ESTUDIO DEL SECTOR
CONTRATACION DE SELECCCION DE MINIMA CUANTÍA

DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD

El Instituto Municipal de Deporte y Recreación de Villavicencio, IMDER, es una Entidad Pública, con personería jurídica y autonomía presupuestal perteneciente al orden Municipal tiene el deber de dar cumplimiento a los principios de eficacia y eficiencia de la actividad administrativa, de acuerdo con lo anterior y para el cumplimiento de sus labores institucionales, se tiene que conforme a la estrategia definida por el Gobierno Nacional mediante el Decreto 2573 de 2014, reglamentario parcialmente de la Ley 1341 de 2009, por medio del cual establece los lineamientos y requerimientos que cada entidad territorial debe cumplir con sus sitios web oficiales, entre otras tecnologías de la información y la comunicación, con el fin de promover acciones de acceso a la información, cobertura, calidad del servicio, entre otros.

De allí la necesidad por parte de las Entidades públicas de contar con sus portales web con los cuales se efectivice no solo el acceso a la información sino que se visualice las gestiones que adelanta, ello permite establecer comunicaciones entre las entidades del Estado y la Comunidad, buscando que en esta época en donde la tecnología se convierte en una herramienta fundamental para el desarrollo de todo orden, esta sea la mejor aliada de la institucionalidad fortaleciendo así la sede electrónica, que ha venido cobrando relevancia en estos tiempos donde el uso de las tecnologías ha sido una gran herramienta para el cumplimiento de compromisos institucionales y el regreso a una nueva cotidianidad.

Así pues, las entidades estatales en virtud del principio de publicidad deben contar con los medios necesarios y adecuados para que cualquier persona que requiera los servicios de la entidad pueda tener información y acceso a ellos, en razón a esto es que, desde los últimos años se ha impulsado los mecanismos electrónicos entre los cuales se ha dispuesto el desarrollo de las páginas oficiales o sitios web en las que las personas podrán encontrar los servicios y actuaciones que realice la entidad de una manera fácil, sencilla y con acceso desde cualquier lugar.

Es así como se da cumplimiento al principio de "masificación del gobierno en línea", hoy Gobierno Digital, consagrado en el numeral 3 del artículo 4 de la Ley 1341 de 2009, razón por la cual el Estado requiere promover el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la prestación de servicios que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la masificación del gobierno digital, conforme se ha venido señalando.

De acuerdo a lo previsto en el artículo 17 ídem, uno de sus objetivos es "(...) 2. Promover el uso y apropiación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones entre los ciudadanos, las empresas, el Gobierno y demás instancias nacionales como soporte del desarrollo social, económico y político de la Nación".

Para satisfacer la necesidad se requiere contar con el servicio de dominio y alojamiento en la nube "HOSTING" ya que es un espacio virtual que proporciona almacenamiento para los archivos de la página oficial de la entidad, con el fin de brindarle a la comunidad un espacio de acceso permitiéndole de esta manera estar informado acerca de la oferta institucional con la que se cuenta, las distintas actividades que desarrolla y realizar las PQRS que requiera.

De otra parte, se cumpliría con lo reglado en la Ley 962 de 2005 en especial en su artículo 6, el cual establece:

"ARTÍCULO 6o. MEDIOS TECNOLÓGICOS. Para atender los trámites y procedimientos de su competencia, los organismos y entidades de la Administración Pública deberán ponerlos en conocimiento de los ciudadanos en la forma prevista en las disposiciones vigentes, o emplear, adicionalmente, cualquier medio tecnológico o documento electrónico de que dispongan, a fin de hacer efectivos los principios de igualdad, economía, celeridad, imparcialidad, publicidad, moralidad y eficacia en la función administrativa. Para el efecto, podrán implementar las condiciones y requisitos de seguridad que para cada caso sean procedentes, sin perjuicio de las competencias que en esta materia tengan algunas entidades especializadas.

La sustanciación de las actuaciones, así como la expedición de los actos administrativos, tendrán lugar en la forma prevista en las disposiciones vigentes. Para el trámite, notificación y publicación de tales actuaciones y actos, podrán adicionalmente utilizarse soportes, medios y aplicaciones electrónicas.

Toda persona podrá presentar peticiones, quejas, reclamaciones o recursos, mediante cualquier medio tecnológico o electrónico del cual dispongan las entidades y organismos de la Administración Pública.

PARÁGRAFO 1o. Las entidades y organismos de la Administración Pública deberán hacer públicos los medios tecnológicos o electrónicos de que dispongan, para permitir su utilización.

PARÁGRAFO 2o. En todo caso, el uso de los medios tecnológicos y electrónicos para adelantar trámites y competencias de la Administración Pública deberá garantizar los principios de autenticidad, disponibilidad e integridad. (...) (Negrillas y subrayas por fuera del texto original

El IMDER se posiciona como una entidad esencial, con un firme compromiso de cumplir su misión y objetivos de acuerdo a las normativas legales. En esta dirección, se orienta a fortalecer cada una de sus áreas componentes. Este fortalecimiento tiene como propósito lograr la eficiencia en los procesos, lo cual conlleva a un mayor control tanto de las operaciones internas como externas

Particularmente, el enfoque en los procesos externos es esencial debido a que es en esta dimensión donde se manifiesta de manera concreta la labor de la entidad. En esta línea, se reconoce que la implementación de plataformas tecnológicas eficaces y de fácil acceso es crucial para el desarrollo efectivo de las funciones propias del Instituto. Estas herramientas tecnológicas deben ser diseñadas de tal manera que su uso no represente dificultades significativas, lo cual asegurará la realización de las competencias del IMDER.

Entre las áreas que requieren una atención significativa, destaca la atención al público. Este concepto va más allá de las interacciones presenciales, ya que involucra el uso de tecnologías para brindar servicios y atender a la comunidad de manera eficiente. Este enfoque en la atención al público mediante medios tecnológicos permite la implementación de procedimientos ágiles y efectivos, a la vez que ofrece respuestas más oportunas y precisas a las necesidades de la comunidad.

Asimismo, este enfoque en la atención al público a través de medios tecnológicos facilita el acompañamiento a la comunidad en diferentes aspectos. Esto está en línea con lo que establece la Ley 1712 de 2014, "Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones", en la cual uno de los principios sobre la cual se estructura es el de máxima publicidad, el cual prevé que toda información en posesión, bajo control o custodia de un sujeto obligado es pública y no podrá ser reservada o limitada sino por disposición constitucional o legal, de conformidad con la presente ley.

El IMDER reconoce la importancia de fortalecer sus áreas operativas con el propósito de cumplir su misión y deberes legales. La adopción de plataformas tecnológicas eficientes y accesibles se vuelve esencial para optimizar tanto los procesos internos como externos, así como para proporcionar una atención al público efectiva en línea con los principios de transparencia y acceso a la información.

En aras de cumplir con esta responsabilidad, se hace necesario contar con un servicio de dominio hosting con 200 Gb de espacio durante un año en conjunto con los dos correos de GMAIL Corporativo de 30 GB para gestionar la página web. Esta plataforma es esencial para difundir información sobre los diversos eventos a celebrar y las publicaciones de interés dirigidas a toda la comunidad.

SECTOR PERTENECIENTE AL OBJETO CONTRACTUAL

SECTOR ECONÓMICO
SECTOR TERCIARIO
SERVICIO

En un estudio realizado este año por el DANE, se evidencia un crecimiento en la economía del país frente a enero y diciembre del año 2023, lo cual se ve reflejado de manera positiva en cada uno de los sectores como a continuación lo detalla la siguiente noticia publicada por la revista virtual américaeconomía.com.

El Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE) del DANE le tomó el pulso al crecimiento de las actividades económicas del país cafetero.

