, este tipo de escenarios permite resaltar las condiciones naturales y paisajísticas de la ciudad y su entorno, así como su ubicación estratégica como puerta de entrada a los Llanos Orientales.

En este sentido, la iniciativa se encuentra relacionada con los propósitos institucionales de promoción y posicionamiento turístico del municipio, en cuanto permite generar un escenario para:

- Promover a Villavicencio como destino turístico, vinculando la ciudad con experiencias deportivas, recreativas y de bienestar.
- Fortalecer el posicionamiento de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", mediante su asociación con un evento de carácter deportivo y turístico.
- Dinamizar la cadena de valor turística, incentivando el consumo de servicios de alojamiento, gastronomía, transporte, comercio y demás actividades relacionadas con la permanencia de visitantes.
- Generar visibilidad del territorio, sus atractivos y su oferta turística ante participantes y acompañantes provenientes de otros municipios y regiones.
- Promover experiencias asociadas al turismo activo y de bienestar, aprovechando las características naturales, paisajísticas y territoriales de Villavicencio.

- Contribuir a la diversificación de las estrategias de promoción turística, mediante la incorporación de eventos deportivos como escenarios para la divulgación y posicionamiento del destino.

Por lo anterior, en el marco de la Media Maratón del Meta se considera una oportunidad para fortalecer las acciones de promoción turística de Villavicencio y contribuir al posicionamiento de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", mediante la generación de un escenario que articula deporte, turismo, promoción territorial y dinamización económica.

Debe destacarse que en la presente anualidad se realizará un evento de promoción del XV FESTIVAL LLANERO, III SEMANA TURISMO GASTRONOMICO, MEDIA MARATON DEL META Y PREMIOS VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO, de la cual hace parte la ciudad de Villavicencio, los eventos y actividades tienen como objetivo situar a las ciudades como catalizadoras de la conexión entre la calidad de vida de sus ciudadanos y la innovación urbana; así pues este espacio resulta ser un escenario ideal para promover la marca y de paso invitar a los asistentes a que participen al XV Festival Llanero y puedan disfrutar de la cultura en la participación de los otros eventos y actividades a través de una pequeña muestra de lo que será su desarrollo y lo que es Villavicencio, procurando captar la atención de los asistentes para que encuentren en Villavicencio, siendo además necesario resaltar que el mayor flujo de turistas que recibe esta ciudad proviene de la ciudad de Bogotá y zonas aledañas.

La participación de artistas locales de diferentes géneros con reconocimiento local y nacional permitirá ofrecer una agenda cultural de alto impacto, que enriquezca la experiencia del visitante, promueva el orgullo regional y consolide a Villavicencio como un destino vibrante, diverso y culturalmente dinámico. Además, estas actividades tienen un alto potencial de difusión a través de redes sociales y medios de comunicación, amplificando su alcance e impacto.

Por todo lo anterior, se justifica plenamente la contratación directa de artistas reconocidos, con el fin de garantizar una oferta artística y cultural de alta calidad, que contribuya a:

- Fortalecer la agenda cultural del municipio.
- Promocionar y consolidar la marca "Villavo, Aquí está el Llano".
- Atraer visitantes nacionales e internacionales.
- Promover la identidad llanera como patrimonio vivo.
- Dinamizar el turismo como motor de desarrollo sostenible.

Los eventos son de interés turístico, cultural, social, y económico importantes de la ciudad. Y hoy en día es un gran dinamizador de la economía a través del fortalecimiento y conservación de la cultura y tradiciones propias de la raza Llanera. De igual manera, se constituye como una vitrina para posicionar a la ciudad ante Colombia y ante el mundo como el epicentro de la cultura Llanera, preámbulo de la gran y extensa llanura colombiana, y como aquel que congrega todas las manifestaciones culturales de esta región del país.

En el marco de las estrategias de promoción, posicionamiento y fortalecimiento de la oferta turística de Villavicencio, el Instituto de Turismo de Villavicencio proyecta la realización y participación en diferentes actividades, eventos y escenarios de promoción durante la vigencia, los cuales requieren componentes artísticos y culturales que permitan fortalecer la

experiencia de los asistentes, visibilizar la identidad territorial y generar espacios de promoción de la cultura llanera.

La incorporación de expresiones artísticas y culturales en estos escenarios constituye un elemento fundamental para la promoción turística del territorio, toda vez que permite presentar a Villavicencio como un destino que, además de contar con atractivos naturales y una oferta turística diversa, posee una identidad cultural propia representada, entre otros aspectos, en la música, el folclor, la danza y las manifestaciones tradicionales de la cultura llanera.

