

AVISO DE INVITACIÓN SIMPLIFICADA

No. _____

OBJETO: La Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A. FIDUCOLDEX - PROCOLOMBIA, está interesado en recibir una propuesta para la prestación del servicio externo para liderar el “Club de producto e innovación turística para la promoción internacional de Colombia” en temas relacionados con el desarrollo de nuevos productos, paquetes Y experiencias turísticas, dirigidos a empresarios colombianos.

ETAPA DE MANIFESTACIÓN DE INTERÉS: De acuerdo con lo establecido artículo 2.2.1.2.4.2.2 del Decreto 1860 de 2021 que modifica y adiciona el Decreto 1082 de 2015, se invita a todas las MiPymes colombianas que cumplan con los criterios de selección habilitantes y de evaluación a presentar su manifestación de interés en participar en la presente convocatoria y la solicitud de delimitación en el tiempo previsto en el Cronograma de la presente invitación (numeral 2.7.).

Documentos para presentar: Las MiPymes colombianas interesadas, deberán remitir mediante correo electrónico a las direcciones y en las oportunidades señaladas en dentro del cronograma de los Términos de Referencia de la Invitación, en adelante “TDR”, los siguientes documentos:

1. Comunicación suscrita con firma digital, electrónica o digitalizada, por la persona natural o quien tenga la capacidad jurídica para ello, manifestando su solicitud de limitación a MiPymes de la presente convocatoria. **(Anexo 4)**
2. Certificación de calidad de MiPyme, que podrá ser certificada en personas naturales, así: a) Suscrita en firma digital, electrónica o digitalizada, por la persona natural y el contador público o revisor fiscal, adjuntando copia del registro mercantil expedido por la Cámara de Comercio, cuando la persona natural realice en forma permanente o habitual actividades mercantiles; o b) Suscrita en firma digital, electrónica o digitalizada, por la persona natural y el contador público o revisor fiscal si se trata de una persona natural no comerciante. Dichos documentos, deberán haber sido expedidos con una antelación no mayor a sesenta (60) días calendario respecto al día de su presentación. **(Anexo No. 10)**

NOTA UNO: La certificación de acreditación de MiPyme deberá contener dos firmas i) Representante Legal (persona natural), y contador o Revisor Fiscal en caso de que aplique.

NOTA DOS: Habiéndose recibido más de una manifestación de interés por parte de personas naturales que acrediten su calidad de MiPyme, la invitación será limitada a dicho segmento empresarial. De otra manera, el proceso continuará abierto para todos los interesados y en todas las etapas establecidas en el Cronograma de los TDR; sin que sea necesario que hayan presentado manifestación de interés.

CRONOGRAMA: Las MiPymes colombianas deberán presentar mediante el correo electrónico y bajo las condiciones del Cronograma propio de los Términos de la Invitación, su manifestación de interés en participar en la presente convocatoria y la solicitud de delimitación en la fecha indicada en el cronograma de la invitación.

TÉRMINOS DE INVITACIÓN SIMPLIFICADA

CAPÍTULO I CONDICIONES GENERALES

1.1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA ENTIDAD CONTRATANTE

La entidad contratante es la Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A. –FIDUCOLDEX sociedad de servicios financieros de economía mixta indirecta, constituida mediante Escritura Pública No. 1497 del 31 de octubre de 1992 otorgada en la Notaría Cuarta (4ª.) de Cartagena (Bolívar), autorizada para funcionar mediante la Resolución número 4.535 de noviembre 3 de 1.992 expedida por la hoy Superintendencia Financiera de Colombia, actuando como vocera y administradora del Fideicomiso de Promoción de Exportaciones – PROCOLOMBIA, con NIT. 830.054.060-5 y en tal calidad, compromete única y exclusivamente el patrimonio del citado Fideicomiso.

Por disposición del Decreto 2505 de 1991, hoy incorporado al artículo 283 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, se ordenó la creación del Fideicomiso de Promoción de Exportaciones (en adelante PROCOLOMBIA), el cual fue constituido mediante Contrato de Fiducia Mercantil suscrito entre FIDUCOLDEX y la Nación representada en dicho acto, por el Banco de Comercio Exterior S.A. – Bancoldex,- como consta en la Escritura Pública 8851 del 5 de noviembre de 1992 otorgada en la Notaría Primera de Bogotá, D.C.

1.2. ANTECEDENTES PROCOLOMBIA

PROCOLOMBIA es un fideicomiso encargado de promover las Exportaciones no minero energéticas, la Inversión Extranjera Directa en Colombia, el Turismo internacional y la Marca País, a través de: I) La identificación de oportunidades de mercado; II) El diseño de estrategias de penetración de mercados; III) La internacionalización de las empresas; IV) El acompañamiento de empresarios, empresas y entidades públicas nacionales e internacionales en el diseño de planes de acción; V) El contacto entre empresarios a través de actividades de promoción comercial, inversión y turismo internacional; VI) La prestación de servicios especializados a empresarios extranjeros interesados en adquirir bienes y servicios colombianos o en invertir en Colombia; VII) La realización de alianzas con entidades nacionales e internacionales de naturaleza pública y privada, que permitan ampliar la disponibilidad de recursos para apoyar diferentes iniciativas empresariales y promover el desarrollo y crecimiento del portafolio de servicios; VIII) El incremento del conocimiento sobre Colombia en el exterior y el posicionamiento de la imagen positiva de Colombia en el mundo.

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA CONVOCATORIA

De acuerdo con la estrategia internacional de turismo que se ha implementado desde el año 2021, y en virtud de las acciones establecidas para generar una constante y efectiva preparación y adecuación de los empresarios del sector turismo en Colombia, se requiere adelantar la creación de nuevos productos acorde con las necesidades de la nueva demanda turística y a las tendencias de la industria, como objetivo principal en el desarrollo de nueva oferta turística con miras a la promoción internacional de servicios

turísticos, para lo cual se hace indispensable contar con un líder para el desarrollo de la estrategia del club de producto e innovación turística para la promoción internacional de Colombia, con quien se pueda solventar la necesidad de la entidad. Vale la pena resaltar, que el Club de producto tiene como objetivo desarrollar, para un segmento específico, nuevos productos o aumentar el valor de los existentes acorde con las tendencias y necesidades actuales de los mercados atendidos o para explorar nuevos. Y dos versiones que llevamos y partimos a la tercera versión donde contamos con dos versiones anteriores las cuales han tenido resultados efectivos en temas de innovación, encadenamiento y desarrollo de nueva oferta la cual se ha puesto en valor en los diferentes espacios comerciales con los que cuenta la entidad tales como ruedas de negocios, workshops y ferias internacionales entre otras.

1.4. CONFLICTOS DE INTERÉS

Antes de presentar su Propuesta, el interesado deberá verificar que no se encuentre incurso dentro de las políticas de conflicto de intereses previstas en el Código de Buen Gobierno Corporativo y el Código de Ética y Conducta de Fiducoldex que se encuentra en la página de Internet www.fiducoldex.com.co, así como en el Código de Ética de PROCOLOMBIA que podrá ser consultado en la página de internet procolombia.co

1.5. RÉGIMEN LEGAL APLICABLE

Salvo que en estos Términos de Referencia se indique lo contrario, el derecho aplicable a esta Invitación y al contrato que eventualmente se llegare a suscribir, será el consagrado en el ordenamiento jurídico colombiano.

El presente proceso de selección y el Contrato que se llegare a celebrar, se sujetan a las disposiciones del derecho privado, salvo las excepciones estipuladas en el presente documento y en la ley. Especialmente, deberán cumplirse las disposiciones que se encuentran relacionadas en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, el Código de Comercio, el Manual de Contratación para el Fideicomiso PROCOLOMBIA, el Código del Buen Gobierno Corporativo y el Código de Ética y Conducta de FIDUCOLDEX, así como el Código de Ética de PROCOLOMBIA.

1.6. NATURALEZA DE ESTA INVITACIÓN A PROPONER.

Este documento contiene exclusivamente una Invitación a presentar ofertas a PROCOLOMBIA y en ningún caso podrá considerarse como una oferta o propuesta de contrato formulada por PROCOLOMBIA.

PROCOLOMBIA decidirá si acepta una propuesta según las reglas generales contenidas en el Código de Comercio, PROCOLOMBIA no estará obligada a contratar con ninguno de los proponentes que presenten propuestas en virtud de estos términos de referencia.

1.7. MODIFICACIÓN A LOS TÉRMINOS DE INVITACIÓN

Toda modificación a los Términos de Referencia de esta Invitación se realizará mediante adendas numeradas, las cuales formarán parte integral de los mismos y serán enviadas al correo electrónico que el proponente informe en la Carta de Presentación de la Propuesta.

1.8. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN

La información que conozcan en virtud del presente proceso se destinará única y exclusivamente para la presentación de la Propuesta. Se considera información confidencial:

- 1.8.1.** Toda la información relacionada con el desarrollo del Contrato que se suscriba y el de los fines de PROCOLOMBIA y/o FIDUCOLDEX.
- 1.8.2.** Las características y especificaciones de los productos, servicios y programas de PROCOLOMBIA y/o FIDUCOLDEX que no sean de público conocimiento.
- 1.8.3.** Todos los secretos empresariales que posea PROCOLOMBIA y/o FIDUCOLDEX de conformidad con la legislación vigente
- 1.8.4.** Todos los conocimientos y experiencias de orden técnico, comercial y de economía de empresa que le permiten a PROCOLOMBIA y/o FIDUCOLDEX realizar sus actividades productivas, desarrollar su objeto social y actividades de organización y administración, usualmente conocidas como know how.
- 1.8.5.** Toda la información sobre desarrollo de productos, políticas y prácticas comerciales.
- 1.8.6.** Toda la información sobre los clientes y potenciales clientes de PROCOLOMBIA y/o FIDUCOLDEX, incluyendo, pero sin limitarse, a los datos personales de los mismos.
- 1.8.7.** Toda la información financiera de PROCOLOMBIA y/o FIDUCOLDEX y de los fideicomisos que FIDUCOLDEX administra o llegare a administrar.
- 1.8.8.** Toda la documentación y demás información sobre el hardware y el software que utiliza FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA y los fideicomisos que FIDUCOLDEX administra o llegare a administrar.
- 1.8.9.** Toda la documentación relacionada o relativa a FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA, que produzca el Proponente para la presentación de su Propuesta técnica.
- 1.8.10.** Toda la documentación que produzca el eventual Contratista en desarrollo del Contrato que llegare a suscribirse.
- 1.8.11.** Toda la información que en desarrollo de la presente Invitación y/o del Contrato que llegare a suscribirse, FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA ponga en conocimiento del Proponente y/o Contratista.
- 1.8.12.** Las restricciones respecto de la confidencialidad de la información no se aplicarán a la información que se describe a continuación:
 - i. Aquella que sea desarrollada independientemente por los Proponentes o que sea recibida legalmente de otra fuente, siempre que esté libre de cualquier restricción.
 - ii. Aquella que esté disponible generalmente al público o sea de público conocimiento.

Quien incumpla sus obligaciones de reserva y las de garantizar la reserva de sus potenciales subcontratistas o empleados, pagará a FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA una suma equivalente al 5% del valor estimado para el Contrato a suscribir. La anterior suma se deberá como multa. Su pago no indemniza los perjuicios sufridos por FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA, ni limita en nada las posibilidades de reclamación de estas por los daños sufridos.

1.9. NEGOCIACIÓN

Si lo considera conveniente, FIDUCOLDEX - PROCOLOMBIA podrá realizar una etapa de negociación con los proponentes que hayan cumplido los requisitos mínimos exigidos en la presente invitación, empezando con el proponente que cumpliendo todos los requisitos habilitantes haya obtenido la mayor calificación de conformidad a lo establecido en el Manual de Contratación del fideicomiso, con el fin de obtener las condiciones más favorables para PROCOLOMBIA.

1.10. COSTOS Y ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA

Serán a cargo del proponente todos los costos asociados a la preparación y elaboración de su propuesta, así como los que indirectamente se causen con ocasión de su presentación y eventual suscripción del contrato, como pólizas, fotocopias, etc.

1.11. IMPUESTOS Y DEDUCCIONES

Al formular la propuesta, el proponente acepta que estarán a su cargo todos los impuestos, tasas y contribuciones establecidos por las diferentes autoridades nacionales, departamentales o municipales, durante el presente proceso y la ejecución del contrato que eventualmente se llegare a suscribir.

1.12. NO MODIFICACIÓN DE LA PROPUESTA Y ACEPTACIÓN DE LOS TÉRMINOS DE LA INVITACIÓN

Una vez presentada la Propuesta en los términos indicados en esta Invitación y vencida la fecha y hora de cierre de la Invitación, la Propuesta no se podrá modificar, ni se podrá adjuntar ningún tipo de información adicional, a menos que lo haya requerido expresamente de oficio PROCOLOMBIA. La presentación de la Propuesta implica que el Proponente acepta todas las condiciones y obligaciones establecidas en estos Términos de Referencia.

El Proponente utilizará y diligenciará la totalidad de los formatos que se suministren, sin modificar su tenor literal y/o su sentido.

1.13. CAMBIO DE REGULACIÓN

La normatividad aplicable, será la que se encuentra vigente a la fecha de la Invitación, incluso si entre la fecha de ésta y el plazo máximo señalado para recibir las Propuestas, se modifica o deroga alguna disposición normativa aplicable.

Sólo se exceptúa de lo anterior, aquello que por expresa disposición de la ley nueva, deba ser aplicado a las invitaciones en curso. El Régimen Legal Aplicable al Contrato será la vigente al momento de su celebración.

1.14. DOCUMENTOS Y PRELACIÓN

Son documentos de la Invitación a proponer todos sus anexos, si los hubiere y todas las modificaciones que FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA informe a los Proponentes con posterioridad a la fecha de envío del

presente documento. En caso de existir contradicciones entre los documentos mencionados se seguirán las siguientes reglas:

- 14.1. Si existe discrepancia entre un Anexo y la Invitación Simplificada, prevalecerá lo establecido en la Invitación Simplificada.
- 14.2. Siempre prevalecerá la última modificación remitida sobre cualquier otro documento.
- 14.3. En caso de discrepancia en la Invitación Simplificada, sus modificaciones y el Contrato, prevalecerá lo establecido en el Contrato.

1.15. EXCLUSIÓN Y LIMITACIÓN DE RESPONSABILIDAD PRECONTRACTUAL

FIDUCOLDEX - PROCOLOMBIA no será responsable por ningún daño causado a los posibles proponentes durante la etapa precontractual.

1.16. CLÁUSULA DE RESERVA

FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA se reservan el derecho de terminar anticipadamente la presente convocatoria, el cierre anticipado de la presente invitación y de rechazar cualquiera o todas las Propuestas que se presenten, si así conviene a sus intereses, sin necesidad de dar explicación alguna a los Proponentes y sin indemnizar ningún tipo de perjuicio o asumir costo alguno que con tal cierre o rechazo se pudiera generar a alguna de las entidades que presentaron Propuesta.

1.17. RESERVA EN DOCUMENTOS

En caso de que el proponente considere que algún documento o información de su propuesta goza de reserva legal, deberá manifestarlo por escrito y soportarlo conforme a las normas legales que le brindan tal carácter.

1.18. IDIOMA DE LA PROPUESTA

La propuesta, sus anexos, correspondencia y todos los documentos intercambiados entre los proponentes y FIDUCOLDEX - PROCOLOMBIA, deberán estar escritos en idioma español.

1.19. DEFINICIONES

Donde quiera que, en los documentos de la presente Invitación y del Contrato que eventualmente se suscriba con ocasión de la presente Invitación, se encuentren los siguientes términos, tendrán el significado que se asigna a continuación:

1.19.1. Definiciones Generales

- 1.19.1.1. **CONTRATISTA:** Será la persona con quien FIDUCOLDEX actuando como vocera del Patrimonio Autónomo PROCOLOMBIA, celebre el Contrato autorizado para ejecutar las actividades o prestar el servicio que se requiere para la consecución de la finalidad de la presente Invitación. El Contratista deberá acoger en su integridad las decisiones que adopte FIDUCOLDEX actuando

como vocera del Patrimonio Autónomo PROCOLOMBIA. Ni el Contratista ni las personas contratadas por él, adquirirán vínculo laboral alguno con PROCOLOMBIA y/o con la Fiduciaria.

