



REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVERENA
NIT: 800102799-6



93

TRD 102.12.08

DOCUMENTO TÉCNICO MGA



Calle 25 N° 15-40 Barrio Centro - Código Postal: 815010
f @ alcaldíadesaravena - Teléfono: (+57) 8892055 - www.saravena-arauca.gov.co
hacienda@saravena-arauca.gov.co - alcaldia@saravena-arauca.gov.co

1000

1000

1000

1000

1000

1000



REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVENA
NIT: 800102799-6



94

SECRETARIA DE
HACIENDA MUNICIPAL

FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN
MUNICIPAL

PAGINA

1 de 13

1. Nombre del Proyecto: “PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE SARAVENA, DEPARTAMENTO DE ARAUCA”

1.1 Plan de Desarrollo Departamental – “2024-2027”.

1.1.1 Nombre del Pilar Departamental: 1. ARAUCA CON PRODUCTIVIDAD Y DESARROLLO ECONÓMICO.

1.1.2 Nombre del Programa Departamental: (3502) Productividad y competitividad de las empresas colombianas

1.2 Plan de Desarrollo Municipal – “2024-2027”.

1.2.1 Nombre del Eje Estratégico Municipal: 3. SARAVENA UN TERRITORIO CON OPORTUNIDADES Y PRODUCTIVIDAD.

1.2.2 Nombre del Programa Municipal: (3502) Productividad y competitividad de las empresas colombianas

1.2.3 Meta e Indicador de Producto que impacta el desarrollo del Proyecto: URL para información

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	LINEA BASE PRODUCTO	META PRODUCTO CUATRIENIO	META DEL PROCESO
3502046 - Servicio de promoción turística	Corresponde a campañas de divulgación y promoción de los atractivos turísticos de las zonas, así como las actividades para el posicionamiento de las regiones, departamentos y municipios como destinos turísticos.	Campañas realizadas (350204600)	1	8	<u>2</u>

1.3 Problema Central: Insuficiente promoción y posicionamiento de la oferta turística del municipio de Saravena como destino turístico.

1.3.1 Descripción de Causas y Efectos Directos e indirectos.

CAUSAS DIRECTAS:

- Limitada implementación de estrategias de divulgación y promoción de los atractivos y servicios turísticos del municipio de Saravena.

CAUSAS INDIRECTAS:

- Insuficiente divulgación visual de los atractivos y experiencias turísticas del municipio en espacios estratégicos de promoción.
- Limitada disponibilidad y distribución de material informativo sobre los atractivos, rutas, servicios y oferta turística de Saravena.
- Débil visibilización de los prestadores de servicios, emprendimientos y establecimientos vinculados a la actividad turística local.

EFFECTOS DIRECTOS:

- Bajo reconocimiento de Saravena y de su oferta turística entre potenciales visitantes y población objetivo.

EFFECTOS INDIRECTOS:

- Limitado posicionamiento del municipio de Saravena como destino turístico en el ámbito regional.
- Baja visibilidad de los atractivos, experiencias y servicios que conforman la oferta turística municipal.
- Aprovechamiento limitado del potencial turístico como dinamizador de las actividades económicas y comerciales asociadas al sector.





95

SECRETARIA DE
HACIENDA MUNICIPAL

FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN
MUNICIPAL

PAGINA

2 de 13

1.3.2 Descripción Situación Actual con respecto al problema:

El municipio de Saravena, departamento de Arauca, cuenta con atractivos naturales, culturales, gastronómicos, rurales y experiencias con potencial para consolidar una oferta turística diferenciada y contribuir al posicionamiento del territorio como destino turístico. En los últimos años se han desarrollado acciones orientadas a la organización y fortalecimiento del sector, entre ellas la identificación y estructuración de rutas, senderos y productos turísticos, así como procesos de articulación con los prestadores de servicios turísticos, asociaciones gremiales, la Mesa Municipal de Turismo y demás actores que integran la cadena de valor del sector.

No obstante, estos avances requieren ser acompañados de estrategias permanentes y organizadas de divulgación y promoción que permitan mejorar la visibilidad de los atractivos, productos, experiencias, establecimientos y servicios turísticos existentes en el municipio. Actualmente se evidencia una promoción limitada de la oferta turística de Saravena, situación que restringe el reconocimiento del territorio entre potenciales visitantes y reduce las posibilidades de posicionarlo en escenarios locales, departamentales y nacionales.

Esta situación ha sido identificada también por los actores del sector turístico. En este sentido, la **Asociación de Turismo del Sarare – ATUS**, mediante comunicación presentada a la Administración Municipal el 19 de agosto de 2026, manifestó la necesidad de fortalecer las acciones de promoción, divulgación y posicionamiento turístico del municipio, con el propósito de contribuir al reconocimiento y visibilidad del territorio como destino turístico y generar mejores condiciones para la promoción de su oferta en escenarios locales, departamentales y nacionales. Esta solicitud constituye un elemento de participación sectorial que evidencia la necesidad de fortalecer las acciones institucionales dirigidas a la promoción turística del municipio.