En este sentido, los eventos y actividades que se proyectan desarrollar requieren la participación de artistas y agrupaciones de reconocimiento local, regional y/o nacional, cuya trayectoria y propuesta artística permitan generar experiencias de calidad para residentes y visitantes, así como fortalecer la visibilidad de la cultura y el talento artístico del territorio.

Para el desarrollo de las actividades se contempla la participación de artistas y agrupaciones musicales, así como muestras folclóricas y de danza, de acuerdo con las características y requerimientos de cada evento. Entre las propuestas artísticas proyectadas se encuentran DJ Manuel Rovira, Luis Silva, Laguna Brava, Baila Joropo – muestra folclórica, Hernán Marín, Daniel Gualdrón, Wilton Gámez y Calypso Orquesta, requeridos de acuerdo con la programación y las necesidades institucionales.

La participación de estos artistas permitirá fortalecer los componentes de entretenimiento, cultura y promoción turística de los eventos, mediante presentaciones de música en vivo, agrupaciones musicales, muestras folclóricas y parejas de baile, contribuyendo a generar espacios de apropiación de la identidad cultural, diversidad y de reconocimiento de las manifestaciones propias de la región.

Particularmente, para los eventos y actividades mencionados que se enfocan en posicionar a Villavicencio, se requiere disponer de una programación artística y cultural que acompañe el desarrollo de la actividad y contribuya a generar una experiencia representativa de la ciudad, como tambien de su identidad llanera. En este escenario, la participación de artistas y agrupaciones permitirá integrar elementos culturales y de entretenimiento con las estrategias institucionales de promoción y posicionamiento de Villavicencio.

Así mismo, la contratación de estos servicios permitirá contar con un mecanismo que facilite la gestión, coordinación, trámite y garantía de las presentaciones artísticas y culturales requeridas por el Instituto, atendiendo oportunamente las necesidades que se presenten en el desarrollo de los diferentes eventos y actividades programadas.

En consecuencia, para el Instituto de Turismo de Villavicencio resulta necesario contar con el apoyo de un contratista que, de acuerdo con los requerimientos y programación institucional, adelante las gestiones necesarias para la vinculación y prestación de los servicios artísticos y culturales, incluyendo la coordinación de las presentaciones, artistas y agrupaciones requeridas para el adecuado desarrollo de los eventos.

Lo anterior permitirá garantizar una programación artística acorde con las características de cada actividad, fortalecer la promoción de la cultura llanera, contribuir al posicionamiento

de la marca turística "Villavo Aquí Está el Llano" y generar experiencias que permitan proyectar a Villavicencio como un destino turístico con una identidad cultural diferenciada.

Que de acuerdo con lo dispuesto en Ley 80 de 93, Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011, Decreto 1082 de 2015, se elaboraron los estudios previos y documentos necesarios para adelantar el respectivo proceso de contratación relacionado.

Que el Artículo 2.2.1.2.1.4.1 del Decreto 1082 de 2015 establece el deber de la entidad pública de justificar la contratación bajo la modalidad de contratación directa y discriminar la siguiente información:

1. **La causal que invoca para contratar directamente:** De conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.1.2.1.4.9 del Decreto 1082 de 2015 que al respecto contempla "*Las entidades estatales pueden contratar bajo la modalidad de contratación directa con la persona natural o jurídica que esté en capacidad de ejecutar el objeto del contrato, siempre y cuando la entidad estatal verifique la idoneidad o experiencia requerida y relacionada con el área de que se trate". (Subrayado fuera del texto).*

2. **El objeto del contrato**: PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA GARANTIZAR LA PRESENTACIÓN DE ARTISTAS DE DIFERENTES GÉNEROS, PARA LA PROMOCION Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO.

3. **El valor del presente contrato:** es por un valor total de DOSCIENTOS CINCUENTA Y DOS MILLONES DOSCIENTOS MIL PESOS M/CTE ($252.200.000), amparados en el Certificado de Disponibilidad Presupuestal N° 322 de fecha 21 de septiembre de 2026.

4. **Los criterios de selección que se exigirán al proveedor serán los siguientes:**

VERIFICACIÓN DE IDONEIDAD DEL ARTISTA

DJ ROVIRA

- 3 años o más de trayectoria como DJ.
- Experiencia en presentaciones en eventos (ferias, festivales, etc). (2 soportes).
- Soportar mínimo 3 años de trayectoria artística.