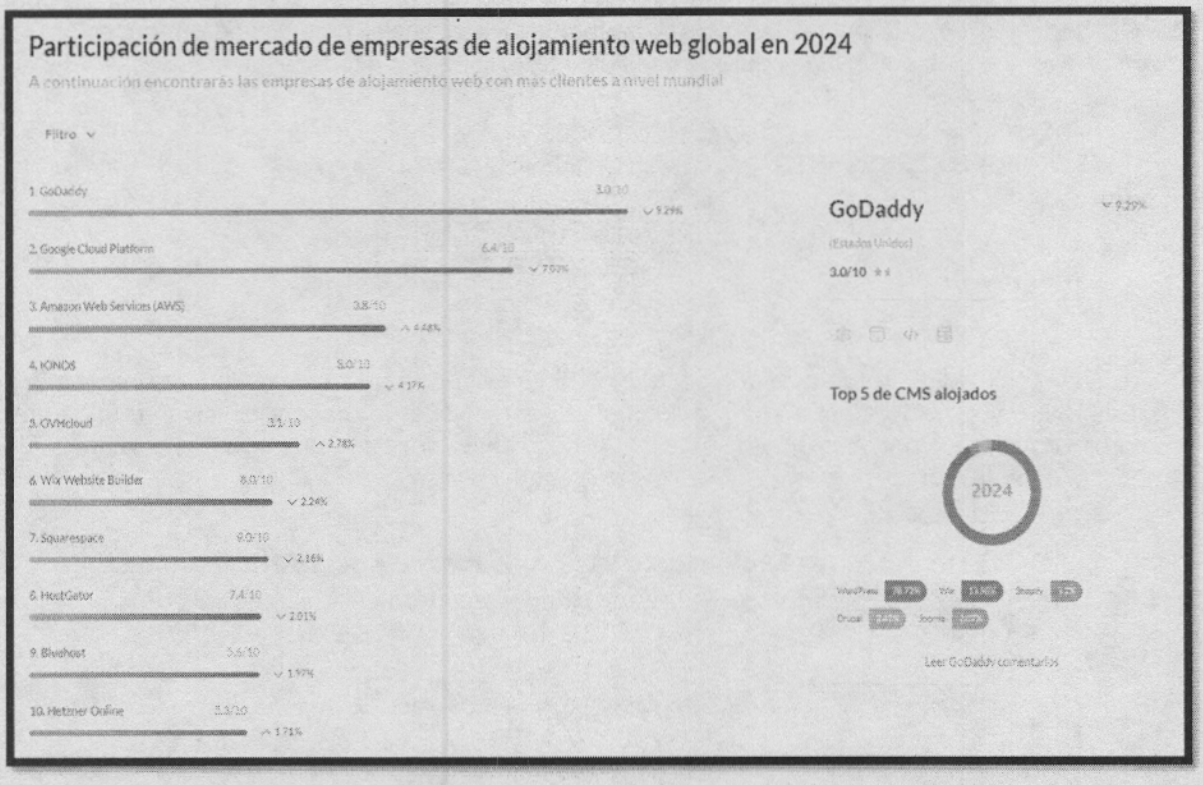
Para el mes de enero de 2024 el Indicador de Seguimiento a la Economía de Colombia (ISE) se ubicó en 114,39, lo que representó un crecimiento de 1,60% respecto al mes de enero de 2023 (112,59), según lo reportado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

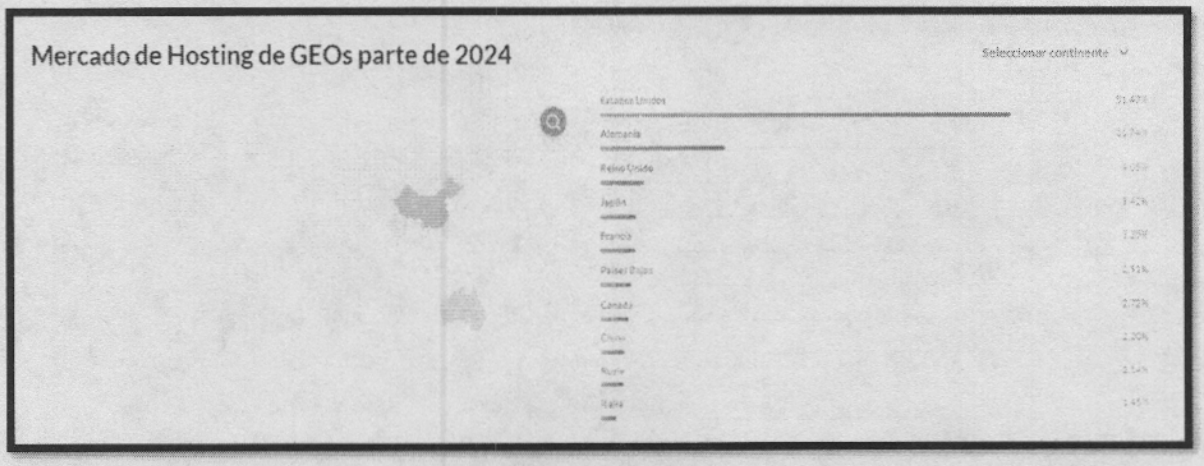
Para el mes de enero de 2024 el ISE en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, se ubicó en 122,90, lo que representó un crecimiento de 1,52% respecto al mes de enero de 2023 (121,06). Mientras que si se le compara con el mes de diciembre, el aumento fue mayor, pues alcanzó el 2,2%.

- **Sector terciario:** para enero de 2024 el índice de estas actividades se ubicó en 122,85, lo que representó un crecimiento de 1,03% respecto al mismo mes del año anterior (121,60). Este crecimiento fue del 0,18%, si se compara con el mes de diciembre de 2023.

Fuente:https://www.americaeconomia.com/economia-y-mercados/economia-de-colombia-dio-indicios-de-recuperacion-comienzos-de-2024-según

Por otra parte, siendo "**SERVICIO DE ALOJAMIENTO WEB, HOSTING, CORREO CORPORATIVO DEL INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTE Y RECREACIÓN DE VILLAVICENCIO IMDER"** el objeto del presente estudio, se realiza un seguimiento a través de distintas fuentes de información como son portales noticiosos informativos, portales de seguimiento del mercado y la economía del mundo y del país; y hemos encontrado bastante información frente al crecimiento de este servicio tanto a nivel internacional y nacional, a continuación destacamos las publicaciones más relevantes e importantes:





FUENTE: https://es.hostadvice.com/marketshare

A continuación, se reflejaban los proveedores mas relevantes en la actualidad en nuestro país:

1. HostGator Colombia

HostGator es un nombre reconocido a nivel mundial en el ámbito del hosting web, y su presencia en Colombia ofrece a los usuarios locales acceso a servicios de hosting de alta calidad respaldados por una sólida reputación. Con una variedad de planes y una infraestructura confiable, HostGator Colombia es una opción a considerar para aquellos que buscan calidad y confiabilidad.

2. Bluehost Colombia

Otra opción popular en el mercado colombiano es Bluehost. Con un enfoque en la facilidad de uso y un sólido soporte técnico, Bluehost se ha ganado la confianza de millones de usuarios en todo el mundo. Su presencia en Colombia ofrece a los usuarios locales la oportunidad de aprovechar sus servicios de hosting de clase mundial.

3. GoDaddy Colombia

GoDaddy es otro gigante en el mundo del hosting web, y su presencia en Colombia brinda a los usuarios locales acceso a una amplia gama de servicios de hosting y herramientas relacionadas con la web. Con una sólida infraestructura y un servicio de atención al cliente de primer nivel, GoDaddy es una opción confiable para aquellos que buscan un hosting de calidad en Colombia.

FUENTE: https://blogs.portafolio.co/mejores-hostings-de-2024-en-colombia

La tendencia del ámbito digital en Colombia cada vez es más notable, es fundamental actualizarse con las cifras acerca del comportamiento de los consumidores en el mercado digital para comprender mejor el rumbo que este último está tomando y, como profesionales del Marketing Digital, tomar las decisiones más acertadas en cada una de las estrategias para la expansión de las marcas que potenciamos. Lo anterior, gracias a la información recopilada a cargo de We Are Social y Hootsuite. Pero, primero, una mirada global para un mejor contexto.



Fuente: https://www.simbolointeractivo.com/estadisticas-de-marketing-digital-en-colombia-en-el-2023/

Estadísticas de Marketing Digital en el 2023 en el mundo

Resulta difícil dimensionar la gran capacidad de permeabilidad de lo digital en todo el mundo hasta que nos topamos con cifras como esta: de los 8,01 billones de personas que habitamos el planeta, 5,16 billones son usuarios de internet, es decir, el 64,4% de la población total. Y, las redes sociales pueden presumir de tener al 59,4% de las personas dentro de sus plataformas, es decir, unos 4,76 billones son usuarios activos.

Pero estas cifras no son las más impactantes pues, si bien el tiempo diario que los usuarios en el mundo destinan a la esfera digital disminuyó 20 minutos con respecto al 2022, la estadística para enero del 2023 corresponde a 6 horas con 37 minutos, de las cuales 2 horas y 31 minutos están destinadas únicamente a las redes sociales.