En el contexto nacional, el turismo constituye una actividad de creciente importancia para la economía y el desarrollo territorial. El **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**, a través de sus informes mensuales, realiza seguimiento a variables como los flujos de visitantes no residentes, la conectividad aérea nacional e internacional, el turismo interno, la ocupación de alojamiento, las visitas a Parques Nacionales Naturales y diferentes indicadores económicos asociados al sector. La disponibilidad de estas estadísticas evidencia la importancia que tiene el turismo dentro de la actividad económica nacional y la necesidad de fortalecer las capacidades territoriales para aprovechar las oportunidades asociadas a la promoción de los destinos.

De acuerdo con la información estadística sectorial publicada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en agosto de 2026, el seguimiento del sector comprende indicadores relacionados con visitantes, movilidad aérea, turismo interno, alojamiento, generación de valor agregado e ingresos asociados al turismo. Estos indicadores permiten reconocer que la actividad turística involucra una cadena de bienes y servicios que trasciende el atractivo turístico propiamente dicho y comprende alojamiento, alimentación, transporte, actividades recreativas, experiencias, comercio y demás servicios asociados a la permanencia y atención de los visitantes.

2. Resumen de los principales indicadores

Visitantes no residentes

En 2025, con cifras **preliminares**, los visitantes no residentes **disminuyeron -15.3%** frente al mismo periodo de 2024. Pasando de 7,07 millones en 2024 a 5,99 millones en 2025.

En julio de 2026, los visitantes no residentes **disminuyeron 6.2%** frente al mismo mes de 2025. Pasando de 537.701 en 2025 a 504.607 en 2026.

Conectividad aérea

En 2025, los pasajeros en vuelos regulares nacionales e internacionales **aumentó 1.8%** frente a 2024. Pasando de 55.78 millones en 2024 a 56.77 millones en 2025.

En junio de 2026, el tráfico aéreo de vuelos regulares nacionales e internacionales **disminuyó 2.3%** frente al mismo periodo del año 2025. Pasando de 4.8 millones en 2025 a 4.7 millones en 2026.

Cuenta satélite de Turismo

En 2025, el valor agregado del turismo fue de 39.310 miles de millones de pesos. Registrando un **aumento de 10.0%** frente a 2024, cuando la cifra llegó a 35.729 miles de millones de pesos.

En 2025, el número de ocupados en actividades turísticas **aumentó 10.2%** frente al mismo periodo del año 2024. Pasando de 899.206 en 2024 a 995.709 en 2025.





**REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVENA
NIT: 800102799-6**



**SECRETARIA DE
HACIENDA MUNICIPAL**

**FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN
MUNICIPAL**

PAGINA

3 de 13

2. Resumen de los principales indicadores

**Valor agregado
alojamiento y
servicios de comida**

En 2025, el valor agregado de alojamiento y servicios de comida fue de 40.637 miles de millones de pesos, lo que representó un **disminuyendo de 0.2%** frente a 2024.

Con respecto al segundo trimestre de 2026 el valor agregado de alojamiento y servicios de comida fue de 18.832 miles de millones de pesos, lo que representó una **disminución de 3%** frente al mismo periodo del año 2025.

Alojamiento

En 2025, la tasa de ocupación de alojamiento 12 meses fue de **50.5%**, **disminuyendo 1.4 p.p** frente al año 2024.

Para el mes de junio de 2026, la tasa de ocupación de alojamiento fue de **45.4%**, **disminuyendo 4.1 p.p.** frente al mismo periodo del año 2025.

**Exportaciones en la
cuenta de viajes y
transporte**

En 2025, ingresaron USD \$11.418 millones, lo que representó un **disminuyendo de 12,1%** frente a 2024.

En el primer trimestre de 2026 ingresaron USD \$3.146 millones, **aumentando 64%** frente al mismo periodo de 2025.

Resulta pertinente que Saravena fortalezca sus mecanismos de promoción y comunicación turística, especialmente considerando que el municipio dispone de atractivos y productos que requieren mayor visibilidad y divulgación para alcanzar públicos potenciales. La promoción adecuada de un destino permite facilitar el acceso a información sobre sus atractivos y servicios, mejorar el conocimiento de la oferta disponible, fortalecer la identidad turística del territorio y generar condiciones para que los potenciales visitantes incorporen al municipio dentro de sus alternativas de viaje.

A nivel municipal, una de las principales situaciones que limita el aprovechamiento de este potencial corresponde a la insuficiente promoción y posicionamiento de la oferta turística de Saravena como destino turístico, asociada a la limitada implementación de estrategias de comunicación visual e impresa que permitan divulgar de manera organizada, atractiva y accesible los atractivos, rutas, experiencias, establecimientos, prestadores y servicios vinculados al sector.

Adicionalmente, Saravena cuenta con un Inventario Turístico Municipal actualizado y con información técnica de soporte que permite identificar, caracterizar y reconocer con mayor precisión sus atractivos, recursos, experiencias y potencialidades. Esta información constituye una base fundamental para orientar las acciones de promoción turística con criterios más claros, contenidos confiables y una mejor selección de los elementos que deben ser visibilizados. Contar con esta información actualizada refuerza la necesidad de avanzar en estrategias de promoción más constantes y estructuradas, que permitan transformar el conocimiento existente sobre la oferta turística en herramientas efectivas de divulgación, reconocimiento y posicionamiento del municipio como destino.