WILTON GAMEZ Y DANIEL GUALDRÓN

- El artista debe tener experiencia en presentaciones artísticas en eventos regionales, departamentales y nacionales de asistencia masiva. (3 soportes).
- El artista debe contar con mínimo 3 producciones discográficas.
- El artista debe soportar mínimo 15 años de trayectoria artística.
- El artista debe haber recibido reconocimientos como exponente de su género.

HERNÁN MARÍN

- 6 años o más de trayectoria como intérprete de música pop.
- Experiencia en presentaciones en diferentes eventos (ferias, festivales, etc). (2 soportes)
- Debe ostentar trayectoria discográfica. (mínimo una producción)

CALIPSO ORQUESTA

- Sustentar trayectoria certificada en contratación estatal y/o privada prestando servicios artísticos. (mínimo 3 soportes)
- La orquesta debe tener como mínimo diez (10) años de trayectoria.
- Contar con reconocimientos debido a lo destacado de su desempeño artístico. (Mínimo dos soportes).
- La orquesta debe contar con reconocimiento nacional. (Mínimo soportar presentaciones en 3 departamentos diferentes).
- El show debe estar compuesto por mínimo 13 artistas en tarima.

LAGUNA BRAVA

- 6 años o más de trayectoria artística.
- Experiencia en presentaciones en eventos de asistencia masiva. (3 soportes)
- Debe ostentar trayectoria discográfica.

MUESTRAS FOLCLÓRICAS (BAILA JOROPO)

- Academia de baile y/o persona natural o jurídica con participación en eventos de reconocimiento nacional con muestras folclóricas y show llaneros.
- La academia y/o la agrupación debe adjuntar como mínimo 3 soportes que sustenten presentaciones de muestras folclóricas que exalten la cultura llanera.

INTÉRPRETE DE MÚSICA LLANERA CON TRAYECTORIA INTERNACIONAL (LUIS SILVA)

- El artista –de música llanera-, debe contar con experiencia en presentaciones artísticas enmarcadas en festividades donde se exalte las costumbres llaneras
- El artista de música llanera, debe ser persona natural con amplio reconocimiento a nivel nacional e internacional como exponente del folclor llanero.
- El artista debe tener experiencia en presentaciones artísticas en eventos internacionales y de asistencia masiva.
- El artista debe contar con gran experiencia discográfica.
- El artista debe contar con experiencia en presentaciones artísticas en otros países diferentes a Colombia.
- 20 años o más de trayectoria artística.
- Experiencia en eventos de asistencia masiva.

PERFIL DEL TITULAR

- La persona natural o jurídica debe contemplar actividades de espectáculos musicales en vivo.
- Mínimo (3) contratos y/o soportes garantizando la prestación de servicios artísticos.

Documento	SI Marque con (x)	No Marque con (x)	N/A Marque con (x)	Observación

Formato de Tratamiento de datos personales *Firmada por Persona natural artista o del Rep Legal*	X			
Formato de autorización y cesión derechos de imagen. *Firmada por Persona natural artista o del Rep Legal*	X			
Manifestación de pago de seguridad social *Firmada por Persona natural artista o del Rep Legal*	X			
Formato de declaración que no se encuentran incursos en causales de inhabilidad, incompatibilidad y conflicto de interés. *Firmada por Persona natural artista o del Rep Legal*	X			
Propuesta Técnica y Económica firmada por el artista o su representante. *Firmada por Persona natural artista o del Rep Legal*	X			
Poder para representar a personas naturales (Servicios Artísticos)	X			
Documento de identificación *Copia de CC del arista o pasaporte y del Rep Legal*	X			
Vigencia del documento de identidad (Registraduria Nacional del Estado civil) *Persona natural o del Rep Legal* *-Será verificado por el ITV-*	X			
Visa de trabajo o documento legal equivalente para poder trabajar en Colombia			X	
Situación militar definida (Hombres mayores de 50 años)			X	
Certificado de antecedentes Disciplinarios - Procuraduría General de la Nación *Persona natural arista y del Rep Legal* *-Será verificado por el ITV-*	X			
Certificado de antecedentes Fiscales- Contraloría General de la República *Persona natural arista y del Rep Legal* *-Será verificado por el ITV-*	X			
Certificación de antecedentes judiciales - Policía Nacional, *Persona natural arista y del Rep Legal* *-Será verificado por el ITV-*	X			
Certificado del Sistema Registro Nacional de Medidas Correctivas RNMC *Persona natural arista y del Rep Legal* *-Será verificado por el ITV-*	X			
Certificación de antecedentes de delitos sexuales expedido por la Policía Nacional de Colombia. De acuerdo con el Decreto 753 de 2019. *Persona natural arista y del Rep Legal* *-Será verificado por el ITV-*	X			
Certificado del registro de deudores alimentarios morosos (REDAM) expedido máximo 30 días calendario a la fecha de presentación de la propuesta.	X			
Certificado de Existencia y Representación legal expedido máximo 30 días calendario a la fecha de presentación de la propuesta, del representante legal del artista. *Persona Jurídica*	X			
Documento de creación de la entidad o documento equivalente que le aplique			X	
Estatutos de la Entidad (En caso de no tener cámara de comercio)			X	
Autorización de la Junta Directiva de la entidad para contratar (en caso de que se requiera)			X	
Certificado de ESAL por la Autoridad Competente-Vigente *Persona Jurídica*	X			