- 1.19.1.2.** CONTRATO: Es el instrumento legal autorizado, suscrito y aceptado por FIDUCOLDEX actuando como vocera del Patrimonio Autónomo Procolombia y el Contratista, para ejecutar el objeto y obligaciones allí contenidas, el cual será ley para las partes
- 1.19.1.3.** DÍA CORRIENTE O DÍA CALENDARIO: Es cualquier día del Calendario, entendido como el espacio de tiempo de 24 horas, sin tener en cuenta si se trata de un día hábil o inhábil.
- 1.19.1.4.** DÍA HÁBIL: Es cualquier día comprendido entre el lunes y el viernes de cada semana entre las 8:00 a.m. y las 5:00 p.m., excluyendo de éstos los días festivos determinados por ley en la República de Colombia. En el evento en que la fecha en que finalice un plazo establecido en esta Invitación resulte ser un sábado o domingo u otro día inhábil, el último día de tal período o la fecha correspondiente, se trasladará al día hábil siguiente.
- 1.19.1.5.** DISCREPANCIA: Diferencia entre la información, manifestación o documentos presentados en la Propuesta y los requerimientos contenidos en la presente Invitación, verificados por el respectivo evaluador.
- 1.19.1.6.** DOCUMENTO IDONEO: El documento expedido por instituciones autorizadas de conformidad con la legislación colombiana para impartir educación formal o el equivalente en otros Países o a través del cual se acredita una situación particular.
- 1.19.1.7.** INVITACIÓN: Es la convocatoria a personas determinadas o no, a participar con una Propuesta con miras a aceptar aquella que resulte más favorable, e inclusive si ninguna resulta serlo, no aceptar la(s) Propuesta(s) presentada(s). La presente Invitación es ley para FIDUCOLDEX, PROCOLOMBIA y los Proponentes.
- 1.19.1.8.** INVITADO: Persona natural o jurídica que ha sido notificada por FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA manifestándole la posibilidad que tiene de participar en la Invitación.
- 1.19.1.9.** NO INVITADO: Persona natural o jurídica que, no habiendo sido invitado a presentar una Propuesta, manifiesta su interés en participar en la Invitación y FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA dan el visto bueno al interesado para hacer parte de la Invitación y participar en la convocatoria, siempre y cuando cumpla con todas las condiciones detalladas en la presente Invitación, y será evaluado conforme a los Términos de Referencia aquí establecidos.
- 1.19.1.10.** PARTES: Son las personas que celebran el Contrato derivado de la Invitación.
- 1.19.1.11.** PROPONENTE: Es la persona natural o jurídica que, en forma individual o mediante un consorcio o unión temporal, presenta dentro de la oportunidad señalada para el efecto, una Propuesta u oferta.
- 1.19.1.12.** PROPUESTA: Es el ofrecimiento u oferta formulada por el Proponente en respuesta a la Invitación.
- 1.19.1.13.** PROPUESTAS PARCIALES: Son aquellas Propuestas que no cumplan con el lleno de los requisitos establecidos en los términos de Referencia o que sean presentados de manera incompleta. Las propuestas parciales no serán tenidas en cuenta y serán rechazadas.
- 1.19.1.14.** PROPUESTAS CONDICIONALES: Toda propuesta que incluya cualquier condicionamiento salvedad o reserva en la oferta frente a los requisitos reglas condiciones exigencias u

obligaciones que se señalan en la presente Invitación para la presentación de las Propuestas y/o ejecución del Contrato se entenderá como una Propuesta Condicional, lo que generará el rechazo de la Propuesta (o no será tenida en cuenta).

1.19.1.15. SUJETOS DE ESPECIAL PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL: Los sujetos de especial protección constitucional son aquellas personas que debido a su particular condición física, psicológica o social merecen una acción positiva estatal para efectos de lograr una igualdad real y efectiva. Dentro de esta categoría se encuentran, entre otros, las víctimas del conflicto armado interno, las mujeres cabeza de familia, los adultos mayores, las personas en condición de discapacidad, así como la población de las comunidades indígena, negra, afrocolombiana, raizal, palanquera, Rrom o gitanas (ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.16 del Decreto 1082 de 2015 adicionado por el Decreto 1860 de 2021).

1.19.1.16. TÉRMINOS DE REFERENCIA: Son los documentos que contienen y conforman las disposiciones de obligatorio cumplimiento para todos los actores en el marco de la invitación, entre ellos y sin limitarse proponentes, FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA. Vencida la oportunidad para la modificación o la aclaración de dichos documentos, los mismos serán aplicables tal y como fueron expedidos.

1.19.2. Definiciones Técnicas:

1.19.2.1 Actividad (principal): La actividad (principal) de una unidad de producción es la actividad (productiva) cuyo valor añadido supera el de cualquier otra actividad (productiva) realizada dentro de la misma unidad (SNA 2008, 5.8).

1.19.2.2 Actividad (productiva): La actividad (productiva) llevada a cabo por una unidad estadística es el tipo de producción que esta realiza. Debe entenderse como un proceso, es decir, la combinación de medidas que se traducen en un conjunto determinado de productos. La clasificación de actividades productivas está determinada por su producción principal.

1.19.2.3 Actividad/actividades: En las estadísticas de turismo el término actividades representa las actividades y comportamientos de las personas al preparar un viaje o durante este, en tanto que consumidores (IRTS 2008, 1.2).

1.19.2.4 Actividades características del turismo: Las actividades características del turismo son aquellas que generan típicamente productos característicos del turismo. Dado que el origen industrial de un producto (la industria de la CIIU que lo produce) no es un criterio para la agregación de productos con una categoría similar en la CCP, no existe una relación estricta partida a partida entre los productos y las industrias que los elaboran como sus principales productos (RIET 2008, párr. 5.11)

1.19.2.5 Agregación: Un proceso por el cual los microdatos se transforman en información agregada mediante el uso de una función de agregación como un recuento, promedio de sumas o desviación estándar.

1.19.2.6 Agregados de la Cuenta Satélite de Turismo: La compilación de los siguientes agregados, que representan una serie de indicadores pertinentes de la magnitud del turismo en una economía (CST: RMC 2008, párr. 4.81):

- 1.19.2.7 Ajuste estacional:** Una técnica estadística destinada a eliminar los efectos de las influencias del calendario de estaciones en una serie. Los efectos estacionales suelen reflejar la influencia de las estaciones mismas, bien directamente o mediante series de producción relacionadas con ellas, o convenciones sociales. Otros tipos de variaciones del calendario ocurren como consecuencia de influencias como el número de días en el período calendario, las prácticas contables o de registro adoptadas o la incidencia de los días feriados trasladables.
- 1.19.2.8 Análisis económico:** El turismo genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de estos) fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y proveerse. En el análisis económico del turismo se debe distinguir entre la “contribución económica” del turismo, que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la Cuenta Satélite de Turismo, y el “impacto económico” del turismo, concepto mucho más amplio que engloba los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo, y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos. La finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es cuantificar los beneficios económicos, esto es, el incremento neto de la riqueza de los residentes dimanante del turismo, medido en términos monetarios, en relación con los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad.
- 1.19.2.9 Asalariado:** Son todos aquellos trabajadores que tienen el tipo de empleo definido como empleos asalariados (OIT, resolución sobre la Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo (CISE), párr. 8.1)).
- 1.19.2.10 B2B:** Según el portal Santander (<https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/b2b-que-es.html>) El B2B es una abreviatura del modelo de negocio conocido como Business to Business, cuya traducción al español podría ser “de negocio a negocio”. En el Business to Business una compañía ofrece sus servicios o productos a otras organizaciones para que estas últimas puedan llevar a cabo su actividad comercial y satisfagan sus necesidades.
- 1.19.2.11 B2C:** Según el portal Santander (<https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/b2c-que-es.html>) el B2C o Business to Consumer podría traducirse al español como “de empresas a consumidores”. Es un modelo de negocio en el cual las empresas ofrecen productos y servicios al público general, con el objetivo de obtener un porcentaje de rentabilidad durante la transacción. En definitiva, su cliente ideal es el consumidor final.
- 1.19.2.12 Balanza de pagos:** La balanza de pagos es un estado estadístico que resume las transacciones entre residentes y no residentes durante un período. Comprende la cuenta de bienes y servicios, la cuenta del ingreso primario, la cuenta del ingreso secundario, la cuenta de capital y la cuenta financiera (MBP6, párr. 2.12).
- 1.19.2.13 Bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística:** Los bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística constituyen una categoría específica de bienes de consumo duradero que incluye los bienes duraderos utilizados exclusivamente, o casi exclusivamente, por las personas durante los viajes turísticos (CST: RMC 2008, párr. 2.41, y anexo 5).

- 1.19.2.14 Bienes de consumo duraderos:** Bienes que pueden utilizarse repetida o continuamente a efectos de su consumo durante un período de un año o más, asumiendo una tasa normal o media de uso físico. Cuando son adquiridos por productores, los bienes de consumo duraderos se consideran bienes de capital utilizados para procesos de producción, como en el caso de vehículos, las computadoras, etcétera. Cuando son adquiridos por hogares, se consideran bienes de consumo duraderos (CST: RMC 2008, párr. 2.32). Esta definición es idéntica a la de SCN 2008 (párr. 9.42), que dice: “Un bien duradero es aquel que puede utilizarse repetida o continuamente durante un período superior a un año (...)”.
- 1.19.2.15 Bienes:** Los bienes son objetos físicos producidos para los que existe una demanda, sobre los que se pueden establecer derechos de propiedad y que pueden transferirse de una unidad institucional a otra mediante transacciones realizadas en los mercados (SCN 2008, párr. 6.15).
- 1.19.2.16 Cadena de valor del turismo*:** La cadena de valor del turismo es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos, constituyen las principales actividades primarias de la cadena de valor del turismo. Entre las actividades de apoyo se incluyen el transporte y la infraestructura, el desarrollo de recursos humanos, el desarrollo de tecnologías y sistemas y otros bienes y servicios complementarios que pueden no estar relacionados con la esencia del negocio turístico, pero repercuten de manera importante en el valor del turismo.
- 1.19.2.17 Cadena de valor del turismo:** La cadena de valor del turismo es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos, constituyen las principales actividades primarias de la cadena de valor del turismo. Entre las actividades de apoyo se incluyen el transporte y la infraestructura, el desarrollo de recursos humanos, el desarrollo de tecnologías y sistemas y otros bienes y servicios complementarios que pueden no estar relacionados con la esencia del negocio turístico, pero repercuten de manera importante en el valor del turismo.
- 1.19.2.18 Calidad de un destino turístico:** La calidad de un destino turístico es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, de conformidad con unas condiciones contractuales mutuamente acordadas, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos. Implica también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural. La calidad, por ser uno de los motores clave de la competitividad turística, es también una

herramienta profesional para los proveedores turísticos a efectos organizativos, operativos y de imagen.

- 1.19.2.19 Casa de vacaciones:** Una vivienda de vacaciones (también conocida como casa u hogar de vacaciones) es una vivienda secundaria visitada por los miembros del hogar, fundamentalmente con fines de ocio, vacaciones o cualquier otra forma de esparcimiento (RIET 2008, párr. 2.27).
- 1.19.2.20 Censo:** Un censo es la enumeración completa de una población o de grupos en un momento en el tiempo respecto de características bien definidas: por ejemplo, la población, la producción, el tránsito en determinadas carreteras.
- 1.19.2.21 Clasificación Central de Productos*:** La Clasificación Central de Productos constituye una clasificación de productos completa que abarca bienes y servicios. Tiene por objeto servir de norma internacional para reunir y tabular todo tipo de estadísticas que requieran los detalles de productos, como la producción industrial, las cuentas nacionales, las industrias de los servicios, el comercio interior y exterior de mercancías, el comercio internacional de servicios, la balanza de pagos, el consumo y las estadísticas de los precios. Otros objetivos básicos son servir de marco para la comparación internacional y promover la armonización de distintos tipos de estadísticas relativas a los bienes y servicios.
- 1.19.2.22 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas:** La Clasificación Industrial Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) constituye una estructura de clasificación coherente y consistente de las actividades económicas basada en un conjunto de conceptos, definiciones, principios y normas de clasificación convenidos internacionalmente. Proporciona un marco general en que los datos económicos pueden reunirse y divulgarse en un formato diseñado para fines de análisis económico, adopción de decisiones y elaboración de políticas. La estructura de la clasificación es un formato estándar que permite organizar la información detallada sobre la situación de una economía de acuerdo con principios y percepciones económicas (CIIU, Rev. 4, cap. I, párr. 1).
- 1.19.2.23 Clasificación uniforme:** Las clasificaciones que siguen normas prescritas y son recomendadas y aceptadas generalmente.
- 1.19.2.24 Club de producto:** Es una herramienta de gestión y planificación con fines netamente comerciales, donde se involucran empresas públicas y/o privadas, en un modelo de co-creación con el objetivo de desarrollar para un segmento específico del mercado, nuevos productos, o aumentar valor de los ya existentes.
- 1.19.2.25 Coherencia:** Adecuación de las estadísticas para ser combinadas de diferentes maneras y para diversos usos.
- 1.19.2.26 Competitividad de un destino turístico:** La competitividad de un destino turístico es la capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos, con miras a contribuir a un crecimiento sostenible dentro de su proyecto global y sus objetivos estratégicos, incrementar el valor añadido del sector turístico, mejorar y diversificar sus componentes comerciales y optimizar su atractivo y

los beneficios que reporta a los visitantes y a la comunidad local con una perspectiva de sostenibilidad.

- 1.19.2.27 Compilación de datos:** El proceso sistemático de recopilar datos para las estadísticas oficiales.
- 1.19.2.28 Conciliación de datos:** El proceso de ajuste de datos derivados de dos fuentes diferentes para eliminar, o al menos reducir, el efecto de las diferencias identificadas.
- 1.19.2.29 Consistencia:** Coherencia lógica y numérica.
- 1.19.2.30 Consistency:** Logical and numerical coherence.
- 1.19.2.31 Consumo intermedio:** El consumo intermedio consiste en el valor de los bienes y servicios consumidos como insumo por un proceso de producción, excluidos los activos fijos cuyo consumo se registra como consumo de capital fijo (SCN 2008, párr. 6.213).
- 1.19.2.32 Consumo turístico emisor:** el consumo turístico de un visitante residente fuera de la economía de referencia (CST: RMC 2008, párr. 4.15 c).
- 1.19.2.33 Consumo turístico interno:** El consumo turístico de un visitante residente en la economía de referencia (CST: RMC 2008, gráfico 2.1)
- 1.19.2.34 Consumo turístico nacional:** El consumo turístico nacional es el consumo turístico de los visitantes residentes, dentro y fuera de la economía de referencia. Es la suma del consumo turístico interno y el consumo turístico emisor (CST: RMC 2008, gráfico 2.1).
- 1.19.2.35 Consumo turístico receptor*:** El consumo turístico de un visitante no residente en la economía de referencia (CST: RMC 2008, gráfico 2.1).
- 1.19.2.36 Consumo turístico:** El consumo turístico tiene la misma definición formal que el gasto turístico. No obstante, el concepto de consumo turístico utilizado en la Cuenta Satélite de Turismo va más allá del concepto de gasto turístico. Además de la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio y para regalar, antes y durante los viajes turísticos, lo que corresponde a transacciones monetarias (el objetivo del gasto turístico), también se incluyen servicios asociados con alojamiento de vacaciones por cuenta propia, transferencias sociales en especie y otro consumo imputado. Estas transacciones deben estimarse utilizando fuentes diferentes de la información recopilada directamente de los visitantes, como informes sobre intercambio de hogares, estimaciones de alquileres asociados con casas de vacaciones, cálculos de servicios de intermediación financiera medidos indirectamente (SIFMI), etcétera (CST: RMC 2008, párr. 2.25).
- 1.19.2.37 Cotejo de datos:** El proceso de comparar datos que por lo general han sido derivados de diferentes encuestas u otras fuentes, especialmente los de frecuencias diferentes, a fin de evaluar y posiblemente mejorar su coherencia, y precisar las razones de cualquier diferencia.
- 1.19.2.38 Cuenta de producción:** La cuenta de producción registra la actividad de producir bienes y servicios tal como se define en el Sistema de Cuentas Nacionales. Su saldo contable: el valor añadido bruto: se define como el valor de la producción menos el valor del consumo intermedio, y es una medida de la contribución del producto interno bruto hecha por una unidad de producción, industria o sector. El valor añadido bruto es la fuente de la que proceden los ingresos primarios del sistema de cuentas nacionales, y por lo tanto se lleva a la cuenta de distribución primaria del ingreso. El valor añadido puede medirse asimismo en términos netos

restando el consumo de capital fijo que representa la disminución en valor durante el período del capital fijo utilizado en el proceso de producción (SCN 2008, párr. 1.17).