En particular, se identifica la necesidad de fortalecer la promoción visual del municipio mediante la actualización y mejoramiento de elementos de comunicación ubicados en espacios estratégicos, de manera que las piezas gráficas utilizadas respondan a una identidad turística definida, presenten información actualizada y permitan transmitir una imagen atractiva del territorio. Para ello se requiere desarrollar acciones de desmontaje de elementos existentes cuando sea necesario, mantenimiento y adecuación de estructuras, diseño, producción e instalación de nuevas piezas de comunicación visual orientadas exclusivamente a la promoción de los atractivos y oferta turística municipal.

De igual manera, se evidencia la necesidad de fortalecer la promoción turística mediante material impreso, que permita suministrar a residentes y visitantes información organizada sobre los atractivos, rutas, experiencias, establecimientos y servicios disponibles. En este componente se contempla la elaboración y distribución de un directorio turístico municipal y plegables de promoción turística, concebidos como herramientas de información y divulgación que faciliten el reconocimiento de la oferta local y contribuyan a su visibilización ante visitantes, operadores, instituciones y demás actores relacionados con el sector.

La ejecución del proyecto permitirá, por tanto, articular estos dos mecanismos de promoción mediante dos (2) campañas de promoción turística, concebidas como herramientas de comunicación territorial que contribuyan a fortalecer la identidad turística de Saravena, mejorar la circulación de información sobre su oferta y ampliar las posibilidades de visibilización ante residentes, visitantes, turistas, operadores y demás actores relacionados con el sector.

La pertinencia del proyecto se sustenta, además, en la necesidad de fortalecer la articulación entre la institucionalidad y los actores privados y comunitarios vinculados al turismo. En este sentido, la participación de organizaciones como la Asociación de Turismo del Sarare – ATUS y de los prestadores de servicios turísticos permite orientar las acciones hacia una promoción que represente la oferta real del municipio y contribuya a la visibilidad de quienes hacen parte de la cadena de valor turística.





REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVENA
NIT: 800102799-6



97

PAGINA

SECRETARIA DE
HACIENDA MUNICIPAL

FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN
MUNICIPAL

4 de 13

Por lo anterior, la Administración Municipal considera necesario adelantar las acciones requeridas para la ejecución de las dos (2) campañas de promoción turística previstas para la vigencia 2026, garantizando que sus contenidos respondan a la oferta real del territorio, se articulen con los actores del sector y contribuyan al reconocimiento de Saravena como un destino turístico con identidad, atractivos y experiencias propias, fortaleciendo progresivamente su presencia en escenarios de promoción local, departamental y nacional.

1.3.3 Magnitud del problema.

El Municipio de Saravena presenta una insuficiente promoción y posicionamiento de su oferta turística, evidenciada en la limitada divulgación de sus atractivos, rutas, productos, prestadores y servicios turísticos.

Cero (0) Campañas realizadas

1.4 Identificación y Análisis de los Participantes.

1.4.1 identificación de los participantes

ACTOR	ENTIDAD	POSICIÓN	INTERESES O EXPECTATIVAS	CONTRIBUCIÓN O GESTIÓN
Municipal	Alcaldía de Saravena	Cooperante	Fortalecer la promoción turística y posicionar al municipio como destino turístico.	Líderar y coordinar la ejecución del proyecto, realizar seguimiento y garantizar su cumplimiento.
Otro	Asociación de Turismo del Sarare – ATUS	Beneficiario	Mejorar la visibilidad de la oferta turística y fortalecer la promoción de los prestadores y atractivos del municipio.	Participar en la identificación de necesidades, aportar información del sector y apoyar la articulación de las acciones de promoción.
Otro	Prestadores de servicios turísticos	Beneficiario	Lograr mayor visibilidad de sus servicios, productos y experiencias y atraer nuevos visitantes.	Suministrar información de sus servicios y apoyar la divulgación de la oferta turística.
Otro	Comunidad y población del municipio	Beneficiario	Contar con mayor reconocimiento de Saravena y generar oportunidades derivadas del desarrollo turístico.	Participar en las acciones de promoción y apoyar la divulgación de los atractivos y actividades del territorio.
Otro	Visitantes y turistas	Beneficiario	Conocer de manera clara los atractivos, rutas, experiencias y servicios turísticos disponibles.	Consultar y difundir la información turística y participar en las experiencias y actividades ofertadas.

1.4.2 Análisis de los participantes

Los participantes del proyecto están conformados por la Alcaldía de Saravena, como actor institucional encargado de liderar, coordinar y realizar seguimiento a las acciones de promoción turística; la Asociación de Turismo del Sarare – ATUS, como actor sectorial que aporta información, participación y articulación con los prestadores; los prestadores de servicios turísticos, quienes suministran información sobre sus productos, servicios y experiencias para fortalecer su promoción; la comunidad y población del municipio, como beneficiaria indirecta del fortalecimiento de la actividad turística; y los visitantes y turistas, como población objetivo de las acciones de divulgación y promoción de los atractivos y oferta turística de Saravena.