Perspectiva general de las estadísticas de Marketing Digital en Colombia en el 2023



Fuente: https://www.simbolointeractivo.com/estadisticas-de-marketing-digital-en-colombia-en-el-2023/

De acuerdo con lo registrado en el Informe Digital para Colombia, la población colombiana se traduce en 51,96 millones de personas. Cabe destacar que es un país cuyos habitantes cada vez migran más del campo a la ciudad, pues el 82,2% de la población es urbanizada y solo el 17,8% población rural. Lo anterior, puede influir considerablemente en el acceso a internet en este país.

De esta forma, son 39,34 millones de usuarios de internet en Colombia, de los cuales 38,45 millones son también usuarios de redes sociales. Es decir, el 74% de la población total se encuentra registrado en una de estas plataformas. Más acceso a internet, más usuarios conectados, más personas en las plataformas sociales. Las estadísticas de Marketing Digital en Colombia en el 2023 van distinguiendo el mercado digital en el país como un terreno fértil para el crecimiento de una marca. Pero, aún no lo hemos mostrado todo. Continuemos.

Uso de internet en Colombia: ¿por qué los colombianos pasan tanto tiempo en línea?



Fuente: https://www.simbolointeractivo.com/estadisticas-de-marketing-digital-en-colombia-en-el-2023/

Las principales motivaciones que mantienen conectados a los colombianos en internet son, como prioridad, encontrar información (74%), seguido de investigar acerca de cómo hacer las cosas (72%), mantenerse actualizado sobre noticias y eventos (66,1%) y estar en contacto con amigos y familiares (65,7%). También los motivan los propósitos relacionados con educación y estudio (62,9%), acceder a escuchar música (59,3%) o ver videos, programas de televisión o películas (55,7%) y, ¿cómo no?, encontrar inspiración y nuevas ideas (54,7%).Con 9 horas y 1 minuto y superando el promedio del mundo, somos el cuarto país que más tiempo pasa usando Internet, luego de Sudáfrica, Brasil y Filipinas, quienes ocupan los tres primeros lugares respectivamente.

Seguridad en Internet: colombianos muy conectados, pero muy alertas

Una cosa sí es cierta, entre más tiempo pasamos los colombianos en internet consumiendo grandes cantidades de información, desarrollamos más desconfianza y exigencia con respecto a su veracidad. Según el Informe Digital, el 61,1% de los usuarios en el país expresa preocupación por lo que es real y lo que es falso en Internet.

Esto se traduce, por un lado, en una gran responsabilidad como marca con el fin de crear o fortalecer la relación de confianza con el usuario, brindándole información veraz y valiosa. Y, por otro, en la oportunidad de inspirarle la suficiente seguridad al usuario para compartir información con tu marca y que hagas un uso responsable y confiable de ella, pues el 36,6% se preocupa por el uso que las empresas puedan hacer de sus datos en línea.

ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA COLOMBIA

PRODUCTO INTERNO BRUTO El producto interno bruto (PIB) es el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos usando los factores de producción disponibles dentro de un país en un periodo determinado. (Banco de la República)

Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

Industrias manufactureras decrece 6,2% (contribuye -0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 3,5% (contribuye -0,7 puntos porcentuales a la variación anual).

Construcción decrece 8,0% (contribuye -0,4 puntos porcentuales a la variación anual)

En lo corrido del año 2023pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 1,0%. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,0% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).

Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 11,8% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

Actividades financieras y de seguros crece 8,8% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2023[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2023[pr]-III / 2022[pr]-III	2023[pr] / 2022[pr]	2023[pr]-III / 2023[pr]-II
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,6	0,5	1,2
Explotación de minas y canteras	3,5	3,8	2,0
Industrias manufactureras	-6,2	-3,2	-1,6
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	2,5	1,7	0,8
Construcción	-8,0	-5,0	-2,7
Comercio al por mayor y al por menor[3]	-3,5	-2,1	-0,1
Información y comunicaciones	1,2	0,7	-0,7
Actividades financieras y de seguros	1,6	8,8	-0,9
Actividades inmobiliarias	1,8	1,9	0,4
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	-0,8	0,3	-0,3
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	5,3	4,0	0,9
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	4,9	11,8	-0,9
Valor agregado bruto	**-0,1**	**1,0**	**0,1**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	1,8	1,0	0,3
Producto Interno Bruto	**-0,3**	**1,0**	**0,2**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales
[pr] preliminar

INFLACIÓN

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país durante un periodo de tiempo sostenido, la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda.

En enero de 2024 la variación mensual del IPC fue 0,92%

Variación mensual y anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)
Total, nacional
2023 - 2024 (enero)

IPC	Enero			
	Variación Mensual		Variación Anual	
	2023	2024	2023	2024
IPC total	1,78	**0,92**	13,25	**8,35**

Fuente: DANE, IPC.

TASA DE OCUPACIÓN

El Instituto Nacional de Estadística (INE), define el término ocupados como aquellas personas de 16 o más años que tienen un trabajo por cuenta ajena o que ejercen una actividad por cuenta propia.

Para octubre de 2023, la tasa de desocupación fue del 9,2%. Comparada con el mismo mes de 2022 (9,7%) tuvo una disminución de 0,5 puntos porcentuales (p.p.). La tasa global de participación fue del 64,0%, igual a la que se presentó respecto al mismo periodo de 2022 (64,0%). Finalmente, la tasa de ocupación fue del 58,1%, lo que representó un incremento de 0,4 puntos porcentuales comparada con la de 2022 (57,7%).

TASA REPRESENTATIVA DEL MERCADO CAMBIARIO (TRM).

La tasa de cambio representativa del mercado (TRM) es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos. La TRM se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros que transan en el mercado cambiario colombiano, con cumplimiento el mismo día cuando se realiza la negociación de las divisas.

Vista previa de la tabla

VALOR	UNIDAD	VIGENCIADESDE	VIGENCIAHASTA
$4.298,85	COP	21/10/2023	23/10/2023
$4.249,71	COP	20/10/2023	20/10/2023
$4.227,39	COP	19/10/2023	19/10/2023
$4.222,09	COP	18/10/2023	18/10/2023
$4.249,00	COP	14/10/2023	17/10/2023
$4.230,61	COP	13/10/2023	13/10/2023
$4.212,50	COP	12/10/2023	12/10/2023
$4.231,97	COP	11/10/2023	11/10/2023
$4.386,66	COP	07/10/2023	10/10/2023
$4.359,40	COP	06/10/2023	06/10/2023
$4.252,09	COP	05/10/2023	05/10/2023
$4.187,01	COP	04/10/2023	04/10/2023
$4.141,43	COP	03/10/2023	03/10/2023

Fuente: Banco de la Republica

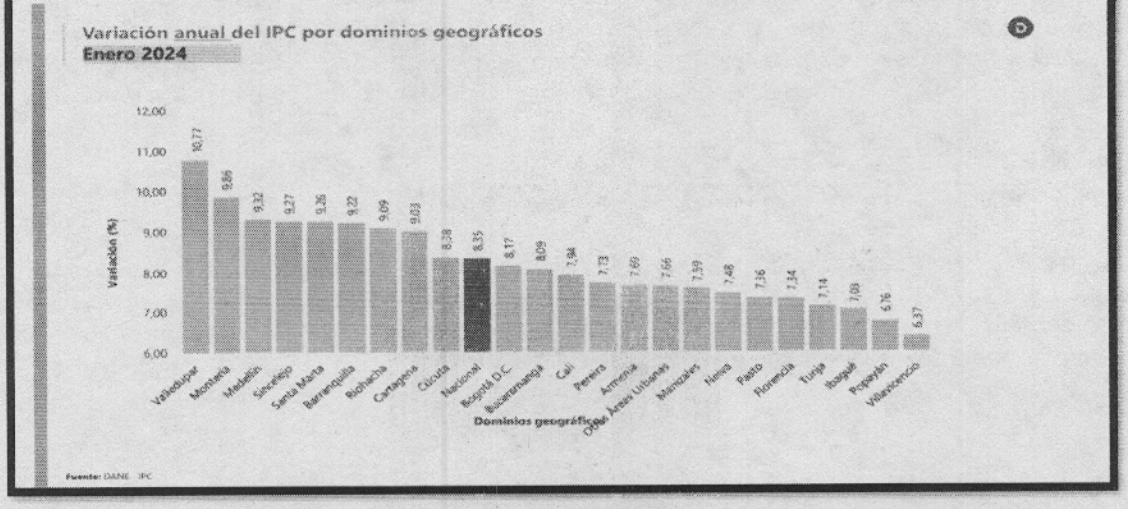
https://www.datos.gov.co/Econom-a-y-Finanzas/Tasa-de-Cambio-Representativa-del-Mercado-Historic/mcec-87by