1.19.2.39 Cuenta Satélite de Turismo: La Cuenta Satélite de Turismo es la segunda norma internacional sobre estadística de turismo (Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual 2008 (CST: RMC 2008)) que se ha elaborado para presentar datos económicos relativos al turismo en un marco de consistencia interna y externa con el resto del sistema estadístico mediante su vínculo con el Sistema de Cuentas Nacionales. Es el marco básico de conciliación de las estadísticas de turismo. Como instrumento estadístico para la contabilidad económica del turismo, la CST puede verse como un conjunto de 10 cuadros sinópticos, cada uno con datos subyacentes, que representan un aspecto diferente de los datos económicos relativo al turismo: el gasto turístico receptor, el gasto turístico interno y el gasto turístico emisor; las cuentas de producción de las industrias turísticas; el valor añadido bruto; y el producto interno bruto (PIB) atribuibles a la demanda turística, el empleo, la inversión, el consumo público, e indicadores no monetarios.

1.19.2.40 Cuentas satélite: Existen dos tipos de cuentas satélite que cumplen dos funciones diferentes. El primer tipo, en ocasiones denominadas satélites internas, incluye en conjunto completo de normas y convenciones de contabilidad del Sistema de Cuentas Nacionales, aunque centra la atención en un aspecto particular de interés, aunque distanciándose de las clasificaciones y jerarquías estandarizadas. Ejemplos de ello son el turismo, la producción de café y los gastos de protección ambiental. El segundo tipo, denominadas cuentas satélite externas, puede añadir datos de carácter no económico o incorporar algunas variantes de las convenciones de la contabilidad, o ambos. Resulta particularmente conveniente explorar nuevos ámbitos en un contexto de investigación. Un ejemplo podría ser el papel que desempeña el trabajo voluntario en la economía (SCN 2008, párr. 29.85).

1.19.2.41 Cuestionario y diseño del cuestionario: Un cuestionario es un grupo o secuencia de preguntas diseñadas para obtener información acerca de un tema, o una secuencia de temas, de una unidad que informa o de otra unidad productora de estadísticas oficiales. El diseño del cuestionario es la redacción (el texto, el orden y las condiciones de la omisión) de las preguntas utilizadas para obtener los datos necesarios para la encuesta.

1.19.2.42 Datos administrativos: Son el conjunto de unidades y de datos derivados de una fuente administrativa, que son datos que almacenan la información recopilada y mantenida con el propósito de aplicar uno o más reglamentos administrativos.

1.19.2.43 Demanda turística interna total*: La demanda turística interna total consiste en la suma del consumo turístico interno, la formación bruta de capital fijo turístico y el consumo colectivo turístico (CST: RMC 2008, párr. 4.114). No incluye el consumo turístico emisor.

1.19.2.44 Demanda turística interna total: La demanda turística interna total consiste en la suma del consumo turístico interno, la formación bruta de capital fijo turístico y el consumo colectivo turístico (CST: RMC 2008, párr. 4.114). No incluye el consumo turístico emisor.

- 1.19.2.45 Destino (destino principal de un viaje):** El destino principal de un viaje turístico se define como el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje (RIET 2008, párr. 2.31). Véase también motivo de un viaje turístico.
- 1.19.2.46 Destino turístico*:** Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.
- 1.19.2.47 Documentación:** El proveedor de la encuesta debe documentar exhaustivamente los procesos y procedimientos de imputación y ponderación, las normas de confidencialidad y supresión, el tratamiento de valores extremos y la recogida de datos. Esa documentación debe ponerse a disposición de por lo menos el órgano que financia la encuesta.
- 1.19.2.48 Economía (de referencia):** La economía (o economía de referencia) es una referencia económica definida en el mismo sentido que en la balanza de pagos y en el Sistema de Cuentas Nacionales: se refiere a los agentes económicos que residen en el país de referencia (RIET 2008, párr. 2.15).
- 1.19.2.49 Ecoturismo:** El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema.
- El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda);
 - El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes.
- 1.19.2.50 Empleadores:** Los empleadores son aquellos trabajadores que, trabajando por cuenta propia o con uno o más socios, tienen el tipo de empleo definido como empleo independiente y que, en virtud de su condición de tales, han contratado a una o a varias personas para que trabajen para ellos en su empresa como asalariado(o asalariados) a lo largo de un período continuo que incluye el período de referencia (OIT, resolución sobre la Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo (CISE), párr. 9.2))

- 1.19.2.51 Empleo en las industrias turísticas:** El empleo en las industrias turísticas puede medirse como un recuento de las personas empleadas en las industrias turísticas en cualquiera de sus empleos, como un recuento de las personas que desempeñan su empleo principal en las industrias turísticas, o como un recuento de los empleos en las industrias turísticas (RIET 2008, párr. 7.9).
- 1.19.2.52 Empleo:** Las personas en empleo son todas aquellas en edad de trabajar que, durante un breve período especificado, ya sea una semana o un día, tenían un empleo asalariado o un empleo independiente (Glosario de términos estadísticos de la OCDE).
- 1.19.2.53 Empleos independientes:** Los empleos independientes son aquellos empleos en los que la remuneración depende directamente de los beneficios (o del potencial para realizar beneficios) derivados de los bienes o servicios producidos.
- 1.19.2.54 Empresa:** Una empresa es una unidad institucional que se dedica a la producción de bienes o servicios. Puede ser una sociedad, una institución sin fines de lucro o una empresa no constituida jurídicamente. Las empresas constituidas jurídicamente y las instituciones sin fines de lucro son unidades institucionales completas. En cambio, una empresa no constituida jurídicamente se refiere a una unidad institucional: un hogar o unidad gubernamental: sólo en su condición de productor de bienes y servicios (Glosario de términos estadísticos de la OCDE).
- 1.19.2.55 Encuesta piloto:** El objetivo de una encuesta piloto es poner a prueba el cuestionario (la pertinencia de las preguntas, la comprensión de las preguntas por los encuestados, la duración de la entrevista) y detectar diversas fuentes posibles de errores muestrales y no muestrales: por ejemplo, el lugar donde se realizan las encuestas y el método utilizado, la identificación de cualquier respuesta omitida y la razón de la omisión, los problemas de la comunicación en distintos idiomas, la traducción, el mecanismo de recopilación de datos, la organización de los trabajos sobre el terreno, entre otros aspectos.
- 1.19.2.56 Encuesta por muestreo:** Una encuesta que se realiza utilizando un método de muestreo.
- 1.19.2.57 Encuesta:** Una investigación de las características de una población dada mediante la recopilación de datos de una muestra de dicha población y la estimación de sus características por medio del uso sistemático de una metodología estadística.
- 1.19.2.58 Entorno habitual:** El entorno habitual de una persona, concepto clave en turismo, se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales.
- 1.19.2.59 Error de medición:** Error de lectura, cálculo o registro de un valor numérico.
- 1.19.2.60 Error de muestreo:** La parte de la diferencia entre un valor poblacional y la estimación de ese valor derivada de una muestra aleatoria, lo que obedece al hecho de que se enumera sólo un subconjunto de la población.
- 1.19.2.61 Error de respuesta:** Los errores de respuesta pueden definirse como los que dimanen del proceso de entrevista. Esos errores pueden obedecer a varios factores, como conceptos o preguntas inadecuados, capacitación inadecuada, fallas del entrevistador y fallas del encuestado.
- 1.19.2.62 Error estadístico:** La diferencia desconocida entre el valor inferido y el valor verdadero.

- 1.19.2.63 Establecimiento:** Un establecimiento es una empresa, o parte de una empresa, situada en un único emplazamiento y en el que sólo se realiza una actividad productiva o en el que la actividad productiva principal representa la mayor parte del valor agregado (SCN 2008, párr. 5.14).
- 1.19.2.64 Estadísticas espejo:** Las estadísticas espejo se utilizan para hacer comparaciones bilaterales de dos medidas básicas de un flujo comercial y son un instrumento tradicional para detectar las causas de las asimetrías en las estadísticas (Glosario de términos estadísticos de la OCDE).
- 1.19.2.65 Estimación:** La estimación trata de la inferencia del valor numérico de parámetros poblacionales desconocidos a partir de datos incompletos como una muestra. Si se calcula una sola cifra para cada parámetro desconocido, el proceso se denomina "estimación puntual". Si se calcula un intervalo de valores dentro del cual es posible, en cierto sentido, que esté el parámetro, el proceso se denomina "estimación de intervalo".
- 1.19.2.66 Exportaciones de bienes y servicios:** Las exportaciones de bienes y servicios consisten en ventas, trueques, regalos o donaciones de bienes y servicios de los residentes a los no residentes (Glosario de términos estadísticos de la OCDE).
- 1.19.2.67 Extrapolación:** Actividad dirigida a transformar, en base a una metodología estadística, los microdatos muestrales en información a nivel agregado representativa de la población objetivo.
- 1.19.2.68 Fiabilidad:** La cercanía del valor inicial estimado al valor estimado posterior.
- 1.19.2.69 Formación bruta de capital fijo:** La formación bruta de capital fijo se define como el valor de las adquisiciones menos las disposiciones de activos fijos efectuadas por esas unidades. Los activos fijos son activos producidos (como maquinaria, equipo, edificios u otras estructuras) que se utilizan repetida o continuamente en la producción durante varios períodos contables (más de un año) (SCN 2008, párr. 1.52).
- 1.19.2.70 Formas de turismo:** Existen tres formas básicas de turismo: el turismo interno, el turismo receptor y el turismo emisor. Esas formas pueden combinarse de varias maneras para derivar las siguientes formas adicionales de turismo: el turismo interior, el turismo nacional y el turismo internacional.
- 1.19.2.71 Gasto turístico emisor:** El gasto turístico realizado por un visitante residente fuera de la economía de referencia (RIET 2008, párr. 4.15 c)).
- Gasto turístico interior
 - Gasto turístico interno
- 1.19.2.72 Gasto turístico interno:** El gasto turístico realizado por un visitante residente en la economía de referencia (RIET 2008, párr. 4.15 a)).
- 1.19.2.73 Gasto turístico nacional:** El gasto turístico nacional incluye todo el gasto turístico de los visitantes residentes tanto dentro como fuera de la economía de residencia. Es la suma del gasto turístico interno y el gasto turístico emisor.

- 1.19.2.74 Gasto turístico receptor:** El gasto turístico realizado por un visitante no residente en la economía de residencia (RIET 2008, párr. 4.15 b)).
- 1.19.2.75 Gasto turístico:** El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (RIET 2008, párr.4.2).
- 1.19.2.76 Grupo de viaje:** Un grupo de viaje se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con este (RIET 2008, párr. 3.2).
- 1.19.2.77 Imputación:** Un procedimiento para atribuir un valor correspondiente a un determinado dato cuando la respuesta falta o es inutilizable.
- 1.19.2.78 Indicador estadístico:** Un elemento de datos que representa datos estadísticos referidos a un tiempo, lugar y otras características, y que es corregido respecto de por lo menos una dimensión (generalmente el tamaño) a fin de permitir comparaciones significativas.
- 1.19.2.79 Indicadores no monetarios:** Los datos medidos en unidades físicas no deberían ser considerados como una parte secundaria de la cuenta satélite. Son componentes esenciales tanto por la información que proporcionan de manera directa como para el análisis apropiado de los datos monetarios (SCN 2008, párr. 29.84).
- 1.19.2.80 Industria de las reuniones:** A fin de poner de relieve los objetivos pertinentes para la industria de las reuniones, si el motivo principal de un viaje son los negocios o las actividades profesionales, este puede subdividirse aún más en “asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones” y “otros motivos profesionales y de negocios”. El término industria de las reuniones es preferido por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), la Internacional de Profesionales en Reuniones (MPI) y Reed Travel Exhibitions sobre el acrónimo RICE (reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones), que no reconoce la naturaleza industrial de esas actividades.
- 1.19.2.81 Industrias turísticas:** Las industrias turísticas abarcan todos los establecimientos cuya actividad principal es una actividad característica del turismo. Las industrias turísticas (también denominadas actividades turísticas) son las actividades que producen típicamente productos característicos del turismo. El término industrias turísticas equivale a actividades características del turismo, dos términos que a veces se utilizan como sinónimos en las RIET 2008 (párrs. 5.10 y 5.11 y gráfico 5.1).
- 1.19.2.82 Innovación turística:** La innovación turística es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística y/o la sostenibilidad. La innovación turística puede aplicarse, por ejemplo, a destinos turísticos, productos turísticos, tecnología, procesos, organizaciones y modelos de negocio, destrezas, arquitectura, servicios, herramientas y/o prácticas de gestión, marketing, comunicación, funcionamiento, aseguramiento de la calidad y fijación de precios.

- 1.19.2.83 Lugar de residencia habitual:** Por lugar de residencia habitual se entiende el lugar en que la persona vive en el momento del censo, definido como su lugar de residencia habitual (Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación, Revisión 2, párrs. 1.461-1.468).
- 1.19.2.84 Marco:** Una lista, mapa u otra especificación de las unidades que definen una población que ha de ser enumerada o encuestada completamente.
- 1.19.2.85 Margen bruto:** El margen bruto de un proveedor de servicios de reserva es la diferencia entre el precio a que se vende el servicio de intermediación y el valor que obtiene el proveedor de los servicios de reserva por ese servicio de intermediación.
- 1.19.2.86 Metadatos estadísticos:** Datos sobre datos estadísticos.
- 1.19.2.87 Metadatos:** Datos que definen y describen otros datos y procesos.
- 1.19.2.88 Microdatos:** Observaciones no agregadas, o mediciones de características de unidades individuales.
- 1.19.2.89 Motivo (principal) de un viaje turístico:** El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar (RIET 2008, párr. 3.10). La clasificación de los viajes turísticos según el motivo principal hace referencia a nueve categorías: esa tipología permite identificar los diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera). Véase también Destino (destino principal de un viaje) (RIET 2008, párr. 3.14 y gráfico 3.1).
- 1.19.2.90 Muestra probabilística:** Una muestra seleccionada por un método basado en la teoría de probabilidades (proceso aleatorio), es decir, por un método que supone un conocimiento de la probabilidad de que una unidad cualquiera sea seleccionada.
- 1.19.2.91 Muestra:** Un subconjunto de un marco en que los elementos de seleccionan sobre la base de un proceso aleatorio con una probabilidad conocida de selección.
- 1.19.2.92 Nacionalidad:** El concepto de país de residencia de un viajero es distinto del de su nacionalidad o ciudadanía (RIET 2008, párr. 2.19).
- 1.19.2.93 Negocios y motivos profesionales:** La categoría de negocios y motivos profesionales incluye las actividades realizadas por los trabajadores independientes y los trabajadores asalariados, siempre y cuando no correspondan a una relación explícita o implícita empleador trabajador con un productor residente en el país o lugar visitado; las actividades realizadas por inversores, empresarios; etcétera (RIET 2008, párr. 3.17.2).
- 1.19.2.94 Networking:** Según CEUPE (<https://ceupe.mx/blog/que-es-el-networking.html>) El Networking es una práctica que se basa en establecer una red de contactos profesionales, en las que se pretende generar oportunidades laborales o de negocio, para esto se realizan encuentros, charlas, conferencias o cualquier tipo de reunión en la que tanto empresarios como personas naturales que hagan parte de diferentes profesiones y sectores del mercado, puedan generar temas de conversación, esto con el fin de que interactúen unos con otros y a partir de allí se empiecen a generar conexiones entre ellos, especialmente entre aquellos que encuentran intereses en común y que puedan servir para futuras negociaciones o incluso para futuras búsquedas de empleo.