Certificado de Matrícula Mercantil expedido por la Cámara de Comercio de su domicilio. expedido máximo 30 días calendario a la fecha de presentación de la propuesta del representante legal del artista * Persona Natural*			X	
Registro único tributario – RUT. Expedido máximo 30 días calendario a la fecha de presentación de la propuesta. *Persona Natural o Jurídica que representa el artista*	X			
Formato único hoja de vida de la función pública – SIGEP II *Persona Natural o Jurídica que representa el artista*	X			
Soportes que acrediten la experiencia consignada en la hoja de vida SIGEP *Persona Natural o Jurídica que representa el artista*	X			
Publicación proactiva declaración bienes rentas y registro de conflicto de interés - Ley 2013 de 2019. -Dirigida al Instituto de turismo de Villavicencio *Persona Natural o Jurídica que representa el artista*	X			
Formato de Novedad de afiliación al sistema de salud y pensión o Certificación que se encuentra con servicio activo al sistema de salud y pensión *Persona Natural que representa al artista*			X	
Certificación de cumplimiento de Pago de sus obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social integral y parafiscales (Cajas de Compensación Familiar, SENA e I.C.B.F.) firmada por el representante legal de la persona jurídica y el contador público o revisor fiscal, el cual debe anexar copia de la cédula de ciudadanía, tarjeta profesional y certificado de antecedentes profesionales. *Persona Jurídica que representa al artista*	X			
Certificación bancaria de la cuenta en que se harán los pagos pactados (fecha de expedición no superior a 30 días calendario antes de la fecha de presentación propuesta)	X			

5. Que los correspondientes estudios y documentos previos se publicarán y podrán ser consultados en el expediente del contrato, en la página web del Sistema Electrónico para la Contratación Pública – SECOP-.

Que, en mérito de lo anterior,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Justificar la modalidad de selección de contratación directa, con fundamento en las consideraciones del presente acto administrativo, y ordenar la celebración del contrato con CORPORACION PARA EL DESARROLLO SOCIAL CULTURAL Y FOMENTO HUMANO – CORDESOFN identificado con NIT 901044565-7, quien actúa como representante legal la señora HELEN DAILYN GARZON VELASQUEZ identificada con la cédula de ciudadanía No. 1.122.130.012 expedida en Acacias - Meta, cuyo objeto es: PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA GARANTIZAR LA PRESENTACIÓN DE ARTISTAS DE DIFERENTES GÉNEROS, PARA LA PROMOCION Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO.

ARTÍCULO SEGUNDO: Autorizar la suscripción del contrato por valor de DOSCIENTOS CINCUENTA Y DOS MILLONES DOSCIENTOS MIL PESOS M/CTE ($252.200.000).

ARTÍCULO TERCERO: Contra el presente acto administrativo no procede recurso alguno de conformidad con lo Establecido en el artículo 75 "Improcedencia" de Ley 1437 de 2011.

ARTÍCULO CUARTO: El presente acto administrativo rige a partir de la fecha de su expedición.

PUBLIQUESE Y CÚMPLASE

Expedida en Villavicencio, a los 22 de septiembres de 2026.

JAVIER MAURICIO SALINAS VARON
Ordenador del Gasto
Instituto de Turismo de Villavicencio

Nombre	Cargo	Firma
Elaboró: Cesar Camilo Chingate	Contratista del componente juridico	