ECONOMIA EN VILLAVICENCIO

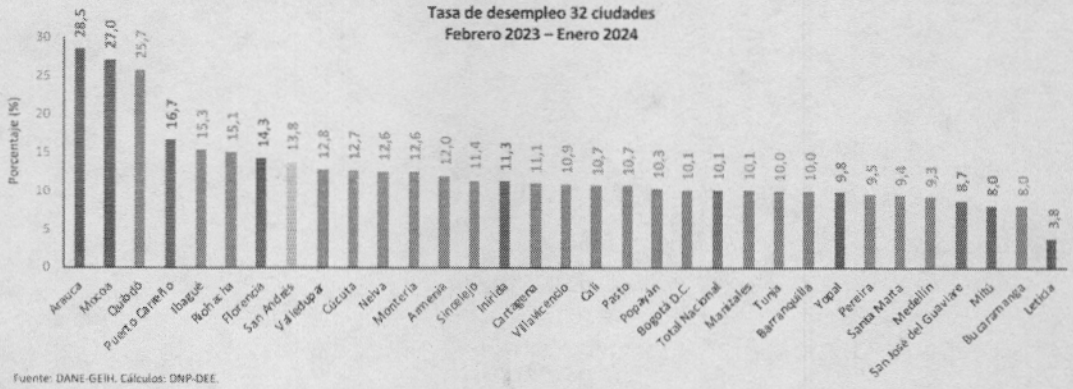
La información del DANE revela que mientras la media nacional del IPC de enero de 2024 fue de 0.92%, las ciudades con mayor inflación fueron: Medellín (1,56%); Valledupar (1,41%); y Riohacha (1,36%), mientras las de menor registro fueron Pasto (0,56%); Barranquilla (0,57%); Otras áreas (0,64%); y Bogotá 0,68%.

En la medición anual del IPC, la media nacional fue de 8,35% en el año que va de febrero de 2023 a enero de 2024, siendo las de inflación más alta: Valledupar (10,77%); Montería (9,86%); y Medellín (9,32%), mientras las de menor inflación fueron Villavicencio (6,37%); Popayán (6,76%); e Ibagué (7,03%)

La capital del país registró en este lapso una inflación de 8,17%.



TASA DE OCUPACION EN VILLAVICENCIO



Fuente: DANE-GEIH. Cálculos: DNP-DEE.

De otro lado, para el promedio del año móvil de febrero de 2023 a enero 2024 la tasa de desempleo para el total nacional se ubicó en 10,1%, un resultado inferior a la cifra del mes de enero. Entre las 32 ciudades y sus áreas metropolitanas, las de menor desempleo en el último año fueron Leticia (3,8%), Bucaramanga (8,0%) y Mitú (8,0%); mientras que Arauca (28,5%), Mocoa (27,0%) y Quibdó (25,7%) fueron las ciudades con mayores tasas de desempleo anual.

Fuente:https://www.dnp.gov.co/publicaciones/Planeacion/Paginas/el-mercado-laboral-permanece-solido-en-el-primer-mes-del-2024.aspx#:~:text=En%20el%20primer%20mes%20del%202024%20el%20mercado%20laboral%20se,en%20los%20%C3%BAltimos%20cinco%20a%C3%B1os.

Índice de Confianza del Consumidor – ICC

La confianza del consumidor se mantuvo en niveles altos en comparación al promedio del último año, aunque retrocedió levemente frente a enero.

Febrero de 2024

En febrero (-9,4%), el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) retrocedió mensualmente apenas 1,5 p.p., aunque repuntó con un incremento de 18,4 p.p. en comparación con el dato de hace un año en febrero 2023, y se ubicó como el segundo mejor dato observado en los últimos 16 meses.

La caída se sintió más fuerte en Bogotá que en el resto de las ciudades (que registraron un incremento mensual frente a enero), así como en el nivel socioeconómico alto por una desmejora en el indicador de condiciones económicas ICE.

Aspectos clave

- **Por componentes,** la caída mensual del ICC es producto de un retroceso del índice de condiciones económicas (ICE) que cayó 4,3 p.p., pues el índice de expectativas (IEC) aumentó 0,3 p.p. Por el contrario, en la comparación anual ambos componentes registraron una mejora significativa de 19,7 p.p. en el ICE y de 17,6 p.p. en el IEC.
- **Por ciudades,** la Confianza del Consumidor inició el segundo mes del 2024 con un retroceso en Bogotá al registrar una caída de 8,4 p.p. mensual, al igual que Bucaramanga que cayó 6,3 p.p. Por el contrario, en Medellín se registró un crecimiento que lo ubica con el mejor dato desde hace más de un año. En la comparación anual frente a febrero 2023 todas las ciudades registran mejores datos en el indicador.
- **Por nivel socioeconómico,** el ICC cayó en los tres niveles, con mayor afectación para el nivel alto, que amplió la brecha frente al nivel del nivel bajo y medio al cerrar el balance del indicador en un dígito negativo, mientras el alto lo hace cercano a -40%.
- **Por tipos de bienes,** las perspectivas de consumo para los bienes durables mostraron una caída en todos sus componentes de manera mensual, aunque una recuperación en términos anuales. En vehículos, por ejemplo, el balance es mejor que lo ocurrido hace más de 2 años.

	2021	2022	2023	2024	
	Feb	Feb	Feb	Enero	Feb
ICC	-14.6	-17.5	-27.8	-7.9	-9.4
IEC	6.2	-4.7	-17.7	-0.4	-0.1
ICE	-45.8	-36.8	-43.1	-19.1	-23.4

Fuente: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PublishingImages/Planeacion-y-desarrollo/2024/marzo/pdf/encuesta-opinion-consumidor-febrero-2024.pdf

ANÁLISIS DE LA ADOPCIÓN DE CRITERIOS DIFERENCIALES EN FAVOR DE LAS MIPYME

Análisis en relación con las MiPymes: En los últimos dos años se presenta una mayor preocupación por el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas como motor de crecimiento, desarrollo y reactivación económica, en un contexto generado por la pandemia ocasionada por el coronavirus - Covid-19. Al respecto, la Organización Internacional del Trabajo –OIT– expresó que la emergencia sanitaria causada por la pandemia ha tenido efectos en las MiPymes y en la economía. Por un lado, las medidas de confinamiento provocaron una contracción significativa en la oferta, con el cierre temporal de millones de empresas a nivel global. Por otro lado, la demanda por bienes y servicios se desplomó, ya que los consumidores se enfrentan a una significativa falta de liquidez[1] .

En esa línea, organismos, como la OIT con la colaboración de ACOPI, la ANDI, entre otras Entidades, realizaron un documento de trabajo titulado "Impacto de la Covid-19 en las MiPymes colombianas", en el que expresan que desde el lado de la demanda se identifica la caída en las ventas en los sectores más sensibles a la crisis - restaurantes, hoteles, aerolíneas y eventos-, actividades productivas que debido a la interacción social debieron cerrar de forma parcial o completa.

De igual forma, se presenta la reducción del consumo local y las exportaciones, que tiene implicaciones sobre la demanda de bienes y servicios por parte de las pequeñas y medianas empresas. Esto se suma a los problemas asociados con la falta de liquidez y flujo de caja, cuyo manejo se dificulta por las restricciones al crédito que tiene este segmento empresarial. Desde el lado de la oferta, se expone dentro del documento como un efecto de la pandemia, la reducción de la oferta de trabajo, explicada por factores como la enfermedad, las medidas de confinamiento, las restricciones de movilidad, las nuevas dinámicas asociadas al hogar, como es el caso del cuidado de los hijos, entre otros. También, se identifica en este grupo la disminución de la productividad de las empresas, toda vez que se adaptan sus procesos a las nuevas formas de trabajo, los ajustes en los procesos de producción y distribución y la interrupción en la cadena de suministros y materias primas[2].

La OIT manifiesta que, si bien las MiPymes son un elemento fundamental en la generación de empleo en América Latina, sus niveles de productividad tienden a ser menores en relación con otras regiones del mundo. En este sentido, el ambiente de negocios en el que estas empresas operan en la región comúnmente frena su productividad e impide su desarrollo y competitividad. Al respecto, este organismo señala que, en la fase de recuperación, las políticas públicas orientadas a las MiPymes deben

[1] Organización Internacional del Trabajo - OIT. (2020). Entorno MIPyME. Medidas de apoyo ante la Covid 19. Documento de trabajo. Disponible en línea: https://cutt.ly/uKitUfP . p. 3.