1.5 POBLACION AFECTADA Y OBJETIVO

- Población Afectada por el problema





REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVENA
NIT: 800102799-6



SECRETARIA DE
HACIENDA MUNICIPAL

FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN
MUNICIPAL

PAGINA

5 de 13

TIPO DE POBLACION	CANTIDAD	FUENTE DE LA INFORMACIÓN
Personas	59.390	DANE, Proyección Poblacional Urbana y Rural del Municipio de Saravena, 2026.

• Localización

REGION	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	CENTRO POBLADO	RESGUARDO	ESPECIFICA
Orinoquía	Arauca	Saravena			Área Urbana y/o Rural del Municipio de Saravena.

• Población Objetivo de la intervención

TIPO DE POBLACION	CANTIDAD	FUENTE DE LA INFORMACIÓN
Personas	59.390	DANE, Proyección Poblacional Urbana y Rural del Municipio de Saravena, 2026.

• Localización de la población objetivo

REGION	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	CENTRO POBLADO	RESGUARDO	ESPECIFICA
Orinoquía	Arauca	Saravena			Área Urbana y/o Rural del Municipio de Saravena.

• Características Demográficas:

GRUPO ETAREO (ENFOQUE GENERACIONAL)	GENERO		GRUPO ETNICO			CONDICION			SUB TOTAL
	Mujer	Hombre	Indígena	Afro	ROM	Desplazados	Discapacitados	Víctimas	
0 - 5 AÑOS	3941	3780							7721
6 - 14 AÑOS	3947	3786							7733
15 - 19 AÑOS	2698	2588							5286
20 - 59 AÑOS	16358	15690							32048
60 en adelante	3370	3232							6602
TOTAL, DE POBLACION DE REFERENCIA	30314	29076							59.390

1.6. Caracterización del Uso del Suelo de la Zona Afectada por el Problema o Necesidad en forma Directa.

No aplica, toda vez que el presente proyecto no contempla construcción, adecuación y/o mejoramiento de infraestructura u otras actividades que comprometan el uso del suelo.

1.6 DESCRIPCIONES GENERALES Y ESPECIFICOS.

1.6.1 OBJETIVO GENERAL

- Fortalecer la promoción y el posicionamiento de la oferta turística del municipio de Saravena como destino turístico.

1.6.1.1 INDICADORES PARA MEDIR EL OBJETIVO GENERAL





REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVENA
NIT: 800102799-6



99

SECRETARIA DE
HACIENDA MUNICIPAL

FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN
MUNICIPAL

PAGINA

6 de 13

ORDE N	INDICADOR OBJETIVO	MEDIDO A TRAVES DE	META	TIPO DE FUENTE	FUENTE DE VERIFICACION
1.	Campañas Realizadas	Número	2,00	Informe	Informe de supervisión y Acta de liquidación de la Secretaria de Hacienda Municipal.

1.6.2 RELACIONES ENTRE LAS CAUSAS Y OBJETIVOS

TIPO DE CAUSA	CAUSAS RELACIONADA	OBJETIVOS ESPECIFICOS
Causa directa	Limitada implementación de estrategias de divulgación y promoción de los atractivos y servicios turísticos del municipio de Saravena.	Implementar estrategias de divulgación y promoción de los atractivos y servicios turísticos del municipio de Saravena.
Causa Indirecta 1.1:	Insuficiente divulgación visual de los atractivos y experiencias turísticas del municipio en espacios estratégicos de promoción.	Fortalecer la promoción visual de los atractivos y experiencias turísticas de Saravena mediante elementos publicitarios.
Causa Indirecta 1.2:	Limitada disponibilidad y distribución de material informativo sobre los atractivos, rutas, servicios y oferta turística de Saravena.	Ampliar la disponibilidad y distribución de material informativo sobre los atractivos, rutas, servicios y oferta turística de Saravena.
Causa Indirecta 1.3:	Débil visibilización de los prestadores de servicios, emprendimientos y establecimientos vinculados a la actividad turística local.	Fortalecer la visibilización de los prestadores de servicios, emprendimientos y establecimientos vinculados a la actividad turística local.

1.6.3 META

Realizar dos (2) campañas integrales de promoción turística en el municipio de Saravena, orientadas a fortalecer la divulgación, visibilización y posicionamiento de sus atractivos, experiencias, productos y servicios turísticos mediante estrategias de promoción visual e impresa dirigidas a residentes, visitantes y potenciales turistas.