- 1.19.2.95 Objetos valiosos:** Los objetos valiosos son bienes producidos de considerable valor que no se usan primordialmente para fines de producción o consumo, sino que se mantienen a lo largo del tiempo como depósitos de valor (SCN 2008, párr. 10.13).
- 1.19.2.96 Organización de gestión/ marketing de destino (OGD/OMD):** Una organización de gestión/marketing de destino (OGD/OMD) es la principal entidad organizativa, pudiendo formar parte de ella diversas autoridades, agentes y profesionales, y facilita las alianzas dentro del sector turístico con miras a un proyecto colectivo para el destino. Las estructuras de gobernanza de las OGD/OMD varían desde una única autoridad pública hasta un modelo de alianza público- privada, y su función esencial es iniciar, coordinar y gestionar ciertas actividades, tales como la aplicación de políticas turísticas, la planificación estratégica, el desarrollo de productos, la promoción y el marketing y el trabajo de los Convention Bureau. Las funciones de las OGD/OMD a nivel nacional, regional y local pueden variar dependiendo de las necesidades del momento o previstas, así como del grado de descentralización de la administración pública. No todos los destinos turísticos cuentan con una OGD/OMD.
- 1.19.2.97 País de referencia:** El país de referencia se refiere al país para el que se realiza la medición (RIET 2008, párr. 2.15).
- 1.19.2.98 País de residencia (habitual):** El país de residencia (habitual) de un hogar o una persona (o de cualquier otra unidad institucional) se determina de conformidad con el centro de interés económico predominante de sus miembros. Si una persona reside (o pretende residir) durante más de un año en un país determinado en el que tiene su centro de interés económico (por ejemplo, en el que para la mayor parte del tiempo), se considera que esta persona es residente en este país.
- 1.19.2.99 Paquete Turístico: De acuerdo a CEUPE:** (<https://www.ceupe.com/blog/que-son-los-paquetes-turisticos-o-viajes-combinados.html>) El **viaje combinado** es el típico producto que se puede adquirir en una agencia de viajes en el que es la combinación de al menos dos servicios (alojamiento y transporte) junto con otros complementarios como son transfers (traslados), excursiones, restauración, etc., por un precio único y global.
- 1.19.2.100 Partida “viajes” (de la balanza de pagos):** Viajes es una partida de la cuenta de bienes y servicios de la balanza de pagos: los créditos de viajes abarcan los bienes y servicios para uso propio o para regalar que han sido adquiridos en una economía por no residentes durante sus visitas a dicha economía. Los débitos de viajes engloban los bienes y servicios para uso propio o para regalar que hayan sido adquiridos en otras economías por residentes durante sus visitas a otras economías (MBP6, párr. 10.86).
- 1.19.2.101 Período de referencia:** El período de tiempo o momento en el tiempo al que pretende referirse la observación medida.
- 1.19.2.102 Personas empleadas:** Las personas en empleo (o empleadas) se definen como todo aquel en edad de trabajar que durante un período de referencia corto participó en cualquier actividad de producción de bienes o prestaron servicios a cambio de un pago o beneficio.
- 1.19.2.103 Pertinencia:** El grado en que las estadísticas satisfacen las necesidades actuales y potenciales de los usuarios.

- 1.19.2.104 Población económicamente activa:** La población económicamente activa o fuerza de trabajo abarca todas las personas de uno u otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios, definidos según y como lo hacen los sistemas de cuentas nacionales durante un período de referencia especificado (OIT, resolución sobre estadísticas de la población económicamente activa, del empleo, del desempleo y del subempleo, párr. 5).
- 1.19.2.105 Procesamiento de datos:** La operación realizada sobre los datos por la organización, instituto, organismo u otra entidad responsable de llevar a cabo la recopilación, tabulación, manipulación y preparación de los datos y la producción de metadatos.
- 1.19.2.106 Producción (principal):** La producción principal de una actividad (productiva) debería determinarse por referencia al valor añadido de los bienes vendidos o los servicios prestados (CIIU, Rev.4, cap. III, C.2).
- 1.19.2.107 Producción económica:** La producción económica puede definirse como una actividad realizada bajo el control y la responsabilidad de una unidad institucional que utiliza insumos de mano de obra, capital y bienes y servicios para obtener otros bienes y servicios (SCN 2008, párr. 6.24).
- 1.19.2.108 Producción:** La producción se define como los bienes y servicios producidos por un establecimiento a) excluyendo el valor de cualquier bien o servicio usado en una actividad para la cual el establecimiento no asume el riesgo de usar los productos en la producción, y b) excluyendo el valor de los bienes y servicios consumidos por el mismo establecimiento, excepto los bienes y servicios usados en la formación de capital (capital fijo o variación de existencias) o en el consumo final propio (SCN 2008, párr. 6.89).
- 1.19.2.109 Producto interno bruto directo turístico (PIBDT):** El producto interno bruto directo turístico es la suma de la parte del valor añadido bruto (a precios básicos) generada por todas las industrias en respuesta al consumo turístico interno más los impuestos netos sobre los productos e importaciones incluidos en el valor de este gasto a precios de adquisición (CST: RMC 2008, párr. 4.96).
- 1.19.2.110 Producto turístico*:** Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital.
- 1.19.2.111 Productos característicos del turismo:** Los productos característicos del turismo son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios (RIET 2008 parr. 5.10).
- 1.19.2.112 Productos conexos al turismo:** Se reconoce su importancia en el análisis del turismo para la economía de referencia, aunque su vínculo con el turismo está muy limitado a escala mundial. En consecuencia, las listas de dichos productos serán específicas de cada país (RIET 2008, párr. 5.12).

- 1.19.2.113 Productos y actividades característicos del turismo específicos de cada país:** Deberán ser determinados por cada país mediante la aplicación de los criterios que figuran en las RIET 2008, párr. 5.10, en su propio contexto; para estos productos, las actividades mediante las cuales se producen se considerarán características del turismo, y las industrias en las que la actividad principal es característica del turismo se denominarán industrias turísticas (RIET 2008, párr. 5.16).
- 1.19.2.114 Proporción turística:** La proporción turística es la proporción de la fracción correspondiente del consumo turístico interno en cada componente de la oferta (CST: RMC 2008, párr. 4.51). Para cada industria, la proporción turística de la producción (en términos de valor) es la suma de la proporción turística que corresponde a cada una de sus producciones (CST: RMC 2008, párr. 4.55). Véase también ratio turística.
- 1.19.2.115 Ratio turístico:** Para cada variable de oferta en la Cuenta Satélite de Turismo, el ratio turístico es la relación entre el valor total de la proporción turística y el valor total de la variable correspondiente en la Cuenta Satélite de Turismo expresada en términos porcentuales (CST: RMC 2008, 4.56). Véase también Proporción turística.
- 1.19.2.116 Recopilación de datos:** El proceso sistemático de recolectar datos para las estadísticas oficiales.
- 1.19.2.117 Relación empleador trabajador:** Existe una relación empleador trabajador cuando hay un acuerdo, ya sea formal o informal, entre una entidad y una persona, normalmente concluido de forma voluntaria entre ambas partes, en virtud del cual dicha persona trabaja para la entidad a cambio de una remuneración en efectivo o en especie (MBP6, párr. 11.11).
- 1.19.2.118 Residencia habitual:** El lugar de residencia habitual es el lugar geográfico donde reside habitualmente la persona enumerada (Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación, Revisión 2, párrs. 2.16 a 2.18 y cuadro 1).
- 1.19.2.119 Residentes/no residentes:** Los residentes en un país son las personas cuyo centro de interés económico predominante está ubicado en su territorio económico. Para un país los no residentes son las personas cuyo centro de interés económico predominante está ubicado fuera de su territorio económico.
- 1.19.2.120 Respuesta y no respuesta:** La respuesta y la no respuesta a diversos elementos de una encuesta entrañan errores potenciales.
- 1.19.2.121 RICE:** Véase Industria de las reuniones.
- 1.19.2.122 SDMX (Intercambio de Datos y Metadatos Estadísticos):** Un conjunto de normas técnicas y directrices orientadas a los contenidos, junto con una arquitectura e instrumentos de las tecnologías de la información, que sean utilizadas para el intercambio eficiente de datos y metadatos estadísticos (SDMX).
- 1.19.2.123 Sector institucional:** Una agregación de unidades institucionales en base al tipo de productor y en dependencia de su actividad y función principales, que se consideran que son indicativas de su comportamiento económico.

- 1.19.2.124 Sector turístico*:** El sector turístico, según la Cuenta Satélite de Turismo, es la agrupación de unidades de producción en diferentes industrias que suministran los bienes y servicios de consumo que demandan los visitantes. Esas industrias se denominan industrias turísticas porque las adquisiciones de los visitantes representan una proporción tan considerable de su oferta que, en ausencia de visitantes, su producción dejaría de existir en cantidades significativas.
- 1.19.2.125 Servicios:** Los servicios son el resultado de una actividad productiva que cambia las condiciones de las unidades que los consumen o que facilita el intercambio de productos o de activos financieros (SCN 2008, párr. 6.17).
- 1.19.2.126 Sesgo:** Un efecto que priva a un resultado estadístico de representatividad al distorsionarlo sistemáticamente, a diferencia de un error aleatorio que puede distorsionarlo en una ocasión determinada.
- 1.19.2.127 Sistema de Cuentas Nacionales:** El Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) es el conjunto normalizado y aceptado internacionalmente de recomendaciones relativas a la elaboración de mediciones de la actividad económica de acuerdo con convenciones contables estrictas, basadas en principios económicos. Las recomendaciones se expresan mediante un conjunto de conceptos, definiciones, clasificaciones y reglas contables que incluyen las normas aceptadas internacionalmente para la medición de los indicadores de los resultados económicos. El marco contable del SCN permite elaborar y presentar los datos económicos en un formato destinado al análisis económico, a la toma de decisiones y a la formulación de la política económica (SCN 2008, párr. 1.1).
- 1.19.2.128 Territorio económico:** El término territorio económico es una referencia geográfica y se refiere al país para el que se realiza la medición (país de referencia) (RIET 2008, párr. 2.15).
- 1.19.2.129 Trabajadores independientes con trabajadores asalariados:** Los trabajadores independientes con trabajadores asalariados se clasifican como empleadores.
- 1.19.2.130 Trabajadores independientes sin empleados:** Los trabajadores independientes sin empleados se clasifican como trabajadores por cuenta propia.
- 1.19.2.131 Transferencias en especie:** Un caso especial de transferencias en especie son las transferencias sociales en especie. Son los bienes y servicios suministrados a los hogares individuales por el gobierno general y por las instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares (ISFLSH). Los principales ejemplos son los servicios de salud y de enseñanza. En lugar de entregar una suma determinada de dinero para su utilización en la compra de servicios médicos y de enseñanza, se suelen suministrar dichos servicios en especie para asegurarse que la necesidad correspondiente queda satisfecha. (A veces el beneficiario compra el servicio y luego se le reembolsa a través de algún sistema de seguro o de asistencia. Esa transacción se considera también como realizada en especie, ya que el beneficiario está actuando simplemente como agente del sistema de seguro) (SCN 2008, párr. 3.83).
- 1.19.2.132 Turismo costero, marítimo y de aguas interiores:** El turismo costero se refiere a actividades turísticas que tienen su base en tierra costera, como la natación, el surf, tomar el sol y otras actividades costeras de ocio, recreo y deporte que tienen lugar a orillas de un mar, un lago o

un río. La proximidad a la costa es también una condición para los servicios e instalaciones que dan apoyo al turismo costero. El turismo marítimo se refiere a actividades que tienen su base en el mar, como los cruceros, la navegación en yates o barcos y los deportes náuticos, e incluye sus respectivos servicios e infraestructuras en tierra. El turismo de aguas interiores se refiere a actividades turísticas como los cruceros, la navegación en yates o barcos y los deportes náuticos que tienen lugar en entornos con influencia del agua, situados dentro de las fronteras terrestres, e incluyen lagos, ríos, pozas, arroyos, aguas subterráneas, manantiales, ríos subterráneos y otros entornos agrupados tradicionalmente como aguas interiores.

1.19.2.133 Turismo cultural: El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones.

1.19.2.134 Turismo de aventura: El turismo de aventura es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo. El turismo de aventura incluye por lo general actividades al aire libre como el alpinismo, el montañismo, el « puenting », la escalada, el rafting, el piragüismo, la navegación en kayak, el barranquismo, la bicicleta de montaña, el senderismo o el buceo. Hay también algunas actividades de turismo de aventura que pueden practicarse en espacios cerrados.

1.19.2.135 Turismo de bienestar: El turismo de bienestar es un tipo de actividad turística que aspira a mejorar y equilibrar los ámbitos principales de la vida humana, entre ellos el físico, el mental, el emocional, el ocupacional, el intelectual y el espiritual. La motivación primordial del turista de bienestar es participar en actividades preventivas, proactivas y de mejora del estilo de vida, como la gimnasia, la alimentación saludable, la relajación, el cuidado personal y los tratamientos curativos.

1.19.2.136 Turismo de montaña: El turismo de montaña es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico definido y delimitado como son las colinas o montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (flora y fauna) y una comunidad local. Engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre.

1.19.2.137 Turismo de negocios (relacionado con la industria de reuniones): El turismo de negocios es un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el

fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento. Los componentes clave del turismo de negocios son las reuniones, los viajes de incentivos, los congresos y las ferias. El término « industria de reuniones », en el contexto del turismo de negocios, reconoce la naturaleza industrial de esas actividades. El turismo de negocios puede combinarse con cualquier otro tipo de turismo durante el mismo viaje.

1.19.2.138 Turismo de salud: El turismo de salud cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la contribución a la salud física, mental y/o espiritual gracias a actividades médicas y de bienestar que incrementan la capacidad de las personas para satisfacer sus propias necesidades y funcionar mejor como individuos en su entorno y en la sociedad.

El término turismo de salud engloba el turismo de bienestar y el turismo médico.

1.19.2.139 Turismo deportivo: El turismo deportivo es un tipo de actividad turística que se refiere a la experiencia viajera del turista que o bien observa como espectador, o bien participa activamente, en un evento deportivo que implica por lo general actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva.

1.19.2.140 Turismo educativo: El turismo educativo cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje, mejora personal, crecimiento intelectual y adquisición de habilidades. El turismo educativo representa un amplio espectro de productos y servicios relacionados con los estudios académicos, las vacaciones para potenciar habilidades, los viajes escolares, el entrenamiento deportivo, los cursos de desarrollo de carrera profesional y los cursos de idiomas, entre otros.

1.19.2.141 Turismo emisor: El turismo receptor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor o de un viaje turístico interno (RIET 2008, párr. 2.39 c)).

1.19.2.142 Turismo gastronómico: El turismo gastronómico es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina. El enoturismo, como un subtipo del turismo gastronómico, se refiere al turismo cuya motivación es visitar viñedos y bodegas, realizar catas, consumir y/o comprar vino, a menudo en el lugar en que se produce o en sus cercanías.

1.19.2.143 Turismo interior: El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales (RIET 2008, párr. 2.40 a)).

1.19.2.144 Turismo internacional: El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no

residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores (RIET 2008, párr. 2.42).

1.19.2.145 Turismo interno: El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor (RIET 2008, párr. 2.39).

1.19.2.146 Turismo médico: El turismo médico es un tipo de actividad turística que implica la utilización de recursos y servicios de curación médica (tanto invasivos como no invasivos) con base empírica. Puede incluir el diagnóstico, el tratamiento, la cura, la prevención y la rehabilitación.

1.19.2.147 Turismo nacional: El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

1.19.2.148 Turismo receptor: El turismo receptor engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor (RIET 2008, párr. 2.39).

1.19.2.149 Turismo rural: El turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características:

1.19.2.150 Turismo urbano: El turismo urbano o de ciudad es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte. Los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios.

1.19.2.151 Turista (o visitante que pernocta) *: Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008, párr. 2.13).

1.19.2.152 Modelo Ritchie- Crouch: Este tema comprende el desarrollo de un documento que incluya la investigación de cada uno de los territorios de los empresarios pertenecientes al club en temas como: generalidades del territorio, atractivos turísticos, recursos turísticos, alojamientos (tipo), restaurantes adecuados para la oferta internacional, guías, actividades.