[2] Organización Internacional del Trabajo – OIT. (2020). Impacto de la Covid-19 en las Mipyme colombianas. Disponible en línea: https://cutt.ly/8KitQyd. p. 16.

tener en cuenta las problemáticas en el ambiente de negocios de cada país. Algunos de los obstáculos más comunes son: la competencia desleal por parte de los competidores informales, la falta de acceso a financiamiento, la escasa participación de la mujer en el mercado laboral, la falta de innovación, entre otros.

Estos factores impiden a las MiPymes alcanzar su más amplio potencial productivo y, por tanto, las políticas implementadas en la fase de recuperación deben considerar las características y limitantes del entorno del mercado.

Según informe de Confecámaras, 164.435 empresas se crearon en el primer semestre de 2023

- Del total de las empresas creadas, 42.797 corresponden a sociedades y 121.638 a personas naturales.
- El 47,5% de las empresas creadas generaron al menos un empleo, lo que impacta positivamente las economías locales

De acuerdo con el informe de Dinámica de Creación de Empresas realizado por Confecámaras, con base en la información del Registro Único Empresarial y Social (RUES), en el primer semestre de 2023 se crearon en Colombia un total de 164.435 empresas, 3,6% menos que en el mismo periodo de 2022.

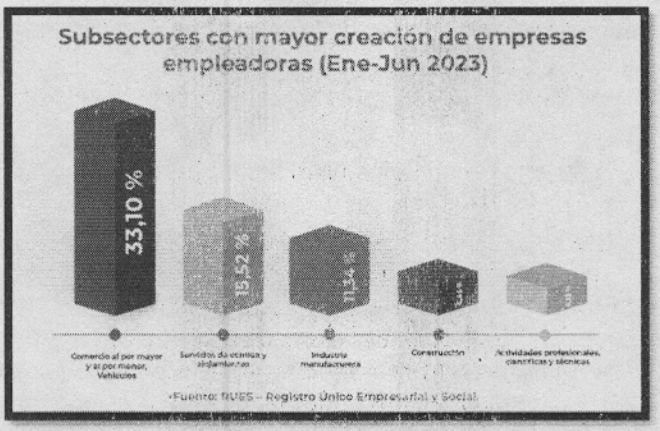
La creación de sociedades pasó de 42.358 a 42.797, lo que representa un crecimiento del 1% respecto a 2022, por su parte las personas naturales pasaron de 128.177 a 121.638, con una variación del -5,1%.

Del total de empresas, el 47,5% generaron al menos un empleo, lo que ratifica la importancia del sector privado en la creación de puestos de trabajo, la promoción de oportunidades y el bienestar para los colombianos. Los cincos subsectores con mayor participación en la creación de empleos son: comercio al por mayor y al por menor y reparación de vehículos; alojamiento y servicios de comida; industrias manufactureras; construcción; y actividades profesionales científicas y técnicas.

"El contexto del país en este primer semestre ha sido retador. El aumento en las tasas de interés, el comportamiento de la inflación y el valor del dólar son aspectos que impactan el comportamiento de la economía y la dinámica de creación de empresas. En un análisis de 10 años realizado por Confecámaras en esta materia, observamos que en 2015 se presentó una menor dinámica de creación explicada por el contexto socioeconómico de la época, igual sucedió en 2020 por los efectos negativos de la pandemia. Para el segundo semestre de este año los indicadores muestran mejores comportamientos lo que tendría un efecto positivo. Debemos profundizar la alianza público – privada que permita tener un entorno estable y atractivo para hacer negocios, de tal manera que más colombianos creen empresas que perduren", destacó Julián Domínguez Rivera, presidente de Confecámaras.

5.1 Dinámicas por sectores

Los sectores en los que se presenta una variación positiva en la creación de empresas fueron: actividades de salud humana y asistencia social (6,35%); actividades inmobiliarias (5,48%); suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado (4,0%); y actividades conexas a viajes, alquiler y arrendamiento de maquinaria, call centers y limpieza general al interior de edificios (2,36%).



Por otra parte, los sectores donde se presentó una menor dinámica fueron: actividades de los hogares en calidad de empleadores (- 37,9%); administración pública y defensa (-21,7%); explotación de minas y canteras (-11,9%); actividades artísticas de entretenimiento y recreación (-12,28); y agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (-11%).

5.2 Por tamaño de empresa y desempeño regional

De acuerdo con el tamaño de la empresa, medido por el valor de sus activos, se evidencia que el conjunto de nuevas unidades productivas está conformado por microempresas (99,7%); pequeñas (0,28%) y medianas (0,015%).

En 2023 las regiones donde se creó un mayor número de empresas son: Bogotá, Antioquia, Valle del Cauca, Cundinamarca, Santander y Atlántico.

5.3 Las Cámaras de Comercio y su apoyo a la creación de empresas

La Red de Cámaras de Comercio del país cuenta con programas que acompañan a los emprendedores para materializar su idea de negocio y facilitar la creación de su negocio. La Ventanilla Única Empresarial -VUE- ha permito avanzar en la reducción de costos, tiempos y número de trámites que los empresarios deben efectuar para la apertura y operación de empresas. Desde el inicio la VUE ha facilitado la creación de más de 210.000 empresas en todas las regiones del país. Tomado de https://confecamaras.org.co/noticias/897-segun-informe-de-confecamaras-164-435-empresas-se-crearon-en-el-primer-semestre-de-2023

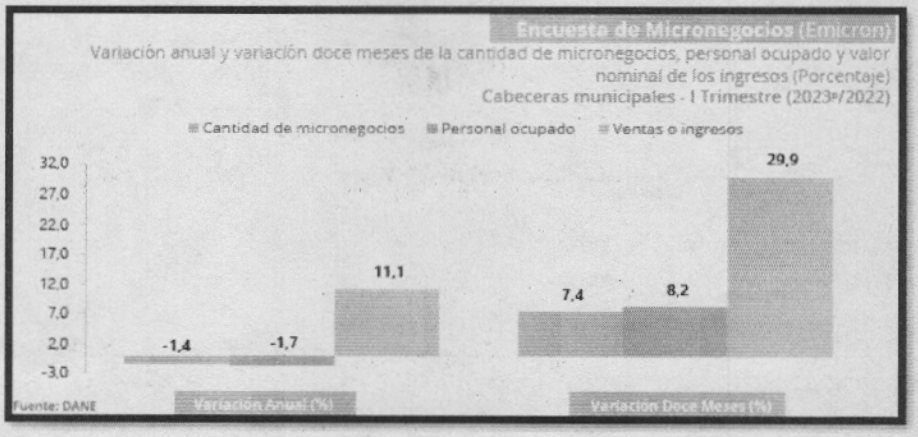
Por su parte, es necesario destacar que las micro, pequeñas y medianas empresas, según el Centro de Estudios Económicos de la ANIF, juegan un papel esencial en la economía colombiana3. En tal sentido, las MiPymes representan más del noventa y nueve por ciento (99 %) de las empresas del país, las cuales generan aproximadamente el setenta y nueve por ciento (79 %) del empleo y aportan el cuarenta por ciento (40%] del Producto Interno Bruto –PIB–. No obstante, según la ANIF, un problema para este tipo de empresas es que si bien fomentan el empleo en Colombia, aún les falta crecimiento para ser más competitivas con las grandes empresas, por lo que es necesario promover su consolidación, entre otras medidas, mediante su inserción en el mercado de la compra pública, pues le facilitaría tener acceso a

[3] Centro de Estudios Económicos. (2021). Retos y oportunidades de las Pymes. Disponible en el siguiente link: https://cutt.ly/CG6fooA p. 1

clientes como las Entidades Públicas, que tendría como consecuencia fortalecer su desempeño en el mercado como prestador de bienes y servicios.