1.7 Alternativas de la Solución.

ORDEN	ALTERNATIVA	PREPARACION (SI O NO)
1	"PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE SARAVENA, DEPARTAMENTO DE ARAUCA"	SI
2	"AUNAR ESFUERZOS CON LAS EMPRESAS DE TURISMO LOCAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE SARAVENA, DEPARTAMENTO DE ARAUCA"	NO

Alcance del proyecto: El proyecto comprende el diseño y ejecución de dos (2) campañas de promoción turística orientadas a fortalecer la divulgación y posicionamiento de Saravena como destino turístico. La primera estará enfocada en la promoción visual, mediante el diseño, adecuación, mantenimiento e instalación de elementos publicitarios en espacios estratégicos del municipio. La segunda corresponderá a una campaña de promoción impresa, mediante la elaboración y distribución de directorios turísticos y plegables con información sobre atractivos, rutas, experiencias, prestadores y servicios turísticos. Las acciones estarán dirigidas a la comunidad, visitantes, turistas y actores del sector, contribuyendo a mejorar la visibilidad de la oferta turística municipal en escenarios locales, departamentales y nacionales.





REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVENA
NIT: 800102799-6



100

SECRETARIA DE
HACIENDA MUNICIPAL

**FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN
MUNICIPAL**

PAGINA

7 de 13

1.7.1 Justificación

El turismo constituye una actividad estratégica para el desarrollo territorial, en tanto contribuye a la generación de oportunidades económicas, al fortalecimiento de la identidad cultural, al aprovechamiento sostenible de los recursos y atractivos del territorio y a la dinamización de actividades complementarias asociadas a la prestación de bienes y servicios. La Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo, modificada por la Ley 1558 de 2012, reconoce al turismo como una industria esencial para el desarrollo del país y de las entidades territoriales, y establece que las actuaciones relacionadas con el sector deben desarrollarse bajo principios de coordinación, concurrencia y subsidiariedad.

De igual manera, la Ley 2068 de 2020 orienta la política turística hacia la sostenibilidad, la protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, el fortalecimiento de la competitividad y la generación de oportunidades para el sector. En este marco, las acciones de promoción constituyen un instrumento para mejorar la visibilidad de los destinos, facilitar el conocimiento de su oferta y contribuir a su posicionamiento.

Igualmente, el Plan Sectorial de Turismo 2022–2026 “Turismo en armonía con la vida” plantea la articulación entre las entidades territoriales, las instituciones públicas y privadas y los actores comunitarios para promover el desarrollo turístico de los territorios, reconociendo la importancia de adaptar las acciones a las características, necesidades y potencialidades de cada destino. Esta orientación respalda la implementación de estrategias municipales que fortalezcan la promoción y articulación de la oferta turística de Saravena.

Adicionalmente, la Ley 2526 de 2025 establece que las entidades territoriales, a través de las dependencias competentes en materia de turismo, deben fomentar y estimular mecanismos, acciones y estrategias encaminadas a promover la visita de sitios culturales y turísticos, garantizando la participación activa de las comunidades locales. Esta disposición refuerza el papel de los municipios en la promoción de sus destinos y en la generación de condiciones que favorezcan el reconocimiento y aprovechamiento responsable de sus recursos turísticos.

En el ámbito municipal, Saravena ha construido capacidades y referentes que permiten consolidar una estrategia de promoción turística articulada con la oferta existente. Entre estos se encuentra la MARCA CIUDAD “SARAVENA, PARAÍSO MULTICULTURAL”, adoptada mediante Acuerdo Municipal No. 012 del 27 de mayo de 2021, así como el desarrollo de rutas, senderos y productos turísticos y los procesos de articulación adelantados con asociaciones y prestadores del sector. Estos elementos constituyen activos territoriales que requieren mecanismos adecuados de comunicación para incrementar su reconocimiento y facilitar su incorporación dentro de las alternativas de visita y consumo turístico.

Asimismo, Saravena dispone de un Inventario Turístico Municipal actualizado y de información técnica de soporte que permite identificar con mayor precisión sus atractivos, recursos, servicios, experiencias y potencialidades. Este insumo fortalece la capacidad institucional para orientar las acciones de promoción con criterios objetivos, seleccionar contenidos representativos del territorio y comunicar una oferta turística basada en información organizada y verificable. En este contexto, resulta necesario avanzar en estrategias de divulgación más constantes y estructuradas que permitan convertir este conocimiento técnico en herramientas efectivas de comunicación, visibilidad y posicionamiento del municipio como destino turístico.

En este sentido, la promoción turística debe trascender la divulgación aislada de atractivos y orientarse hacia la construcción de una comunicación organizada, coherente con la identidad del territorio y dirigida a diferentes públicos. Una estrategia de promoción visual permite fortalecer la presencia del destino en espacios estratégicos mediante mensajes e imágenes que faciliten su reconocimiento, mientras que el material turístico impreso permite proporcionar información estructurada y de consulta sobre atractivos, rutas, experiencias, establecimientos y servicios disponibles.

En consecuencia, la ejecución del proyecto “PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE SARAVENA, DEPARTAMENTO DE ARAUCA” resulta pertinente para fortalecer las condiciones de divulgación, comunicación y posicionamiento del destino, en correspondencia con el producto 350204600 – Servicio de promoción turística y el indicador 350204600 – Campañas realizadas, cuya meta para la vigencia 2026 corresponde a dos (2) campañas.