1.19.2.153 Unidad analítica: Una unidad creada por estadísticos, mediante la división o combinación de unidades de observación, con la ayuda de estimaciones e imputaciones.

1.19.2.154 Unidad de observación: La entidad sobre la cual se recibe información y se compilan estadísticas.

1.19.2.155 Unidad estadística: Una entidad sobre la cual se solicita información y sobre la cual se recopilan estadísticas. Las unidades estadísticas pueden ser entidades jurídicas o físicas identificables o constructos estadísticos.

1.19.2.156 Unidad institucional: Un centro elemental de decisión económica caracterizado por la uniformidad de comportamiento y autonomía de decisión en el ejercicio de su función principal.

1.19.2.157 Unidad que informa: La unidad que proporciona los datos para una actividad de encuesta dada, como un cuestionario o una entrevista. Las unidades que informan pueden ser, o no, la misma unidad de observación.

- Valor añadido bruto de las industrias turísticas (VABIT)

1.19.2.158 Valor añadido bruto de las industrias turísticas: El valor añadido bruto de las industrias turísticas es la suma del valor añadido bruto de todos los establecimientos pertenecientes a las industrias turísticas, con independencia de que toda su producción esté orientada a los visitantes y del grado de especialización de su proceso de producción (CST: RMC 2008, párr. 4.86).

- Valor añadido bruto directo turístico (VABDT)

1.19.2.159 Valor añadido bruto directo turístico: El valor añadido bruto directo turístico es la parte del valor añadido bruto generado por las industrias turísticas y otras industrias de la economía que atienden directamente a los visitantes en respuesta al consumo turístico interno (CST: RMC 2008, párr. 4.88).

1.19.2.160 Valor añadido bruto: El valor añadido bruto es el valor de la producción menos el valor del consumo intermedio (CST: RMC 2008, párr. 3.32).

1.19.2.161 Verificación de datos: La actividad por la que se comprueba las condiciones de corrección de los datos. También incluye la especificación del tipo de error o de la condición no satisfecha, y la cualificación de los datos y su división en "datos libres de errores" y "datos erróneos".

1.19.2.162 Viaje en grupo: Un viaje en grupo lo componen personas o grupos de viaje que viajan juntos: por ejemplo, personas que realizan el mismo paquete turístico, o jóvenes que van a un campamento de verano (RIET 2008, párr. 3.5).

1.19.2.163 Viaje turístico interno: Un viaje turístico interno es aquel cuyo destino principal está situado en el país de residencia del visitante (RIET 2008, párr. 2.32).

1.19.2.164 Viaje turístico: Los viajes realizados por visitantes son viajes turísticos (RIET 2008, párr. 2.29).

1.19.2.165 Viaje: El término "viaje" designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes que realizan los visitantes son viajes turísticos.

1.19.2.166 Viajes/viajero: El término "viaje" designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración.

1.19.2.167 Visita: Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término "visita turística" hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico (RIET 2008, párrs. 2.7 y 2.33).

- 1.19.2.168 Visitante de negocios:** Un visitante de negocios es un visitante cuyo motivo principal para realizar un viaje turístico corresponde a la categoría de negocios y motivos profesionales (RIET 2008, párr. 3.17.2).
- 1.19.2.169 Visitante del día (o excursionista):** Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008, párr. 2.13).
- 1.19.2.170 Visitante internacional:** Un viajero internacional se considera visitante internacional con respecto al país de referencia si: a) está realizando un viaje turístico y b) es un no residente que viaja en un país de referencia o un residente que viaja fuera de este.
- 1.19.2.171 Visitante interno:** Cuando un visitante viaja dentro de su propio país de residencia, se trata de un visitante interno y sus actividades forman parte del turismo interno.
- 1.19.2.172 Visitante:** Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado (RIET 2008, párr. 2.9). Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008, párr. 2.13).
- 1.19.2.173 Viviendas:** Cada hogar tiene una vivienda principal (a la que algunas veces se hace referencia como hogar principal o primario), que suele definirse en función del tiempo que se pasa en la misma, cuya localización determina el país de residencia y el lugar de residencia habitual de dicho hogar y de todos sus miembros. Todas las demás viviendas (pertenecientes al hogar o arrendadas por este) se consideran viviendas secundarias (RIET 2008, párr. 2.26).

*Fuente: Organización Mundial del Trabajo (OMT), 2008.

1.20. INTERPRETACIÓN

Sin perjuicio de las demás normas de interpretación bajo la Régimen Legal Aplicable, que no contravengan las reglas que a continuación se establecen, tanto el Proponente como el eventual Contratista y FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA acuerdan que los Términos de Referencia de la Invitación se interpretarán de conformidad con las siguientes reglas:

- I. Las definiciones que denoten singular también incluyen el plural y viceversa o en género femenino, neutro o masculino, siempre y cuando el contexto así lo requiera.
- II. Las definiciones que no estén expresamente establecidas en los Términos de Referencia de la Invitación se deberán entender en el sentido corriente y usual que ellas tienen en el lenguaje técnico correspondiente o en el natural y obvio según el uso general de los mismos.
- III. El Proponente, el eventual Contratista y FIDUCOLDEX y/o PROCOLOMBIA aceptan la redacción de los Términos de Referencia de la Invitación, de forma tal que en el evento donde se presente duda o controversia en la interpretación o aplicación de alguno de sus presupuestos, el Proponente y el eventual Contratista reconocen que ha tenido plena libertad

y posibilidad para participar en la determinación de las definiciones establecidas en los Términos de Referencia de la Invitación y acepta las definiciones según se establecen en los presentes Términos de Referencia y sus Adendas.

1.21. SERIEDAD DE LA OFERTA

El proponente en su calidad de eventual contratista deberá mantener los términos de la propuesta presentada en el marco de la presente invitación a cotizar hasta el momento de terminación de la relación contractual.

CAPÍTULO II

CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL PROCESO DE SELECCIÓN

2.1. OBJETO DE LA INVITACIÓN

La Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A. FIDUCOLDEX - PROCOLOMBIA, está interesado en recibir propuestas para brindar servicios para liderar el “Club de producto e innovación turística para la promoción internacional de Colombia” en temas relacionados con el desarrollo de nuevos productos, paquetes y experiencias turísticas, dirigidos a empresarios colombianos.

2.2. ALCANCE DEL SERVICIO A CONTRATAR

- a. Para el caso de los líderes en vacacional y Hotelería: Entregar a satisfacción el Documento Rector del Proyecto. El cual incluye los siguientes temas:
 1. Planeación de los procesos metodológicos del Club.
 2. Identificación, selección y clasificación de los empresarios que participarán en el club por grupo.
 3. Realización de cronograma de actividades para los empresarios seleccionados el cual debe incluir las actividades y /o programas en:
 - El desarrollo del diagnóstico del territorio
 - El Diseño y desarrollo de nuevos productos
 - Diseño de paquetes de turismo Para el caso de los lideres vacacionales (naturaleza, bienestar, turismo en dos ruedas, comunitario, etc.), con su correspondiente ficha minuto a minuto. En el caso del líder de hotelería establecer el cronograma de diseño de experiencias innovadoras, en el formato minuto a minuto.
 - Acompañamiento en la planeación, organización y puesta en marcha de un evento de Validación internacional del producto. Este evento consiste en exponer la ficha de producto con una presentación por parte de los empresarios a jurados de producto que estarán conformados por diferentes

empresarios y organizaciones especializadas en turismo acorde con el tipo de producto que desarrollen para que se dé un feedback de mejoramiento de este (producto turístico). Dicho feedback será construido a través de una herramienta digital por parte de los jurados.

- Adecuaciones al producto acorde con el correspondiente Feedback
 - Costeo- Tarifario – Canales de distribución
 - Estrategia digital e imagen corporativa
 - Discursos de venta
 - Catálogos digitales
 - Asesorías y consultorías a cada grupo y/o empresa durante el proceso del club mínimo 2 por empresa.
 - Planeación mínimo 10 capacitaciones para cada líder, al número de empresarios aceptados en su grupo el club (máximo 80).
 - Planear la logística conjuntamente entre los líderes seleccionados de mínimo 14 capacitaciones grupales al número de empresarios aceptados en su grupo el club (máximo 80), las cuales serán realizadas por capacitadores externos.
 - Incluir Metodología de Laboratorios de Innovación y entrega de herramientas de innovación para cada grupo de empresarios.
- b. Para el caso de los líderes en vacacional y Hotelería: Entregar el Diagnóstico del territorio y de la empresa: A través de Laboratorios de investigación de acuerdo con la región que pertenecen los empresarios. (Este tema comprende el desarrollo de un documento en formato Power Point o Word, que incluya la investigación de cada uno de los territorios de los empresarios pertenecientes al club en temas como: generalidades del territorio, atractivos turísticos, recursos turísticos, alojamientos (tipo), restaurantes adecuados para la oferta internacional, guías, actividades, (modelo de competitividad de Ritchie- Crouch)
- Realizar mínimo **una (1)** capacitación **grupal** acorde a las temáticas y necesidades detectadas de los empresarios mínimo **una (1) capacitación del líder respectivo**
- c. Para el caso de los líderes en vacacional: Entregar el Diseño de producto en la ficha de producto. A través de la ficha de producto la cual deberá contener como mínimo, la siguiente información: Nombre del producto, destino o destinos, atractivos discretos y emblemáticos, destinos, valoración y descripción de los destinos en temas de potencialización turística.
- Realizar mínimo **2** capacitaciones **grupales** acorde a las temáticas y necesidades detectadas de los empresarios y mínimo **una (1) capacitación del líder respectivo.**
- d. Para el caso de los líderes en vacacional: Entregar el Diseño de paquetes turísticos. Actividades:
- Diseñar paquetes turísticos innovadores con ficha minuto a minuto de cada uno de estos, incluyendo procesos de sostenibilidad y turismo regenerativo. Los paquetes serán por empresa de acuerdo con la región a la que pertenezcan (Máximo 5 días 4 noches) y multidespino (mínimo 10 días 9 noches). Como mínimo uno por empresa y 5 multidespino para cada grupo del club.

- Asesorías y consultorías a cada empresa (máximo 80 empresarios), la cantidad para atender se definirá de acuerdo con la identificación de la oferta de las empresas beneficiarias) para el logro del encadenamiento de las empresas y de los destinos con valor agregado.
 - Realizar mínimo **2** capacitaciones del líder respectivo acorde a las temáticas y necesidades detectadas de los empresarios.
 - Organizar la logística conjuntamente entre los líderes seleccionados de mínimo **2** capacitaciones grupales al número de empresarios aceptados en su grupo el club (máximo 80), las cuales serán realizadas por capacitadores externos.
 - Desarrollar la Metodología de Laboratorios de Innovación y entrega de herramientas de innovación para cada grupo de empresarios.
 - Pre - validación en sitio: Los líderes deben ir hacer reconocimiento de las experiencias turísticas que se enuncian en el desarrollo de oferta de los empresarios seleccionados. (mínimo 2 experiencias)
 - Acompañamiento en términos de planificación, organización y operación en el evento de showroom de paquetes para generar nuevos encadenamientos. Se trata de un evento de exposición de los paquetes turísticos de forma virtual a otros empresarios, entidades regionales, gremios y autoridades nacionales.
 - Adecuación de oferta con nuevos posibles encadenamientos
 - Acompañamiento en la asesoría y validación con asesores de la vicepresidencia de turismo para viabilidad internacional
- e. Para el Caso del líder de hotelería: Entregar experiencias innovadoras diseñadas en el formato minuto a minuto (programas, paquetes o planes, con base en el diseño de experiencias)
- Asesorías y consultorías a cada empresa (máximo 80 empresarios), la cantidad para atender se definirá de acuerdo con la identificación de la oferta de las empresas beneficiarias) para el logro del encadenamiento de las empresas.
 - Realizar mínimo **2** capacitaciones del líder respectivo acorde a las temáticas y necesidades detectadas de los empresarios.
 - Organizar la logística conjuntamente entre los líderes seleccionados de mínimo **2** capacitaciones grupales al número de empresarios aceptados en su grupo el club (máximo 80), las cuales serán realizadas por capacitadores externos.
 - Desarrollar la Metodología de Laboratorios de Innovación y entrega de herramientas de innovación para cada grupo de empresarios.
 - Pre - validación en sitio: El líder debe ir hacer reconocimiento de las experiencias hoteleras que se enuncian en el desarrollo de oferta de los empresarios seleccionados. (mínimo 4 alojamientos)
 - Acompañamiento en términos de planificación, organización y operación en el evento de showroom con las experiencias de alojamiento para generar nuevos encadenamientos. Se trata de un evento de exposición de las experiencias hoteleras

- la cual se hará de forma virtual a otros empresarios, entidades regionales, gremios y autoridades nacionales.
- Adecuación de oferta con nuevos posibles encadenamientos.
 - Acompañamiento en la asesoría y validación con asesores de la vicepresidencia de turismo para viabilidad internacional.
- f. Para el caso de los líderes en vacacional y Hotelería: Entregar el Costeo y tarifario por paquete.
- Asesorías a cada empresa para el logro del costeo de paquetes turísticos y de experiencias hoteleras, así como para el tarifario comercial en dólares.
 - Networking: relacionamiento entre los empresarios del club para validar el costo de cada una de las ofertas y de las experiencias realizadas y así generar el encadenamiento comercial que permita el desarrollo eficaz en los procesos de venta B2B y B2C y entendimiento comercial para venta B2B Y B2C.
 - Mínimo 4 capacitaciones o talleres grupales de costeo de paquetes y/o experiencias hoteleras por gri
 - Costeo de cada paquete creado en el club para el catálogo internacional por empresa
 - Tarifario por paquete en dólares por grupo del club para el B2B y B2C incluir tarifas netas y/o comisionables
- e. Para el caso de los líderes en vacacional y Hotelería: Entregar los Canales de comercialización y distribución por grupo del club (los cuales se formarán de acuerdo con la vocación del producto turístico y o experiencias de alojamiento de las empresas beneficiarias). Actividades:
- Realizar asesorías y talleres de cada líder (mínimo 2. Especializados en canales de comercialización y distribución
 - Organizar la logística conjuntamente entre los líderes seleccionados de mínimo 3 capacitaciones grupales las cuales serán realizadas por capacitadores externos especializados en costeo y tarifarios de paquetes.
 - Desarrollar la Metodología de Laboratorios de Innovación virtuales (diseñados para ofrecer las condiciones más favorables para que se produzca la innovación, con espacios creativos y de colaboración) y entrega de herramientas de innovación para cada grupo de empresarios.
 - Entregar procesos de comercialización y canales de distribución por grupo del club para el B2B y B2C
- g. Para el caso de los líderes en vacacional y Hotelería: Entregar el desarrollo de la estrategia digital e imagen corporativa por grupo.
- Capacitaciones a cada grupo por líder para construir la estrategia digital con página web- redes sociales mínimo **2** capacitaciones

- Capacitaciones en imagen corporativa, mínimo **2** capacitaciones grupales al número de empresarios aceptados en el club (máximo 80), las cuales serán realizadas por capacitadores externos.
 - Generar un documento por grupo sobre la estrategia digital para las empresas. Se entregará uno para agencias y otros para alojamientos
- g. Para el caso de los líderes en vacacional y Hotelería: Entregar los discursos de venta por empresa
- Asesorías a cada empresa para construir, e implementar el speech comercial; mínimo **una (1)** por empresa
 - Talleres de ventas bajo el discurso de venta. Mínimo **una (1)** por grupo
 - Desarrollar la Metodología de Laboratorios de Innovación y entrega de herramientas de innovación para cada grupo de empresarios.
- h. Para el caso de los líderes en vacacional y Hotelería: Proporcionar todos los Insumos para la elaboración de los Catálogos digitales en los tiempos requeridos. Actividades:
1. Entregar los insumos para el desarrollo de los catálogos digitales de los nuevos productos turísticos a convenir con **PROCOLOMBIA** (textos, contenido, ideación, imágenes, tarifas, actividades de sostenibilidad y turismo regenerativo y todas las que se requieran para el desarrollo efectivo de los catálogos)
 2. Organización y acompañamiento a los talleres con el área de mercadeo de **PROCOLOMBIA** para la asesoría en el diseño y planificación de catálogos (usabilidad de imágenes)
 3. Acompañamiento a empresarios en el evento de presentación de catálogos para la oferta internacional. En este evento se presentan los Catálogos digitales para la oferta internacional, y estarán presentes los compradores, gremios, instituciones de turismo regionales y nacionales, entre otros.
 4. Planificación y acompañamiento en la rueda de encadenamiento del club de producto.