Por otro lado, el Departamento Nacional de Estadística –DANE– en la Encuesta de Micronegocios hace una distinción de dos tipos de unidades económicas, derivadas de la situación en el empleo del propietario:

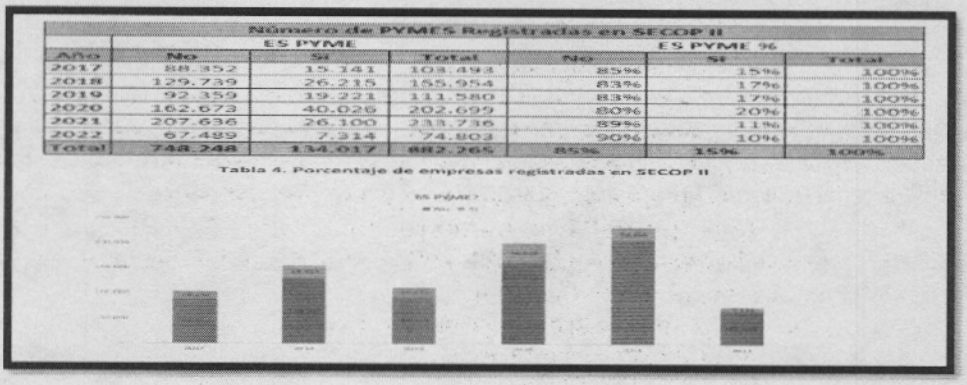
En el primer trimestre de 2023, la cantidad de micronegocios disminuyó 1,4% en comparación con el mismo periodo del año 2022. Asimismo, el personal ocupado por estas unidades económicas disminuyó en 1,7%. Respecto a los ingresos de los micronegocios crecieron 11,1% en este mismo intervalo de tiempo.



FUENTE: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios

La actividad económica que tuvo una mayor contribución negativa a la variación total de la cantidad de micronegocios en el primer trimestre de 2023 fue Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas (-2,7 p.p.); Construcción (-1,3 p.p.); Actividades inmobiliarias, profesionales y comunicaciones (-0,8 p.p.) y Agricultura, ganadería, caza, silvicultura, pesca y minería (-0,5 p.p.). Por el contrario, las actividades de Transporte y almacenamiento (1,2 p.p.); Otras actividades de servicios (1,1 p.p.); Industria Manufacturera (0,9 p.p.); y Alojamiento y servicios de comida (0,8 p.p.) contribuyeron positivamente a la variación total de la cantidad de micronegocios

De otra parte, se tiene que en según datos del SECOP II el número de PYMES registradas es:



Número de PYMES Registradas en SECOP II

	ES PYME			ES PYME %		
Año	No	Si	Total	No	Si	Total
2017	88.352	15.141	103.493	85%	15%	100%
2018	129.739	26.215	155.954	83%	17%	100%
2019	92.359	19.221	111.580	83%	17%	100%
2020	162.673	40.026	202.699	80%	20%	100%
2021	207.636	26.100	233.736	89%	11%	100%
2022	67.489	7.314	74.803	90%	10%	100%
Total	748.248	134.017	882.265	85%	15%	100%

Tabla 4. Porcentaje de empresas registradas en SECOP II

Fuente: Datos abiertos Colombia Compra Eficiente

Conforme a lo anterior el IMDER encuentra procedente aplicar el criterio diferenciador para MiPymes contenido en el numeral 2 del artículo 2.2.1.2.4.2.18. Criterios diferenciales para MiPymes en el sistema de compras públicas. (Adicionado por el artículo 3 del Decreto 1860 del 24 de diciembre de 2021)

5.4 UNIDADES PRODUCTIVAS CREADAS

Cifra de empresas creadas en el primer semestre de 2023 cayó 3,6 %. Según informe de Confecámaras, 164.435 compañías se conformaron entre enero y junio de este año.

De acuerdo con el más reciente informe de Dinámica de Creación de Empresas realizado por Confecámaras, con base en la información del Registro Único Empresarial y Social (RUES), en el primer semestre de 2023 se crearon en Colombia un total de 164.435 empresas, 3,6% menos que en el mismo periodo de 2022.

5.5. CREACIÓN DE EMPRESAS EMPLEADORAS – MUJERES

Mujeres lideran creación de empresas en Colombia, en 2022 el 62,5% del total de empresas fueron creadas por mujeres

- 143.466 empresas de personas naturales son iniciativas lideradas por mujeres.
- Estas empresas generaron en 2022 más de 92 mil puestos de trabajo.
- Los sectores donde las mujeres crean empresas son comercio al por mayor y al por menor, alojamiento y servicios de comida e industria manufacturera.

Colombia es un país de mujeres empresarias. Según cifras del Registro Único Empresarial y Social (RUES), que consolida información de las 57 Cámaras de Comercio del país, el 62,5% de las empresas de personas naturales creadas durante 2022, que ascienden a 143.466 unidades productivas, son iniciativas lideradas por mujeres.

Es importante destacar que las empresas creadas por mujeres son empleadoras. Las cifras revelan que durante su primer año de constitución generaron más de 92 mil puestos de trabajo en sectores que son jalonan el desarrollo económico del país y sus regiones.

El mayor número de estas empresas está en los sectores de comercio al por mayor y al por menor (45%), alojamiento y servicios de comida (20,5%) e industrias manufactureras (9,1%).

"Estas cifras son sin lugar a duda una gran noticia para el país. Los esfuerzos que ha hecho Colombia en los últimos años en materia de política pública y en articulación público-privada para apoyar a las mujeres empresarias han dado resultados. Es de destacar los programas de apoyo de las Cámaras de Comercio dirigidos a fortalecer la actividad empresarial de las mujeres, los cuales llegan a todos los rincones del país y han permitido que estas empresas amplíen sus mercados, mejores sus habilidades gerenciales y mueven sus cajas registradoras" asegura Julián Domínguez, presidente de Confecámaras.

Las ciudades con una mayor dinámica en la creación de empresas de mujeres son Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cúcuta, Cartagena, Soacha, Ibagué y Bucaramanga.

5.5.1 Mujeres y su participación en el mercado laboral de las empresas en Colombia

Del total de las 310.731 empresas creadas el 2022, el 20% tienen al menos una mujer dentro de su planta de personal, y 6,3% tiene al menos una mujer en cargos directivos. En la creación de empresas de acuerdo con su tamaño, el 29,6% de empresas grandes emplean al menos una mujer. Para el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas la proporción es del 20%, 19,9% y 18,8% respectivamente.

5.5.2 Cámaras de Comercio dinamizadoras de la actividad empresarial de las mujeres

Los programas de las Cámaras de Comercio del país acompañan a las mujeres en la consolidación de sus empresas con asesorías, capacitaciones, impulso a los negocios, transformación digital y acceso a mercados, entre otros temas. En 2022, las Cámaras ofrecieron 23 programas diseñados exclusivamente para mujeres empresarias, entre ellos:

La **Cámara de Comercio de Huila** desarrolla el programa Mujer Opita Emprende con enfoque de género que busca contribuir al empoderamiento económico de las mujeres, a través del fortalecimiento de sus unidades productivas.

La **Cámara de Comercio de Tunja** viene ejecutando el programa Crece Mujer Emprendedora, una iniciativa para fortalecer el emprendimiento femenino, ofreciendo a las emprendedoras y empresarias, programas de formación, acompañamiento y apoyos, para lograr generar desarrollo en todos los municipios de la jurisdicción.

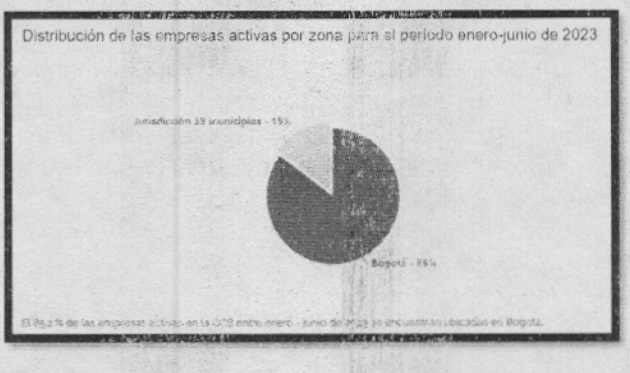
La **Cámara de Comercio de Bucaramanga** cuenta con el programa Mujeres Eco, cuyo propósito es el fortalecimiento de empresas dinámicas y sostenibles lideradas por mujeres e impulsar su crecimiento a través del mejoramiento de sus habilidades de gestión empresarial y de la consolidación de sus relaciones comerciales.