La implementación de estas acciones contribuirá al fortalecimiento de la imagen turística de Saravena, a una mayor visibilidad de sus atractivos y oferta, al reconocimiento de los prestadores y emprendimientos locales y a la consolidación progresiva del municipio como un destino con identidad propia y capacidad para promocionar sus valores naturales, culturales y turísticos en diferentes escenarios.





REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVENA
NIT: 800102799-6



101

SECRETARIA DE HACIENDA MUNICIPAL	FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN MUNICIPAL	PAGINA
		8 de 13

1.7.2 Marco Legal.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991

- **ARTICULO 2.** Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo. Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia, en su vida, honra, bienes, creencias, y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares.
- **Artículo 209.** La función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones. Las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado. La administración pública, en todos sus órdenes, tendrá un control interno que se ejercerá en los términos que señale la ley.

Ley 300 de 1996. Reglamentada por el Decreto Nacional 2590 de 2009. "Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones".

Ley 1101 de 2006. Reglamentada por el Decreto Nacional 2590 de 2009. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

Ley 2068 de 2020. Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

Ley 2294 de 2023. "Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026 "Colombia Potencia Mundial de la Vida".

Ley 2526 de 2025. Por medio de la cual se estimula y fomenta la recreación como estrategia para promover la visita de sitios culturales y turísticos y se dictan otras disposiciones.

Decreto Nacional 1074 de 2015. Sector Comercio, Industria y Turismo.

Decreto Municipal 04 de 2021. Por medio del cual se adopta la actualización del manual de contratación, supervisión e interventoría de la Alcaldía de Saravena, Departamento de Arauca.

Decreto Municipal 35 de 2024. Por medio del cual se aprueba la actualización del manual de contratación.

Decreto Municipal 001 de 2026. Por medio de la cual se establecen las cuantías de contratación pública en el Municipio de Saravena, Departamento de Arauca, durante la vigencia fiscal 2026.

Acuerdo Municipal No. 012 de 2021. Mediante el cual se adopta la Marca Ciudad del Municipio de Saravena – Arauca "SARAVENA PARAISO MULTICULTURAL".

Acuerdo Municipal No. 05 de 2024. Por el cual se adopta el plan de desarrollo del municipio de Saravena 2024 – 2027 y se dictan otras disposiciones.

Resolución Nacional 612 de 2024. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Por la cual se reglamenta el artículo 12 de la Ley 2068 de 2020 y se dictan otras disposiciones.

Plan Sectorial de Turismo 2022–2026 "Turismo en armonía con la vida".





REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVENA
NIT: 800102799-6



102

SECRETARIA DE HACIENDA MUNICIPAL	FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN MUNICIPAL	PAGINA
		9 de 13

1.7.3 MODALIDAD DE CONTRATACION

MODALIDAD DE SELECCIÓN: SELECCIÓN ABREVIADA MENOR CUANTÍA

CLASE DE CONTRATO: PRESTACIÓN DE SERVICIOS

2. ESTUDIO DE NECESIDADES

2.1 Del Bien y/o Servicio.

- **Bien y/o Servicio:** Campañas Realizadas
- **Unidad de Medida:** Número
- **Descripción del Bien y/o Servicio:** Implementación de campañas de promoción turística para divulgar y posicionar los atractivos, productos, experiencias y servicios turísticos de Saravena.
- **Descripción de la Demanda:** Necesidad de fortalecer la promoción y divulgación de la oferta turística para mejorar su visibilidad y reconocimiento.
- **Descripción de la Oferta:** El municipio cuenta con atractivos, rutas, productos y prestadores turísticos que pueden ser promocionados mediante estrategias de comunicación visual e impresa.

2.1.1 Magnitud de la Necesidad.

TIPO DE ANÁLISIS	AÑO	OFERTA	DEMANDA	DÉFICIT
HISTÓRICO	2024	2,00	2,00	0,00
	2025	2,00	2,00	0,00
PROYECTADO	2026	0,00	2,00	-2,00
	2027	0,00	2,00	-2,00

2.2 ANALISIS TECNICO DE LA ALTERNATIVA

La alternativa seleccionada consiste en la implementación de dos (2) campañas integrales de promoción turística en el municipio de Saravena, orientadas a fortalecer la divulgación, visibilización y posicionamiento de sus atractivos, productos, experiencias y servicios turísticos. La primera campaña estará enfocada en promoción visual, mediante el diseño, adecuación, mantenimiento e instalación de elementos publicitarios en espacios estratégicos; la segunda estará orientada a promoción impresa, mediante la elaboración y distribución de un directorio turístico y plegables informativos.