NOTA UNO: La cantidad final de capacitaciones, talleres, reuniones, asesorías, consultorías y demás actividades relacionadas en cada entregable dependerá de las necesidades de las empresas identificadas en el Documento Rector del Proyecto.

NOTA DOS: La cantidad de empresas a atender podrá variar en el curso de la ejecución del proyecto, sin superar el máximo de 80.

ENTREGABLES:

- a) Documento Rector del Proyecto y Diagnóstico del territorio y de la empresa.
- b) Diseño de Experiencias innovadoras desarrolladas en el formato minuto a minuto. (Hotelería)
Diseño de producto en la ficha de producto (líder vacacional)

- c) Costeo de cada paquete creado en el club para el catálogo internacional por empresa (líder vacacional)
- d) Costeo de cada experiencia creada en el club para el catálogo internacional por empresa (líder hotelería)
- e) Tarifario por paquete en dólares por grupo del club para el B2B y B2C incluir tarifas netas y/o comisionables (líder vacacional)
- f) Tarifario por experiencia en dólares por grupo del club para el B2B y B2C incluir tarifas netas y/o comisionables (líder hotelería)
- g) Entregar procesos de comercialización y canales de distribución por grupo del club para el B2B y B2C
- h) Generar un documento por grupo sobre la estrategia digital para las empresas. Se entregará uno para agencias y otros para alojamientos
- i) Entregar los insumos para el desarrollo de los catálogos digitales de los nuevos productos turísticos a convenir con **PROCOLOMBIA** (textos, contenido, ideación, imágenes, tarifas, actividades de sostenibilidad y turismo regenerativo y todas las que se requieran para el desarrollo efectivo de los catálogos)
- j) Informe final de ejecución que deberá contener: Tabla de contenido, actividades por proceso del club, reporte de empresas que inician y empresas que terminan, por grupo, adjuntar como anexos los entregables anteriores, conclusiones y puntos de mejora. Video testimonial de una empresa sobre las conclusiones y resultados del club.

2.3. DURACIÓN

La duración del contrato que se suscriba será de hasta de doce (12) meses contados a partir de la aprobación de las garantías. Sin embargo, el contrato que surja con la adjudicación de la presente invitación podrá ser prorrogado de común acuerdo por las partes o terminado de manera anticipada por **PROCOLOMBIA** en cualquier tiempo, dando aviso por escrito de tal hecho al **CONTRATISTA**, previo reconocimiento y pago por los servicios prestados, sin que por este hecho genere obligación alguna de indemnizar o bonificar al **CONTRATISTA**.

2.4. PRESUPUESTO

PROCOLOMBIA cuenta con un presupuesto para atender la presente invitación de hasta **CIENTO CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$150.000.000)**, incluido todos los gravámenes e impuestos a que haya lugar, los cuáles serán distribuidos para los tres (3) líderes del club que serán seleccionados con esta invitación, en partes iguales a cada uno de ellos por hasta **CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (50.000.000)**.

PARÁGRAFO – IMPUESTOS: Sin perjuicio de lo anterior, se señala que todos los impuestos, tasas y contribuciones que se puedan causar con la presentación de la oferta, serán de cargo exclusivo del **PROPONENTE**.

2.5. FORMA DE PAGO

El pago del servicio se realizará atendiendo las siguientes condiciones:

PARA LÍDERES DE HOTELERÍA:

- A. Primer pago equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato a la entrega y recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** del Documento Rector del Proyecto y Diagnóstico del territorio y de la empresa.
- B. Segundo pago equivalente al cuarenta por ciento (20%) del valor total del contrato a la entrega y recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** del Diseño de Experiencias innovadoras desarrolladas en el formato minuto a minuto.
- C. Tercer pago equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato a la entrega y recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** del Costeo y tarifario por experiencias y Canales de comercialización y distribución por grupo del club.
- D. Cuarto pago equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato a la entrega y recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** de la estrategia digital por grupo y la Imagen corporativa y discursos de venta por empresa.
- E. Quinto pago equivalente al diez por ciento (10%) del valor total del contrato a la entrega final con el recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** del total de los Insumos para la elaboración de los Catálogos digitales.
- F. Sexto pago equivalente al diez por ciento (10%) del valor total del contrato a la entrega con el recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** del informe final de ejecución.

PARA LIDER VACACIONAL:

- A. Primer pago equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato a la entrega y recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** del Documento Rector del Proyecto y Proyecto y Diagnóstico del territorio y de la empresa
- B. Segundo pago equivalente al cuarenta por ciento (20%) del valor total del contrato a la entrega y recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** Proyecto y Diagnóstico del territorio y de la empresa
- C. Tercer pago equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato a la entrega y recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** del Diseño de paquetes y experiencias innovadoras diseñadas en el formato minuto a minuto. Costeo y tarifario por paquetes y Canales de comercialización y distribución por grupo del club.
- D. Cuarto pago equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato a la entrega y recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** del desarrollo de la estrategia digital por grupo y la Imagen corporativa y discursos de venta por empresas.
- E. Quinto pago equivalente al diez por ciento (10%) del valor total del contrato a la entrega final con el recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** del total de los Insumos para la elaboración de los Catálogos digitales.
- F. Sexto pago equivalente al diez por ciento (10%) del valor total del contrato a la entrega con el recibo a satisfacción de **PROCOLOMBIA** del informe final de ejecución.

2.6. GARANTIAS

El Proponente favorecido con la adjudicación del contrato constituirá, a favor de FIDUCOLDEX S.A. como vocera de PROCOLOMBIA en una compañía de seguros legalmente establecida en el país, en formato de cumplimiento para particulares, las siguientes garantías:

Póliza de Cumplimiento entre Particulares:

- **Cumplimiento:** por una cuantía equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato incluido IVA, con una vigencia igual a su plazo y cuatro (4) meses más.
- **Calidad de los servicios y bienes:** por una cuantía equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato incluido IVA, con una vigencia igual a su plazo y cuatro (4) meses más.

NOTA 1: La póliza deberá entregarse con el recibo de pago de la prima o su equivalente, así como con las condiciones generales de la misma. **PROCOLOMBIA** aprobará las pólizas si las encuentra ajustadas a lo especificado, en caso contrario, requerirá al **CONTRATISTA** para que dentro del plazo que **PROCOLOMBIA** le señale, haga las modificaciones y aclaraciones necesarias.

NOTA 2: La territorialidad de la cobertura de todas las garantías debe ser nacional o internacional de conformidad con el objeto del contrato.

NOTA 3: Estará a cargo del proveedor seleccionado el pago oportuno de las primas y erogaciones de constitución y mantenimiento de la póliza, por lo que debe acompañar a la misma el recibo de pago de la prima o su equivalente, así como las condiciones generales.

NOTA 4: En caso de que se requiera adicionar, prorrogar o suspender la ejecución, el proveedor seleccionado se obliga a modificar las garantías de acuerdo con lo establecido en el contrato y en las normas legales vigentes sobre la materia.

2.7. CRONOGRAMA DEL PROCESO

DESCRIPCIÓN	FECHA	LUGAR
Aviso Limitación a MiPymes / Publicación	31 de mayo de 2024	Página web de Fiducoldex
Manifestación de limitación a MiPymes	4 de junio de 2024	Correos electrónicos
Publicación de resultados de manifestación	5 de junio de 2024	Página web de Fiducoldex
Envío de invitación	6 de junio de 2024	Correos electrónicos

Solicitud de aclaraciones y observaciones	Hasta el 13 de junio de 2024	Correos electrónicos: jcastillo@procolombia.co ; sromero@procolombia.co ; ndiaz@procolombia.co ; psinergias@procolombia.com cdebarosa@procolombia.co ; gcardozo@procolombia.co lsuzunaga@procolombia.co ;
Respuestas a preguntas y aclaraciones	21 de junio de 2024	Correos electrónicos, Página web de Fiducoldex
Cierre de la invitación y fecha máxima de presentación de la propuesta	28 de junio de 2024 hasta las 05:00 p.m.	Los documentos deben enviarlos a: jcastillo@procolombia.co ; sromero@procolombia.co ; ndiaz@procolombia.co ; psinergias@procolombia.com cdebarosa@procolombia.co ; gcardozo@procolombia.co lsuzunaga@procolombia.co ;
Solicitud de Documentos Subsanables	5 de julio 2024	Correo Electrónico
Termino para presentar Subsanables	11 de julio hasta las 5:00 P.M.	Correo electrónico Los documentos deben enviarlos a su asesor ProColombia con copia a: jcastillo@procolombia.co ; sromero@procolombia.co ; ndiaz@procolombia.co ; y psinergias@procolombia.com cdebarosa@procolombia.co ; gcardozo@procolombia.co ; lsuzunaga@procolombia.co ;
Entrevistas	A partir del 16 de julio y hasta el 19 de julio de 2024	Presencial: Calle 28 #13 ^a -15 PSIO 36 O Virtual a través de enlace enviado por ndiaz@procolombia.co ; y/o psinergias@procolombia.co ;
Adjudicación	25 de julio de 2024	Correos electrónicos, Página web de Fiducoldex

2.8. PREGUNTAS Y/O ACLARACIONES

Los invitados a presentar propuestas podrán realizar preguntas y/o aclaraciones a la presente Invitación

en la forma y fecha prevista en el cronograma, a los siguientes correos electrónicos:

- Juan Jacobo Castillo: jcastillo@procolombia.co;
- Stefanny Romero: sromero@procolombia.co;
- Nancy Díaz: ndiaz@procolombia.co y psinergias@procolombia.com
- Claudia Patricia De La Rosa Guzman: cdejarosa@procolombia.co;
- Guillermo Cardozo: gcardozo@procolombia.co
- Laura Suzunaga: lsuzunaga@procolombia.co;

2.9. ENTREGA Y PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

El proponente deberá presentar una (1) propuesta en la dirección de los correos y en la fecha establecida en el cronograma junto con los demás documentos.

2.10. CORRESPONDENCIA

El proponente deberá presentar su propuesta en las direcciones de correo relacionadas en el cronograma indicando en el asunto del mail "**Líderes del Club de Producto**" comprimida en formato ZIP. (Máximo 50Mb). Las propuestas se recibirán vía correo electrónico a los correos indicados en el numeral 2.8, hasta la fecha y hora indicada en el cronograma, se tendrá en cuenta la hora que aparezca en la bandeja de entrada del correo electrónico de PROCOLOMBIA, por lo cual se sugiere enviarla con suficiente tiempo de antelación.

La propuesta deberá presentarse precedida con el modelo de carta suministrado en esta Invitación (Anexo N° I). Ésta deberá ser firmada por el Representante Legal de la persona jurídica o persona natural según el caso. La suscripción de la carta de presentación de la propuesta hará presumir la aprobación, legalidad y conocimiento de todos los documentos de la Invitación.

El proponente deberá presentar la propuesta y documentación organizada con tabla de contenido donde se destaquen claramente los capítulos y subcapítulos de la propuesta, debidamente referenciados con la página que corresponde.

Cualquier comunicación que envíen los posibles proponentes, deberán dirigirla de la siguiente manera:

Señores:

PROCOLOMBIA

OBJETO:

PROPONENTE:

CORREO ELÉCTRÓNICO:

2.11. CIERRE DE LA INVITACIÓN

Los proponentes deberán realizar la radicación de la propuesta mediante correo electrónico dirigido a los correos electrónicos en la fecha y hora establecida en el cronograma.

Se tendrá en cuenta la hora que aparezca en la bandeja de entrada de los correos electrónicos establecidos, por lo cual se sugiere enviar la propuesta con suficiente tiempo de antelación. En caso de que el volumen de la información y los documentos que integran la propuesta resulten demasiados pesados, los proponentes podrán remitir uno o más correos electrónicos de manera simultánea, antes de la hora y fecha de cierre de la invitación. En el evento que se remita más de un correo electrónico, se debe indicar que información y documentos contiene cada uno y se tendrá por fecha y hora de radicación de la propuesta la del último correo electrónico recibido.

El correo deberá contener los documentos adjuntos (no en forma de links, enlaces, nube o repositorios a un almacenamiento externo EJEMPLO: **No se admite recepción de documentos enviados vía WeTransfer, Google Drive, Dropbox, OneDrive etc.**), los cuales no pueden superar en conjunto 50 MB de tamaño, ya que en tal caso pueden ser rechazados por el servidor de correo, por lo cual se sugiere enviar por separado en archivo PDF cada uno de los documentos a verificar en caso de que supere dicho tamaño.

NOTA: los documentos remitidos vía links, enlaces, nube o repositorios a un almacenamiento externo se entenderán como no presentados y no serán revisados o tenidos en cuenta en el marco de la presente invitación.

2.12. RESERVA

FIDUCOLDEX - PROCOLOMBIA se reserva el derecho de cerrar anticipadamente la presente Invitación y de rechazar cualquiera o todas las propuestas que se presenten, si así conviene a sus intereses, sin necesidad de dar explicación alguna a los participantes y sin indemnizar ningún tipo de perjuicio o asumir costo alguno que con tal cierre o rechazo se pudiera generar a alguna de las entidades que presentaron postulación. En caso de cierre anticipado se evaluarán exclusivamente las postulaciones presentadas hasta la fecha de cierre que se establezca en la citada invitación.

2.13. MODIFICACIONES Y ADENDAS A LOS TÉRMINOS DE LA INVITACIÓN

Toda modificación a los Términos de Referencia se hará mediante **ADENDAS** enumeradas, las cuales formarán parte integral de los mismos.

Todas las adendas deberán ser tenidas en cuenta por los proponentes al formular su propuesta y formarán parte de estos Términos de Referencia.

2.13.1. FORMALIDADES DE LA PROPUESTA

La propuesta deberá radicarse acompañada del índice o tabla de contenido donde se especifique los números de página donde se encuentra la información y los documentos requeridos en los términos de esta Invitación Simplificada. La propuesta deberá estar suscrita, mediante firma digital, electrónica o

digitalizada, por el proponente persona natural, o por su apoderado debidamente facultado, evento en el cual se debe anexar original del poder donde se especifique que se otorga poder para presentar la Propuesta. (La firma de la propuesta podrá ser en digital o digitalizada).

2.13.2. ORDEN DE LA PROPUESTA

El proponente deberá presentar la propuesta y la documentación de manera organizada e incluir una tabla de contenido donde se destaquen claramente los capítulos y subcapítulos de la propuesta, debidamente referenciados con la página que corresponde.

NOTA UNO: Cualquier enmendadura en la propuesta o en los documentos que la acompañan deberá ser confirmada o validada con la firma del proponente.

NOTA DOS: La propuesta deberá tener una validez mínima de tres (3) meses contados a partir de la presentación de la misma.

NOTA TRES: Una vez radicada la propuesta en los correos electrónicos habilitados para la radicación y cerrada la Invitación y entrega de propuestas, ésta no se podrá modificar, ni se podrá adjuntar ningún tipo de información adicional, a menos que lo haya requerido expresamente de oficio **PROCOLOMBIA**. La presentación de la propuesta implica que el proponente acepta todas las condiciones y obligaciones establecidas en los Términos de Referencia.

NOTA CUATRO: Corresponde a todo proponente efectuar los estudios y verificaciones que considere necesarios para la formulación de la propuesta, incluyendo, pero sin limitarse, a los estudios técnicos, contables, tributarios, entre otros; asumiendo todos los gastos, costos, impuestos y riesgos que ello implique, que no serán reembolsados en ningún caso y bajo ningún concepto.

NOTA CINCO: La presentación de una propuesta implicará que el proponente realizó los estudios, análisis y valoraciones pertinentes para prepararla y, por lo mismo, no se reconocerá sobre costo alguno derivado de deficiencias en ellos.

NOTA SEIS: La fecha y hora de cierre no se modificará o aplazará, salvo que **PROCOLOMBIA** lo considere conveniente. La ampliación del plazo se dará a conocer mediante adenda.