La **Cámara de Comercio de Bogotá** adelanta el programa Mujeres TECH que, orientado al crecimiento acelerado y la ampliación de mercados de Startups de alto impacto, lideradas por mujeres, a través de mentorías y workshops en diversas temáticas con enfoque en metodologías Lean, y el pensamiento de diseño aplicado a negocios. Tomado de https://confecamaras.org.co/noticias/872-mujeres-lideran-creacion-de-empresas-en-colombia-en-2022-el-62-5-del-total-de-empresas-fueron-creadas-por-mujeres

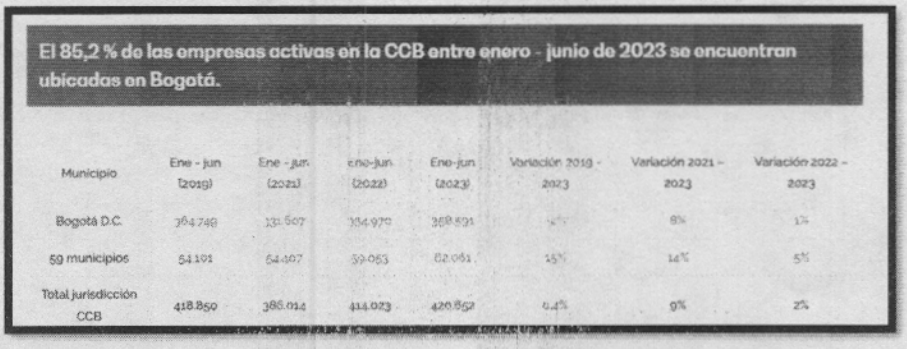
5.6. DINÁMICA SEGÚN TIPO DE ORGANIZACIÓN JURÍDICA

El número de empresas activas en una región es un indicador de su fortaleza económica y un factor determinante para ampliar la capacidad de crecer, generar empleo e ingresos. En esta sección se analizan las características de la dinámica empresarial de la región Bogotá – Cundinamarca en los temas de: localización, tamaño, sector económico, localidad y organización jurídica.

Empresas activas



https://www.ccb.org.co/informacion-especializada/observatorio/dinamica-empresarial/empresas-activas



El 85,2 % de las empresas activas en la CCB entre enero - junio de 2023 se encuentran ubicadas en Bogotá.

Municipio	Ene - jun (2021)	Ene - jun (2022)	Ene-jun (2023)	Variación 2021 - 2023	Variación 2022 - 2023
Bogotá D.C.	364.748	331.507	334.970	8%	1%
59 municipios	54.101	54.507	59.063	14%	5%
Total jurisdicción CCB	418.850	386.014	414.023	9%	2%

https://www.ccb.org.co/informacion-especializada/observatorio/dinamica-empresarial/empresas-activas/zonas

En el Registro Mercantil de las cámaras de comercio de Colombia se inscriben los hechos y actos relativos a los empresarios individuales y a las sociedades mercantiles, con el fin de dar publicidad a los mismos de forma que puedan ser conocidos por las personas que contraten con ellos. Cada año los comerciantes realizan la matrícula, renovación o la liquidación de sus empresas y establecimientos ante la cámara de comercio de su jurisdicción.

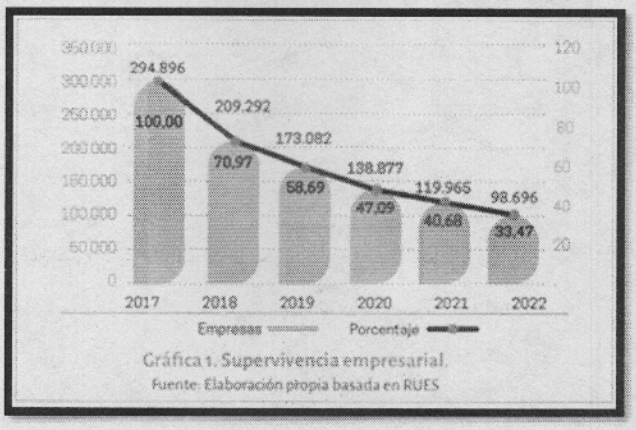
Entre enero y junio de 2023 el 85,2 % de las empresas activas se localizan en Bogotá y el 14,8 % en los municipios de la jurisdicción de la CCB. A junio de 2023 aumento en 1 % el número de empresas activas en Bogotá con respecto al mismo mes de 2022 y en los 59 municipios de la jurisdicción de la CCB el aumento fue del 5 %.

5.7. Supervivencia empresarial

Según estudio de Confecámaras el 33,5% de las empresas del país sobreviven al término de 5 años

- De acuerdo con el estudio **La Supervivencia Empresarial en Colombia** realizado por Confecámaras el cual analiza los resultados en un periodo de cinco años, se destaca que, de las 296.896 unidades productivas creadas en 2017, 98.696 continuaban operando en 2022.
- Las empresas que ejercen su actividad como sociedades tienen una tasa de supervivencia del 44,5%, porcentaje mayor al que registran las personas naturales.

La tasa de supervivencia de las empresas colombianas a 5 años es del 33.5%, esto quiere decir que, de las 296.896 unidades productivas creadas en 2017, 98.696 siguieron operando en 2022.



Gráfica 1. Supervivencia empresarial.
Fuente: Elaboración propia basada en RUES

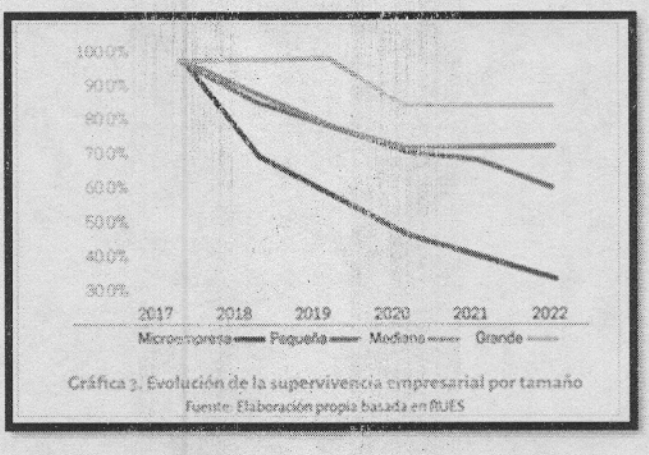
Así se desprende del estudio **´La Supervivencia Empresarial en Colombia: estudio de los factores clave que impulsan la permanencia de las empresas en el mercado'** realizado por Confecámaras con cifras del Registro Único Empresarial y Social (RUES), que consolida información de las 57 Cámaras de Comercio del país.

Los factores más importantes ligados a la capacidad de supervivencia son: el tamaño de la empresa, la capacidad de acceder a mercados internacionales y de atraer capital económico y humano, su organización jurídica, el entorno para hacer negocios, el dinamismo del sector al que pertenece, el acceso al crédito y pertenecer a una aglomeración productiva o clúster.

"Entender la dinámica de la supervivencia empresarial en Colombia es determinante para identificar cuáles son los factores comunes de las empresas que logran sobrevivir en el tiempo y conocer cuáles deben ser las acciones en las que debemos concentrarnos para garantizar que estas perduren. Lograr que las empresas accedan a financiación competitiva, implementen esquemas de investigación y desarrollo y que pertenezcan a una aglomeración productiva, entre otros aspectos, les proporciona herramientas para competir y permanecer en el mercado. Por su parte el estudio evidencia la necesidad de fortalecer políticas públicas en temas como el acceso a fuentes formales de financiación, el desarrollo de habilidades blandas, la formación del capital humano y el acceso a nuevos mercados", asegura Julián Domínguez, Presidente de Confecámaras.

Las empresas que ejercen su actividad como sociedades tienen una tasa de supervivencia del 44,5%, porcentaje mayor al que registran las personas naturales. Esto significa que el país debe trabajar para que las empresas que se constituyen sean sociedades, dada su mayor capacidad de permanecer en el tiempo.

Al realizar el análisis por tamaño, se encontró que la tasa de supervivencia de las microempresas a 5 años es del 33,4%, mientras que la de empresas pequeñas es del 60,9%, la de medianas del 73,7% y la de grandes del 85,7%.



Gráfica 2. Evolución de la supervivencia empresarial por tamaño
Fuente: Elaboración propia basada en RUES

Fuente: https://confecamaras.org.co/noticias/884-segun-estudio-de-confecamaras-el-33-5-de-las-empresas-del-pais-sobreviven-al-termino-de-5-anos

Al comparar la tasa de supervivencia de las empresas en Colombia con las de otras latitudes se encuentra que esta cifra está por debajo del promedio de los países integrantes de la OCDE en donde la supervivencia de unidades a 5 años de su creación es superior al 40%. Por su parte en países como Bélgica, Francia y Suecia, estas cifras ascienden a tasas superiores al 50%.

Análisis por sectores

Las empresas cuya actividad es intensiva en el uso del conocimiento logran tener una tasa de supervivencia mayor. De esta manera, el estudio refleja que las empresas pertenecientes al sector de actividades inmobiliarias tienen una tasa de supervivencia de 51.2%, las de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado de 48.0% y las de actividades profesionales, científicas y técnicas de 38.4%.