Se contempla su ejecución en un periodo de **15 DIAS CALENDARIOS**. Las actividades específicas incluyen:

• CAMPAÑA DE PUBLICIDAD IMPRESA Y DIVULGACIÓN TURÍSTICA:

- 1) **DIRECTORIO TURÍSTICO:** Diseño, diagramación e impresión de directorio turístico tipo cartilla del municipio de Saravena, tamaño carta (28 x 21 cms cerrada), mínimo 52 páginas internas impresas a full color en papel propalcote 150gr, portada y contraportada impresas en papel propalcote 300gr, terminado plastificado UV brillante y encuadernación al caballete. El contenido de la cartilla estará enfocado en presentar la información de interés turístico de Saravena con imágenes de impacto que promocionen el destino. Deberá llevar los logos institucionales y la marca ciudad Saravena paraíso multicultural.
- 2) **PLEGABLES PARA PROMOCIÓN TURÍSTICA:** Diseño e impresión de plegables para promoción turística del municipio de Saravena. Material propalcote de 150 gr, full color a dos caras y 4 cuerpos. Medidas 25 x 48 cms. Deben llevar los logos institucionales y la marca ciudad "Saravena paraíso multicultural".

• CAMPAÑA VISUAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA:

- 3) **DESMONTAJE, DISEÑO, MANTENIMIENTO E INSTALACIÓN VALLAS DEL MUNICIPIO TAMAÑO 5X3 METROS:** Desmontaje, mantenimiento y pintura de estructura, diseño institucional, impresión digital full color en banner 13 oz blanco brillante para exteriores, incluye instalación. Los diseños deberán resaltar las





REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVENA
NIT: 800102799-6



103

SECRETARIA DE
HACIENDA MUNICIPAL

FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN
MUNICIPAL

PAGINA

10 de 13

potencialidades de Saravena, contar con la imagen institucional y contribuir a la promoción turística del municipio. Ubicación de las vallas: 1. Carrera 13 salida hacia Fortul. 2. Diagonal 30 frente a la cámara de comercio.

- 4) **DESMONTAJE, DISEÑO, MANTENIMIENTO E INSTALACIÓN VALLAS DEL MUNICIPIO TAMAÑO 8X4 METROS:** Desmontaje, mantenimiento y pintura de estructura, diseño institucional, impresión digital full color en banner 13 oz blanco brillante para exteriores, incluye instalación. Los diseños deberán resaltar las potencialidades de Saravena, contar con la imagen institucional, marca ciudad "Saravena, paraíso multicultural" y contribuir a la promoción turística del municipio. Ubicación de las vallas: 1. Salida hacia Pamplona. 2. Salida hacia Fortul.

2.2.1 FACTORES ANALIZADOS:

FACTORES	MARCA CON UNA "X"
Aspectos administrativos y políticos	X
Cercanía a la población objetivo	X
Cercanía de fuentes de abastecimiento	X
Comunicaciones	X
Costo y disponibilidad de terrenos	
Disponibilidad de servicios públicos domiciliarios (Agua, energía y otros)	X
Disponibilidad y costo de mano de obra	
Estructura impositiva y legal	
Factores ambientales	X
Impacto para la Equidad de Género	X
Medios y costos de transporte	X
Orden público	X
Otros	X

2.3 CADENA DE VALOR

El valor del contrato es de CINCUENTA Y NUEVE MILLONES NOVECIENTOS MIL PESOS MCTE (\$59.900.000,00).

ITEM	CODIGO UNSPSC	SERVICIO/PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1.	82101508	DIRECTORIO TURÍSTICO: Diseño, diagramación e impresión de directorio turístico tipo cartilla del municipio de Saravena, tamaño carta (28 x 21 cms cerrada), mínimo 52 páginas internas impresas a full color en papel propalcote 150gr, portada y contraportada impresas en papel propalcote 300gr, terminado plastificado UV brillante y encuadernación al caballete. El contenido de la cartilla estará enfocado en presentar la información de interés turístico de Saravena con imágenes de impacto que promuevan el destino. Deberá llevar los logos institucionales y la marca ciudad Saravena paraíso multicultural.	Unidad	1.000	\$ 35.000	\$ 35.000.000





REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVENA
NIT: 800102799-6



104

SECRETARIA DE HACIENDA MUNICIPAL	FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN MUNICIPAL	PAGINA
		11 de 13

2.	82101505	PLEGABLES PARA PROMOCIÓN TURÍSTICA: Diseño e impresión de plegables para promoción turística del municipio de Saravena. Material propalcote de 150 gr, full color a dos caras y 4 cuerpos. Medidas 25 x 48 cms. Deben llevar los logos institucionales y la marca ciudad "Saravena paraíso multicultural".	Unidad	1.200	\$ 12.000	\$ 14.400.000
3.	82101501	DESMONTAJE, DISEÑO, MANTENIMIENTO E INSTALACIÓN VALLAS DEL MUNICIPIO TAMAÑO 5X3 METROS: Desmontaje, mantenimiento y pintura de estructura, diseño institucional, impresión digital full color en banner 13 oz blanco brillante para exteriores, incluye instalación. Los diseños deberán resaltar las potencialidades de Saravena, contar con la imagen institucional y contribuir a la promoción turística del municipio. Ubicación de las vallas: 1. Carrera 13 salida hacia Fortul 2. Diagonal 30 frente a la cámara de comercio.	Unidad	2	\$ 1.650.000	\$ 3.300.000
4.	82101501	DESMONTAJE, DISEÑO, MANTENIMIENTO E INSTALACIÓN VALLAS DEL MUNICIPIO TAMAÑO 8X4 METROS: Desmontaje, mantenimiento y pintura de estructura, diseño institucional, impresión digital full color en banner 13 oz blanco brillante para exteriores, incluye instalación. Los diseños deberán resaltar las potencialidades de Saravena, contar con la imagen institucional, marca ciudad "Saravena, paraíso multicultural" y contribuir a la promoción turística del municipio. Ubicación de las vallas: 1. Salida hacia Pamplona. 2. Salida hacia Fortul.	Unidad	2	\$ 3.600.000	\$ 7.200.000
VALOR TOTAL DEL PRESUPUESTO:						\$ 59.900.000

2.3.1 CRONOGRAMA

ACTIVIDAD/COMPONENTE		TIEMPO DE EJECUCIÓN
1.	"PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE SARAVENA, DEPARTAMENTO DE ARAUCA"	QUINCE (15) DIAS CALENDARIOS

NOTA: El proyecto tendrá una ejecución de QUINCE (15) DIAS CALENDARIOS.





REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVENA
NIT: 800102799-6



105

SECRETARIA DE HACIENDA MUNICIPAL	FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN MUNICIPAL	PAGINA
		12 de 13

2.4 ANÁLISIS DE RIESGOS.

RIESGO	TIPO DE RIESGO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTO	EFECTOS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
1- propósito (Objetivo general)	Operacionales	Retraso en la ejecución de las campañas de promoción turística.	Moderado	Moderado	Incumplimiento de las actividades y metas programadas.	Realizar seguimiento al cronograma y exigir cumplimiento oportuno al contratista.
2-Componente (Productos)	Administrativo	Información turística desactualizada o incorrecta en el material promocional.	Moderado	Moderado	Difusión de información inexacta y afectación de la imagen del destino.	Validar previamente los contenidos con la Administración Municipal y los actores del sector.
3- Actividad y/o Entregable	Operacionales	Deterioro o daño de los elementos de promoción instalados.	Moderado	Moderado	Reducción de la visibilidad y efectividad de la campaña.	Seleccionar materiales adecuados, realizar mantenimiento y verificar periódicamente su estado.

NOTA: Probabilidad: Indique la probabilidad de ocurrencia del Riesgo (Ej. Raro, Improbable, Moderado, Probable y Casi seguro). Impacto: Indique el nivel de impacto que tendría el riesgo si llegara a ocurrir (Ej. Insignificante, Menor, Moderado, Mayor y Catastrófico).

2.5 ESTUDIO AMBIENTAL.

ESTUDIO	REQUIERE (si/no)
Licencia Ambiental	NO
Diagnóstico Ambiental	NO
Plan de Manejo Ambiental	NO
Otros Permisos Ambientales	NO

NOTA: El proyecto no contempla afectación ambiental, por cuanto en ninguno de sus componentes se realizará intervención de suelos ni causas, razón por la cual no aplica.

2.6 INGRESOS Y BENEFICIOS.

- Fortalecer la promoción y posicionamiento de Saravena como destino turístico, aumentando la visibilidad de sus atractivos, rutas, experiencias, productos y servicios turísticos.
- Tipo: Beneficios
- Medido a través de: Número
- Bien producido: Otros
- Razón Precio Cuenta (RPC): 0.80
- Descripción Cantidad: 2 campañas de promoción turística realizadas.
- Descripción Valor Unitario: Valor correspondiente a cada campaña de promoción turística implementada.





REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
MUNICIPIO DE SARAVERENA
NIT: 800102799-6



106

PAGINA

13 de 13

SECRETARIA DE
HACIENDA MUNICIPAL

FORMATO DOCUMENTO TÉCNICO – PROYECTO DE INVERSIÓN
MUNICIPAL

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
00	2,00	\$ 11.000.000,00	\$ 22.000.000,00
01	2,00	\$ 12.000.000,00	\$ 24.000.000,00
02	2,00	\$ 14.000.000,00	\$ 28.000.000,00

02- TOTALES

Periodo	Total beneficios	Total
00	\$ 22.000.000,00	\$ 22.000.000,00
01	\$ 24.000.000,00	\$ 24.000.000,00
02	\$ 28.000.000,00	\$ 28.000.000,00

2.7 FUENTES DE FINANCIACIÓN POR ENTIDAD.

AÑO	ENTIDAD	TIPO DE APOORTE (ESPECIE O DINERO)	DESCRIPCION DEL RUBRO	FUENTE DE FINANCIACIÓN	MONTO
2026	MUNICIPIO DE SARAVENA	DINERO	2.3.2.02.02.009.35.02.06.01 - Servicio de promoción turística	1.1.02.06.001.03.03 - SGP Propósito general libre inversión	\$ 55.178.903,00
			2.3.2.02.02.009.35.02.06.02 - Servicio de promoción turística	1.2.10.02.02 - Superávit Impuesto Predial Unificado	\$ 4.721.097,00
VALOR TOTAL DEL PRESUPUESTO:					\$59.900.000,00

Se suscribe, a los 21 AGO 2026

RUSMILENY BUITRAGO JAIMES
Secretaria de Hacienda Municipal
VB° Componente Técnico