NOTA SIETE: PROPUESTAS PARCIALES: No se aceptarán propuestas parciales para esta Invitación.

NOTA OCHO: PROPUESTAS CONDICIONALES: No podrán señalarse condiciones diferentes a las establecidas en la presente Invitación. En caso de que la propuesta formule condiciones diferentes a las establecidas, se tendrán por no escritas. Sólo se tendrán en cuenta las variables indicadas en la presente Invitación para la evaluación de las ofertas. Sin embargo, si se ofrecen ventajas técnicas y/o económicas de los servicios propuestos y se suscribe contrato con el proponente respectivo, éste quedará obligado a cumplir con todo lo ofrecido. Estos ofrecimientos adicionales no supondrán una modificación o alteración a los parámetros esenciales establecidos en la Invitación a proponer, principalmente, a los factores de ponderación y escogencia.

2.14. INTERPRETACIÓN Y ACEPTACIÓN DE LA INVITACIÓN

El participante deberá examinar todas las instrucciones, condiciones, especificaciones, formularios, anexos, adendas y documentos aclaratorios que hagan parte de esta Invitación, todo lo cual constituye la fuente de información para la elaboración de la propuesta.

Todos los documentos de la Invitación se complementan mutuamente, de tal manera que lo indicado en cada uno de ellos se entenderá como indicado en todos.

El hecho que el proponente no se informe y documente debidamente sobre los detalles y condiciones bajo las cuales será ejecutado el objeto de la presente Invitación, no se considerará como fundamento válido de futuras reclamaciones.

El proponente declara que ha recibido toda la información necesaria para elaborar su propuesta y que asume las consecuencias negativas que puedan seguirse de no haber solicitado información complementaria a **PROCOLOMBIA** en las oportunidades señaladas en esta Invitación. Esta declaración se entiende hecha por el solo hecho de presentar la respectiva propuesta.

El proponente deberá elaborar la propuesta de acuerdo con lo establecido en estos Términos de Referencia y anexar la documentación exigida.

2.15. PLAZO DE LA INVITACIÓN

El plazo de la Invitación será el señalado en el cronograma. Dentro del plazo de la Invitación, se podrán efectuar modificaciones a los Términos de Referencia de la Invitación, salvo las modificaciones al cronograma del proceso, que podrán realizarse mediante adenda en cualquier momento antes de la adjudicación o declaratoria de desierta.

2.16. PRÓRROGA DE LOS PLAZOS DE INVITACIÓN

Cuando lo estime conveniente **PROCOLOMBIA**, el plazo de entrega de las propuestas de la presente Invitación podrá prorrogarse antes de su vencimiento. En este caso dicha prórroga se comunicará mediante correo electrónico a cada uno de los proponentes, informándose la modificación del calendario de la Invitación mediante adenda.

2.17. EL PROCESO DE PRESENTACIÓN, EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN

El proceso de presentación, evaluación y adjudicación de la presente Invitación se llevará a cabo de la siguiente manera:

- I. Los proponentes interesados en participar deberán radicar sus propuestas en el tiempo establecido en cronograma de la Invitación.
- II. Una vez recibidas las propuestas, se adelantará la apertura de sobres en donde se levantará un acta suscrita por los funcionarios de **PROCOLOMBIA** que participen en ella.
- III. **FIDUCOLDEX** y/o **PROCOLOMBIA** procederá a verificar el cumplimiento de los **requisitos y documentos** que se hayan previsto como habilitantes en la presente Invitación.
- IV. Las propuestas que hayan sido habilitadas por el cumplimiento de los requisitos previstos como habilitantes en estos Términos de Referencia, serán evaluadas según los criterios de evaluación establecidos en estos Términos de Referencia.

- V. Se adelantará el proceso de vinculación al proponente que haya obtenido mayor puntaje en su propuesta.
- VI. Se informará a los proponentes el resultado del proceso, conforme al cronograma.

CAPITULO III

REQUISITOS HABILITANTES DE LA OFERTA O PROPUESTA

3.1. REQUISITOS HABILITANTES DE LA OFERTA O PROPUESTA

Los requisitos que se mencionan en este numeral son verificables y como tal se constituyen en un requisito habilitante para la participación en este proceso de selección.

3.2. QUIENES PUEDEN PARTICIPAR

Para participar en el proceso de selección derivado de la Invitación se debe ser persona natural residente en Colombia.

Proponentes NO INVITADOS, que sean persona natural residentes en Colombia, podrán participar en la convocatoria, siempre y cuando cumplan con todas las condiciones detalladas en la presente invitación, y será evaluado conforme a los términos de referencia aquí establecidos.

NOTA UNO: No podrán ser proponentes aquellas personas naturales que hayan contratado con **PROCOLOMBIA**, cuyos contratos hayan sido terminados anticipadamente por incumplimiento contractual. Así mismo, tampoco podrán presentar ofertas quienes tengan controversias jurídicas pendientes por definir con **PROCOLOMBIA**.

3.2.1. Requisitos líderes hotelería y turismo vacacional:

1. RUT como persona Natural.
2. No estar vinculado en la gobernanza con otros clubes de producto turístico a nivel nacional o internacional.
3. Residente nacional y donde resida tener excelente conectividad. Diligenciar Anexo No. 12
4. Amplia disponibilidad de tiempo para las labores asociadas al rol asignado. (el desarrollo del proyecto tiene una duración de 12 meses). Diligenciar Anexo No. 13

3.3. EXPERIENCIA ESPECIFICA DEL PROPONENTE

Para acreditar la experiencia específica, el proponente deberá presentar certificaciones de contratos donde se evidencie lo siguiente:

El proponente debe acreditar experiencia a través de la presentación de mínimo un (1) y máximo cinco (5) certificados de contratos ejecutados, suscritos a partir del 1º de enero del año 2018, que

sumen un monto total de mínimo **CUARENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$40.000.000)**, incluido impuestos, cuyo objeto sea la prestación de servicios de productos e innovación turística para la promoción internacional de Colombia en temas relacionados con el desarrollo de nuevos productos, paquetes y experiencias turísticas.

Para acreditar la experiencia se requiere que las certificaciones sean expedidas por el contratante y deberán contener como mínimo la siguiente información:

- Nombre completo y NIT de la entidad que certifica.
- Descripción del objeto del contrato.
- Valor del contrato.
- Duración del contrato (Fecha de Inicio y de terminación)
- Calificación del servicio (regular, bueno ó excelente).
- Firma y cargo del que certifica (nivel directivo).
- Fecha de expedición de la certificación

EL PROPONENTE DEBERÁ SEÑALAR, CUÁLES CERTIFICACIONES SE DEBEN TENER EN CUENTA COMO REQUISITO HABILITANTE Y CUÁLES COMO CRITERIO DE EVALUACIÓN, EN CASO DE QUE NO LO SEÑALE SE TOMARÁN EN EL ORDEN QUE SE ENCUENTREN UBICADAS LAS CERTIFICACIONES EN LA PROPUESTA, SIENDO LAS PRIMERAS CUYA SUMATORIA ASCIENDA A \$40.000.000 o MAS, LAS CORRESPONDIENTES AL REQUISITO HABILITANTE Y LAS RESTANTES, CORRESPONDIENTE AL ASPECTO CALIFICABLE

Nota 1: DOCUMENTOS OTORGADOS EN EL EXTERIOR: Idioma: Los documentos otorgados en el exterior que no estén en idioma español deberán presentarse acompañados de una traducción simple. Si el proponente resulta seleccionado para la adjudicación del contrato, debe presentar la traducción oficial al idioma español de los documentos. La traducción oficial debe ser el mismo texto presentado en traducción simple. **Apostilla y Legalización:** Los documentos otorgados en el exterior deberán presentarse legalizados o apostillados en la forma prevista en las normas vigentes sobre la materia, en especial en los artículos 74 y 251 del Código General del Proceso, artículo 480 del Código de Comercio y en las Resoluciones 1959 de 2020 y 7943 de 2022 proferida por el Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia.

Nota 2: Sólo serán válidas las certificaciones expedidas por diferentes entidades o empresas, no será válido que un proponente presente más de una certificación que provenga de la misma empresa o entidad.

Nota 3: no serán válidas las certificaciones de PROCOLOMBIA y/o FIDUCOLDEX.

Nota 4: Únicamente serán tenidas en cuenta las certificaciones solicitadas con el lleno de los requisitos y cuya calificación de servicio sea bueno o excelente. en caso de que los oferentes presenten más de tres certificaciones, solo serán tenidas en cuenta las tres primeras de acuerdo con el consecutivo numérico de la oferta.

Nota 5: Cuando el proponente acredite experiencia obtenida en consorcios o uniones temporales, se tomará la experiencia en proporción a su participación en dicho consorcio o unión temporal, en valor equivalente al porcentaje de participación del proponente respecto del valor total del contrato.

CAPITULO IV

4. REVISIÓN DE REQUISITOS HABILITANTES Y SUBSANABILIDAD

4.1 VERIFICACIÓN DE REQUISITOS MÍNIMOS HABILITANTES

PROCOLOMBIA procederá a verificar el cumplimiento de los requisitos solicitados en esta Invitación.

4.2. SOLICITUDES DE ACLARACIÓN O COMPLEMENTACIÓN Y SUBSANABILIDAD

De considerarlo necesario, **PROCOLOMBIA** podrá solicitar aclaraciones o complementaciones a la propuesta, respecto de cualquiera de los requisitos mínimos habilitantes y demás documentación de la misma, ya sea porque no encuentra claridad en algún tema o para subsanarla. En la solicitud concederá un plazo para las respuestas. En ningún caso la aclaración o complementación podrá dar lugar a modificar el alcance inicial de la propuesta, mejorarla, ni acreditar requisitos o condiciones adquiridas con posterioridad al cierre del proceso de selección.

Igualmente podrá solicitar aclaraciones en aspectos de la propuesta económica, pero únicamente para la corrección de errores de transcripción, numéricos, matemáticos o formales. En ningún caso la aclaración podrá dar lugar a modificar el alcance inicial de la propuesta, mejorarla, ni acreditar requisitos o condiciones adquiridas con posterioridad al cierre del proceso de selección.

En caso de que el proponente no presente la aclaración o complementación en el plazo establecido, **PROCOLOMBIA** podrá descartar su propuesta y no tenerla en cuenta para ser evaluada.

4.3. CAUSALES DE RECHAZO

En los siguientes eventos las propuestas no se evaluarán y serán rechazadas:

- a. Cuando existan varias propuestas presentadas por el mismo proponente en el mismo proceso de selección. Solo se aceptará la última propuesta presentada en orden cronológico.
- b. Cuando **FIDUCOLDEX – PROCOLOMBIA** corrobore que la información suministrada por el proponente en alguno de los documentos no es veraz.
- c. Cuando en la propuesta presentada no incluya todos los bienes y/o servicios requeridos en los Términos de Invitación.
- d. Cuando el proponente no aporte los documentos exigidos en los presentes Términos de Invitación, salvo que se trate de aquellos que pueden requerirse.

En este evento, podrá ser rechazada la propuesta cuando habiendo sido requerido el proponente para aclaraciones o presentación de documentos faltantes por **FIDUCOLDEX – PROCOLOMBIA**, no los allegue en debida forma y en el término previsto por éste.

- e. Cuando el proponente haya tratado de intervenir, influenciar o informarse indebidamente dentro del presente proceso de contratación, o cuando se presente la propuesta por un medio diferente al previsto en este documento.
- f. Cuando el proponente se encuentre reportado en alguna de las listas internacionales vinculantes para Colombia relacionado con el Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo.
- g. Cuando el proponente se halle incurso en alguna de las causales de conflicto de intereses establecidas en el Código de Buen Gobierno de **FIDUCOLDEX**.
- h. Cuando se hubiese omitido la presentación de un documento esencial para la comparación de las propuestas, de acuerdo con lo estipulado en estos Términos de Invitación y normas complementarias.
- i. Cuando fueren descubiertos convenios previos entre los proponentes relacionados con el objeto de la presente Invitación. Se entienden como tales los convenios tendientes a colocar a otros proponentes en condiciones de inferioridad o a limitar o restringir los derechos y prerrogativas de **FIDUCOLDEX – PROCOLOMBIA**.
- j. Cuando sea detectada cualquier causal de disolución o liquidación.
- k. Si durante el análisis de las propuestas se encuentra que en ésta se incluyen condiciones diferentes a las establecidas en los términos de esta Invitación.
- l. Cuando se evidencia que el proponente tiene una investigación en curso, de carácter, civil, penal, administrativa o fiscal relacionada con indebida celebración de contratos.
- m. Cuando el valor de la propuesta económica supere el valor del presupuesto oficial del proceso.
- n. En los demás casos expresamente establecidos en esta Invitación.

NOTA: PROCOLOMBIA se reservan el derecho de rechazar aquellas propuestas, donde el proponente tenga controversias jurídicas pendientes por definir con **PROCOLOMBIA**. No obstante, **PROCOLOMBIA** no está obligada a contratar con ninguno de los proponentes que presenten propuestas en virtud de esta Invitación

4.4. DECLARATORIA DESIERTA

La declaratoria de desierta de la presente Invitación procederá en cualquiera de los siguientes eventos:

- a. No se presenten propuestas.
- b. Ninguno de los Proponentes cumpla los requisitos habilitantes.
- c. Ninguno de los proponentes que han cumplido los requisitos habilitantes, presenten propuesta económica dentro de los parámetros de la Invitación.
- d. Cuando las propuestas presentadas sean rechazadas conforme a lo indicado en estos Términos de Referencia.
- e. Cuando las propuestas presentadas sean inconvenientes a los intereses de **PROCOLOMBIA**.

CAPITULO V FACTORES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS Y ADJUDICACIÓN

5.1. EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTA

Las propuestas que cumplan con los requisitos técnicos mínimos solicitados en esta Invitación serán evaluadas conforme a los siguientes criterios:

REQUERIMIENTOS LIDER VACACIONAL:

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	MÁXIMO PUNTAJE	DISCRIMINACIÓN DE PUNTAJE
Graduado en estudios afines al turismo a partir del técnico en adelante.	Estudios técnicos, tecnológicos, profesionales y/o de postgrado en áreas afines a turismo. - Entregable: Certificados	10 puntos	Técnico: 3 puntos Tecnólogo: 3 puntos Profesional: 7 puntos postgrado: 10 puntos El puntaje no se suma entre los estudios.
Mínimo 4 años de experiencia en el sector turístico vacacional como empresario, pedagogo o asesor	Cuento con un total de mínimo 4 años de experiencia en turismo vacacional entre los cuales cuenta la experiencia como empresario y/o pedagogo y/o asesor empresarial. Entregable: Diligenciar Anexo No. 14 y Certificados.	20 puntos	4 años o más: 20 puntos. Menos de 4 años: 0 puntos.
Experiencia en desarrollo de productos de turismo vacacional	He desarrollado X número de productos turísticos, Entregable: Diligenciar Anexo No. 15 y presentar certificados	20 puntos	1 Producto turístico: 10 puntos 3 Productos turísticos: 15 puntos 5 productos turísticos: 20 puntos
Experiencia en asesoría de empresas y/o entidades	He asesorado a X empresas y/o entidades con los siguientes productos turísticos, (enumerarlos), Entregable: Diligenciar Anexo No. 16 y presentar certificados	20 puntos	1 empresa y/o entidad: 10 puntos 3 empresas y/o entidades: 15 puntos 5 empresas y/o entidades: 20 puntos
Capacidad de trabajo en equipo.	Demostrar trabajo en proyectos puntuales que involucre trabajo con equipos. Por ejemplo, con comunidades, empresarios o entidades públicas	15 puntos	1 proyecto: 5 puntos 4 proyectos: 10 puntos 6 proyectos: 15 puntos

	Entregable: Diligenciar Anexo No 17 y certificados.		
Assesment.	Investigación y planeación estratégica. Presentación lógica y concisa entre lo solicitado y lo propuesto del caso. Herramientas de comunicación-innovación.	15 puntos	Revisar la descripción del puntaje en la metodología de evaluación
		100 puntos	TOTAL