Por su parte, las empresas que presentan una tasa de supervivencia más baja son las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación con el 22.5%, las actividades de los hogares en calidad de empleadores 23.7%, y alojamiento y servicios de comida 27.5%

Otros resultados para destacar

En materia de movilidad empresarial, el estudio arrojó que del total de unidades que sobrevivieron al termino de 5 años, y que se constituyeron siendo microempresas, el 8.5% logró pasar a ser pequeñas, medianas o grandes durante el periodo de análisis. El 21.2% de empresas pequeñas pasaron a ser medianas o grandes y el 30.8% de empresas medianas crecieron durante los años siguientes a su creación.

El 85.1% de las unidades que lograron la movilidad empresarial lo hicieron de forma permanente, es decir, una vez pasaron a formar parte de una categoría de tamaño superior lograron permanecer allí durante el resto del periodo de análisis. Tomado de https://confecamaras.org.co/noticias/884-segun-estudio-de-confecamaras-el-33-5-de-las-empresas-del-pais-sobreviven-al-termino-de-5-anos.

Conforme a lo anterior el IMDER encuentra procedente aplicar el criterio diferenciador para Mipymes contenido en el numeral 2 del a*rtículo 2.2.1.2.4.2.18. Criterios diferenciales para Mipyme en el sistema de compras públicas. (Adicionado por el artículo 3 del Decreto 1860 del 24 de diciembre de 2021)*, el cual corresponde a:

2. Número de contratos para la acreditación de la experiencia.

Esto en consideración a que tratándose de un proceso de mínima cuantía no es necesario exigir indicadores de capacidad financiera y organizacional, así como tampoco garantía de seriedad de la oferta, por lo que la opción más ajustada es la del número de contratos.

OBJETIVOS

General: "SERVICIO DE ALOJAMIENTO WEB, HOSTING, CORREO CORPORATIVO DEL INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTE Y RECREACIÓN DE VILLAVICENCIO IMDER"

Dada la naturaleza del objeto del contrato, el presente proceso se ubica dentro del sector terciario o de servicios de la economía clásica. Por su parte, según la clasificación UNSPSC (United Nations Standard Products and Services Code), mejor conocidos en español como Códigos de Naciones Unidas, las actividades a ejecutar se encuentran catalogadas en los siguientes códigos:

CÓDIGOS UNSPSC	NOMBRE DEL PRODUCTO
81112105	Servicios de hospedaje de operación de sitios web

ASPECTOS GENERALES:

Información para tener en cuenta:

ESTUDIO DE MERCADO

ANALISIS DE LA OFERTA (COTIZACIONES)

Para determinar el valor del contrato, se realizó el estudio de oferta y demanda del sector, de acuerdo con los lineamientos establecidos en la guía para la Elaboración de Estudios del Sector, expedidos por Colombia Compra Eficiente, se solicitó cotización vía correo electrónico a los siguientes proveedores de servicios:

Razón social de la sociedad	E-mail de la sociedad
HIGH QUALITY SOLUTIONS LA EU	gbarrero@hqs.com.co
JAVAL DE COLOMBIA S.A.S	Javella70@hotmail.com
AMM COMUNICACIONES INGENIERIA S.A.S	administrativo@ammcomunicaciones.co
CREATIVOS DE COLOMBIA S.A.S	Contratación@aronteagencia.com

De los cuales respondieron por medio del mismo correo institucional las siguientes:

Razón social de la sociedad	E-mail de la sociedad
HIGH QUALITY SOLUTIONS LA EU	gbarrero@hqs.com.co
JAVAL DE COLOMBIA S.A.S	Javella70@hotmail.com
AMM COMUNICACIONES INGENIERIA S.A.S	administrativo@ammcomunicaciones.co

Así las cosas, dentro de los términos de análisis de los precios del mercado ofrecidos al Imder y se determina el valor del contrato, se realizó el estudio de oferta y demanda del sector así:

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO COTIZACIÓN 1	VALOR UNITARIO COTIZACIÓN 2	VALOR UNITARIO COTIZACIÓN 3	VALOR PROMEDIO MENSUAL	VALOR PROMEDIO TOTAL
1	Hosting empresarial compartido (alojamiento para sitio web por 200 GB) por un año + Cpanel, + certificado SSL, 100 cuentas de correos corporativos, copias de seguridad y migración correspondiente de la página web.	MENSUAL	8	297,333.33	308,631.67	326,666.67	310,877.22	$ 2,487,018
2	Cuentas del correo corporativas de Gmail con espacio disponible de la nube de 30 Gb (2 cuentas)	MENSUAL	8	36,000	26,258.33	27,000	29,753	$ 238,022
			TOTAL	**333,333**	**334,890**	**353,667**	**340,630**	**$ 2,725,040**

Nota: Los ítems relacionados están sujetos al tratamiento tributario dispuesto en el art 476 del Estatuto Tributario, como Servicios **excluidos del impuesto sobre las ventas.**

TIPO DE CONTRATO	CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS
VALOR	DOS MILLONES SETECIENTOS VEINTICINCO MIL CUARENTA PESOS MCTE ($2.725.040)

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

HISTÓRICO DE COMPRAS O ADQUISICIONES DEL IMDER DEL BIEN O SERVICIOS

Adquisiciones previas por parte del instituto municipal de deporte y recreación IMDER

Modalidad de Selección del Contratista	Mínima Cuantía
Número y fecha del contrato	MC-023-2022
Objeto del contrato	SERVICIO DE ALOJAMIENTO WEB, HOSTING, CORREO CORPORATIVO DEL INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTE Y RECREACIÓN DE VILLAVICENCIO IMDER
Contratista	CREATIVOS DE COLOMBIA SAS
Entidad Contratante	Instituto Municipal De Deporte y Recreación Del Municipio De Villavicencio – Imder
Valor del contrato	$1.200.000
Modalidad de Selección del Contratista	Mínima Cuantía
Número y fecha del contrato	MC-003-2021
Objeto del contrato	ADQUISICIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO WEB
Contratista	HIGH QUALITY SOLUTIONS LA EU
Entidad Contratante	Instituto Municipal De Deporte y Recreación Del Municipio De Villavicencio – Imder
Valor del contrato	$1.200.000

HISTÓRICO DE COMPRAS O ADQUISICIONES DE OTRAS ENTIDADES ESTATALES Y OTROS CONSUMIDORES DEL BIEN O SERVICIOS

Con base en la consulta efectuada en el portal de la agencia nacional de la contratación pública Colombia compra eficiente, en el siguiente recuadro nos muestra las contrataciones que han efectuado otras entidades públicas respecto a proyectos similares al que pretende ejecutar el instituto municipal de deporte y recreación de Villavicencio, a saber:

Histórico de compras o adquisiciones de otras entidades estatales y otros consumidores del servicio.

Modalidad de Selección del Contratista	Mínima Cuantía
Número y fecha del contrato	070-2023
Objeto del contrato	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE RENOVACIÓN DE HOSTING Y DOMINIO Y SERVICIOS EN LA NUBE PARA LOS PORTALES YARUMAL.GOV.CO Y YARUMAL.ORG, GARANTIZANDO TANTO LA MIGRACIÓN DEL SERVICIO ACTUAL COMO LA FUNCIONALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE SE ESTÁN OFRECIENDO ACTUALMENTE
Contratista	ROYAL TECH GROUP SAS
Entidad Contratante	MUNICIPIO DE YARUMAL
Valor del contrato	$7.475.000
Modalidad de Selección del Contratista	Mínima Cuantía
Número y fecha del contrato	MC-015-2022.
Objeto del contrato	Se requiere el contratar un servicio de Hosting en la nube para los servicios DNS y sitios WEB institucionales en un modelo que funcione bajo estándares de virtualización compatibles con IPV4 e IPv6.
Contratista	MIHOSTING
Entidad Contratante	INSTITUTO DEPARTAMENTAL BELLAS ARTES
Valor del contrato	$6.190.000

Todo lo anterior se realizó salvaguardando los principios de igualdad, imparcialidad y transparencia. Sin embargo, la cotización servirá de soporte documental del presente estudio respecto al análisis de los precios del mercado necesario para determinar el valor estimado del contrato.

DIANA ELIZABETH MORENO MONTOYA
SUBDIRECTORA ADMINISTRATIVA Y FINANICERA

Información Técnica aportada	Mónica Andrea Rojas Sanchez – Ingeniera de Sistemas	
Proyección del documento	Diana Macol Diaz Porras – Profesional de Apoyo del área de Contratación	
Revisión del documento	Daniel Giovanny Ramirez Celis – Asesor Jurídico Externo	