REQUERIMIENTOS LIDER HOTELERIA

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	MÁXIMO PUNTAJE	DISCRIMINACIÓN DE PUNTAJE
Graduado en estudios turísticos y/o hoteleros a partir del técnico en adelante.	Estudios técnicos, tecnológicos, profesionales y/o de postgrado en áreas afines a hotelería- Entregable: Certificados	10 puntos	Técnico: 3 puntos Tecnólogo: 3 puntos Profesional: 7 puntos Postgrado: 10 puntos El puntaje no se suma entre los estudios.
Mínimo 4 años de experiencia en el sector hotelero como empresario, o asesor	Cuento con un total de mínimo 4 años de experiencia en el sector hotelero entre los cuales cuenta la experiencia como empresario y/o pedagogo y/o asesor empresarial. Entregable: Diligenciar Anexo No. 14 y Certificados.	20 puntos	4 años o más: 20 puntos. Menos de 4 años: 0 puntos.
Experiencia en desarrollo de experiencias y/o servicios hoteleros	he desarrollado X número de experiencias y/o servicios, en la industria de Hotelería. Entregable: Diligenciar Anexo No. 15 y presentar certificados	20 puntos	1 experiencia y/o servicio hotelero: 10 puntos 3 experiencias y/o servicios hoteleros: 15 puntos 5 experiencias y/o servicios hoteleros: 20 puntos

Experiencia en asesoría empresas y/o entidades	<p>He asesorado a X empresas y/o entidades con las siguientes experiencias y/o servicios en la industria de Hotelería (enumerarlos)</p> <p>Entregable: Diligenciar Anexo No. 16 y presentar certificados</p>	<p>20 puntos</p>	<p>1 empresa y/o entidad: 10 puntos 3 empresas y/o entidades: 15 puntos 5 empresas y/o entidades: 20 puntos</p>
Capacidad de trabajo en equipo.	<p>Demostrar trabajo en proyectos puntuales que involucre trabajo con equipos. Por ejemplo, con comunidades, empresarios o entidades públicas.</p> <p>Diligenciar Anexo No. 17 y certificados.</p>	<p>15 puntos</p>	<p>1 proyecto :5 puntos 4 Proyectos: 10 puntos 6 proyectos: 15 puntos</p>
Assesment.	<p>Investigación y planeación estratégica. Presentación lógica y concisa entre lo solicitado y lo propuesto del caso. Herramientas de comunicación-innovación.</p>	<p>15 puntos</p>	<p>Revisar la descripción del puntaje en la metodología de evaluación</p>
TOTAL		<p>100 puntos</p>	

El proponente deberá presentar su propuesta económica discriminando el impuesto del valor agregado IVA.

5.2. METOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS

La evaluación de las propuestas y la asignación del puntaje final se hará de la siguiente manera:

El proceso se hará de acuerdo con la siguiente metodología: Después de evaluar cada criterio calificable, los proponentes que obtengan mínimo **75 puntos** pasarán a un assesment lo cual se llevará a cabo mediante una entrevista personal, donde se validaran las mejores propuestas y perfiles de acuerdo con un caso requerido por parte de **PROCOLOMBIA** previamente a la entrevista.

Los proponentes deberán acudir a la entrevista en lugar, fecha y hora que les será comunicada oportunamente, ante un grupo de evaluadores designado por **PROCOLOMBIA**. Se realizarán de manera virtual en el horario indicado.

En caso de no poder presentarse, se deberá enviar un correo justificando las razones por las cuales no podrá aceptar la citación y deberá realizar la entrevista en el nuevo horario indicado. Para calificar este criterio, se tendrá en cuenta la presentación de la propuesta, dominio del tema, y calidad de respuestas.

En caso de no comparecer a la entrevista, el proponente quedará descartado del proceso de evaluación y su propuesta será rechazada.

Los criterios de evaluación que se tendrán en cuenta durante la entrevista son los siguientes:

- Investigación y planeación estratégica: 5 puntos.
- Presentar de manera lógica y concisa entre lo solicitado y lo propuesto del caso: 5 puntos.
- Herramientas de comunicación-innovación: 5 puntos.

Máximo 15 puntos

Como resultado final del proceso se seleccionarán un total de tres (3) líderes, dos (2) vacacionales, y uno (1) de hotelería.

5.3. DESEMPATE

De presentarse empate en el puntaje de evaluación de dos o más proponentes, **PROCOLOMBIA** utilizará como criterio de desempate, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley 2069 de 2020, regulado a través del artículo 2.2.1.2.4.2.8. y 2.2.1.2.4.2.17. del Decreto 1082 de 2015, adicionado por el Decreto 1860 de 2021, según aplique en la presente convocatoria, los siguientes criterios:

- 4.1.1.** Se preferirá la oferta de bienes o servicios nacionales frente a la oferta de bienes o servicio extranjeros.
- 4.1.2.** Se preferirá la propuesta de la mujer cabeza de familia, mujeres víctimas de la violencia intrafamiliar o de la persona jurídica en la cual participe o participen mayoritariamente; o, la de un proponente plural constituido por mujeres cabeza de familia, mujeres víctimas de violencia intrafamiliar y/o personas jurídicas en las cuales participe o participen mayoritariamente (Anexo No. 5).
- 4.1.3.** Se preferirá la propuesta presentada por el oferente que acredite en las condiciones establecidas en la ley que por lo menos el diez por ciento (10%) de su nómina está en condición de discapacidad a la que se refiere la Ley 361 de 1997. Si la oferta es presentada por un proponente plural, el integrante del oferente que acredite que el diez por ciento (10%) de su nómina está en condición de discapacidad en los términos del presente numeral, debe tener una participación

de por lo menos el veinticinco por ciento (25%) en el consorcio, unión temporal o promesa de sociedad futura y aportar mínimo el veinticinco por ciento (25%) de la experiencia acreditada en la oferta (Anexo No. 6).

- 4.1.4. Se preferirá la propuesta presentada por el oferente que acredite la vinculación en mayor proporción de personas mayores que no sean beneficiarios de la pensión de vejez, familiar o de sobrevivencia y que hayan cumplido el requisito de edad de pensión establecido en la Ley (Anexo No. 7).
- 4.1.5. Se preferirá la propuesta presentada por el oferente que acredite, en las condiciones establecidas en la ley, que por lo menos diez por ciento (10%) de su nómina pertenece a población indígena, negra, afrocolombiana, raizal, palanquera, Rrom o Gitanas (Anexo No. 8).
- 4.1.6. Se preferirá la propuesta de personas en proceso de reintegración o reincorporación o de la persona jurídica en la cual participe o participen mayoritariamente; o, la de un proponente plural constituido por personas en proceso de reincorporación, y/o personas jurídicas en las cuales participe o participen mayoritariamente (Anexo No. 9 y Anexo 9.1.).
- 4.1.7. Se preferirá la oferta presentada por un proponente plural siempre que: (a) esté conformado por al menos una madre cabeza de familia y/o una persona en proceso de reincorporación o reintegración, o una persona jurídica en la cual participe o participen mayoritariamente, y, que tenga una participación de por lo menos el veinticinco por ciento (25%) en el proponente plural; (b) la madre cabeza de familia, la persona en proceso de reincorporación o reintegración, o la persona jurídica aporte mínimo el veinticinco por ciento (25%) de la experiencia acreditada en la oferta; y (c) ni la madre cabeza de familia o persona en proceso de reincorporación o reintegración, ni la persona jurídica, ni sus accionistas, socios o representantes legales sean empleados, socios o accionistas de los otros miembros del proponente plural (Anexo No. 10).
- 4.1.8. De mantenerse el empate, se realizará sorteo por balota. El orden para sacar la balota será conforme al orden de presentación de las propuestas.

NOTA UNO: Se incluyen como anexos a esta invitación, los formatos que deben ser usados por los proponentes, a efectos de acreditar y diligenciar los diferentes criterios de desempate cuando les aplique.

NOTA DOS: En todo caso dentro del proceso de selección se garantizará la reserva de la información de:

- a) Las mujeres víctimas de violencia intrafamiliar.
- b) Las personas en proceso de reincorporación y/o reintegración.
- c) La población indígena, negra, afrocolombiana, raizal, palenquera, Rrom o gitana.

CAPITULO V CONDICIONES DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO

5.1. ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO

PROCOLOMBIA, adjudicará el contrato que se derive de esta Invitación, al proponente cuya propuesta se ajuste a las necesidades de **PROCOLOMBIA** para cumplir el objeto del de la presente Invitación, de conformidad con lo señalado en los Términos de Invitación.

No obstante, lo anterior **PROCOLOMBIA** se reserva el derecho de adjudicar o no, la presente Invitación o en su defecto, declararla desierta si no cumple con las necesidades del mismo, sin que esto genere obligación a indemnización alguna a favor de los proponentes que participen en el proceso.

Realizada la adjudicación, el proponente favorecido deberá suscribir y perfeccionar el contrato en la fecha que le sea requerido por **PROCOLOMBIA**.

PROCOLOMBIA se reserva la facultad de suscribir o no el contrato que ha sido adjudicado, sin que la abstención de suscribir el contrato por parte de **PROCOLOMBIA** dé lugar a indemnización alguna a favor del proponente seleccionado.

5.2. CONTRATACIÓN

Una vez verificados los requisitos técnicos habilitantes y realizada la evaluación conforme a lo establecido en el capítulo IV **PROCOLOMBIA** solicitará a Fiducoldex que en su calidad de vocera y administradora adelante el proceso de contratación respectivo, para lo cual la Dirección de Contratación revisará la siguiente documentación, la cual deberá ser suministrada por el oferente seleccionado:

5.2.1. Verificación en listas internacionales

Se realizará la revisión del proponente y sus vinculados (cuando aplique) en las listas internacionales vinculantes para Colombia, así como los antecedentes disciplinarios y judiciales de estos, de conformidad con la Circular Básica Jurídica expedida por la Superintendencia Financiera y el Manual SARLAFT de FIDUCOLDEX.

- **Certificación del pago de Parafiscales y Aportes al Sistema de Seguridad Social**

Certificación en original, donde se certifique el pago de los aportes de sus empleados a los sistemas de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje. Dicho documento debe certificar que, a la fecha de comunicación de la adjudicación ha realizado el pago de los aportes correspondientes a la nómina de los últimos seis (6) meses, contados hacia atrás a partir de la citada fecha, en los cuales se haya causado la obligación de efectuar dichos pagos. En el evento en que la sociedad no tenga más de seis (6) meses de constituida, deberá acreditar los pagos a partir de la fecha de su constitución.

Si el seleccionado es una persona natural deberá anexar copia de la planilla integrada de liquidación de aportes PILA, que permita verificar que se encuentra al día en sus obligaciones con los sistemas de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje, según le aplique conforme a la ley.

FIDUCOLDEX verificará únicamente la acreditación a la fecha de la comunicación de la adjudicación, sin perjuicio de los efectos generados ante las entidades recaudadoras por el no pago dentro de las fechas establecidas en las normas vigentes.

En caso de presentar acuerdo de pago con las entidades recaudadoras respecto de alguna de las obligaciones mencionadas, deberá manifestar que existe el acuerdo y que se encuentra al día en el cumplimiento del mismo.

La información presentada se entiende suministrada bajo la gravedad del juramento respecto de su fidelidad y veracidad.

- **Certificado de registro mercantil.**

El proponente persona natural seleccionado, en el evento que realice en forma permanente o habitual actividades mercantiles, deberá comprobar su existencia y representación legal, mediante certificado de registro mercantil expedido por la Cámara de Comercio de su domicilio principal debidamente renovado o por la entidad competente de acuerdo con su naturaleza jurídica.

El certificado deberá cumplir los siguientes requisitos:

- Fecha de expedición no mayor a treinta (30) días anteriores a la fecha de la comunicación de la adjudicación.

- **Copia del Registro Único Tributario (RUT)**

Este certificado es expedido por la Dirección General de Impuestos Nacionales.

- **Fotocopia legible de la cédula de ciudadanía al 150% del Representante Legal o del proponente persona natural, o apoderado debidamente facultado.**
- **Formato de inscripción de proveedores debidamente diligenciado, adjuntando los documentos exigidos en el mismo (Anexo II).**

5.3. INCUMPLIMIENTO EN EL PERFECCIONAMIENTO Y/O SUSCRIPCIÓN DEL CONTRATO

Si el Proponente seleccionado no suscribe y perfecciona el Contrato dentro de los cinco días siguientes **FIDUCOLDEX** y/o **PROCOLOMBIA** podrán adjudicar el Contrato al Proponente que obtuvo el segundo lugar en calificación, siempre y cuando su Propuesta sea igualmente favorable para los intereses de **FIDUCOLDEX** y/o **PROCOLOMBIA**, sin menoscabo de las acciones legales a que haya lugar.

Se incorpora en los presentes términos de la invitación la minuta del contrato como anexo. Los proponentes deberán revisar el contenido de la minuta y entienden que la oportunidad para recibir preguntas y observaciones sobre la misma corresponde a la etapa de "Solicitud de aclaraciones y/o

observaciones" establecida en el cronograma de la invitación. De igual forma se aclara que en la etapa de suscripción del contrato no se recibirán nuevas preguntas o requerimientos adicionales de cambio del contenido del texto de la minuta por parte del proponente adjudicado. Mediante la presentación de la oferta, el proponente acepta el contenido de dicha minuta de conformidad con el numeral 1.12 de los presentes términos.

Lo anterior sin perjuicio de las prestaciones adicionales que sean ofrecidas por el proponente en su oferta si las hay, documento que hará parte integral del documento contractual, y que se entienden incluidas en las obligaciones surgidas de la celebración del contrato.

NOTA: En caso de negativa u omisión del adjudicatario a suscribir el Contrato en el plazo previsto, o en el evento de presentarse cualquier otra circunstancia por la cual el adjudicatario no esté en condiciones de firmar conforme a estos Términos de Invitación, **FIDUCOLDEX – PROCOLOMBIA** podrá contratar con el Proponente siguiente en el orden de calificación mayor a menor, y así sucesivamente, sin menoscabo de las acciones legales conducentes al reconocimiento de perjuicios causados.

Sin perjuicio de lo anterior, **FIDUCOLDEX – PROCOLOMBIA** podrá abstenerse de suscribir el contrato, sin que tal hecho de lugar a indemnización alguna a favor del proponente seleccionado quien, con la presentación de la propuesta, acepta las condiciones incluidas en los presentes Términos de invitación.

CAPITULO VII.

FORMATOS Y ANEXOS

- ANEXO No. 1. CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA
- ANEXO No. 2. FTGAD15 FORMATO INSCRIPCIÓN O ACTUALIZACIÓN DE PROVEEDOR.
- ANEXO No. 3. MINUTA DEL CONTRATO A CELEBRAR.
- ANEXO No. 4. SOLICITUD DE LIMITACIÓN A MIPYMES
- ANEXO NO. 5 - FORMATO APOYO NACIONAL
- ANEXO NO. 6 VINCULACIÓN DE PERSONAS EN CONDICIÓN DE INCAPACIDAD
- ANEXO NO. 7 VINCULACIÓN DE PERSONAS MAYORES Y NO BENEFICIARIAS DE PENSIÓN DE VEJEZ, FAMILIAR O DE SOBREVIVENCIA
- ANEXO NO. 8 VINCULACIÓN DE POBLACIÓN INDÍGENA, NEGRA, AFROCOLOMBIANA, RAIZAL, PALANQUERA, RROM O GITANAS
- ANEXO NO. 9 AUTORIZACIÓN PARA EL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES RELACIONADOS CON FORMATOS DE DESEMPATE.
- ANEXO NO. 10 ACREDITACIÓN MIPYME
- ANEXO NO. 11 PAGOS REALIZADOS A MIPYMES, COOPERATIVAS O ASOCIACIONES MUTUALES
- ANEXO NO. 12 RESIDENTE NACIONAL Y CONECTIVIDAD
- ANEXO NO. 13 AMPLIA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO
- ANEXO NO. 14 EXPERIENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO VACACIONAL U HOTELERO COMO EMPRESARIO, PEDAGOGO O ASESOR
- ANEXO NO. 15 EXPERIENCIA EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS
- ANEXO NO. 16 EXPERIENCIA EN ASESORÍA DE EMPRESAS Y/O ENTIDADES
- ANEXO NO. 17 CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO