ESTUDIO DEL SECTOR	
OBJETO A CONTRATAR:	PRESTACION DE SERVICIOS PARA LA DIVULGACION Y PROMOCION DE LOS PROGRAMAS, PROYECTOS Y DEMAS TEMAS DE INTERES PUBLICO DE LA ALCALDIA DE VILLAVICENCIO, EN UNA PAGINA WEB Y EMISORA ON LINE
PRESUPUESTO OFICIAL:	ONCE MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y CUATRO MIL PESOS MONEDA CORRIENTE ($11.994.000).
PLAZO:	TRES (3) MESES
CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO Y EL SECTOR AL CUAL PERTENECEN	82101603 PUBLICIDAD EN INTERNET
CLASE DE CONTRATO A CELEBRAR	PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Con el fin de dar cumplimiento a lo establecido en el Decreto 1082 de 2015 en el **Artículo 2.2.1.1.1.6.1. Deber de análisis de las Entidades Estatales.** *"La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde las perspectivas legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso"* y tomando como orientación la "Guía de Elaboración de Estudio del Sector –GEES –Versión 2" de Colombia Compra Eficiente, la entidad, después de identificar su necesidad, debe definir e investigar el sector al cual pertenece el bien o servicio requerido, las condiciones del mismo para poder identificar los requisitos habilitantes, para lo cual debe tener en cuenta las siguientes áreas:

1. ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR

La **publicidad online** es el conjunto de estrategias que se utilizan para dar a conocer un producto o servicio a la sociedad adaptadas a un canal digital. Para esto se crean impactos que lleguen a los receptores a través de internet, las redes sociales o el uso del smartphone o de la Smart TV.

La publicidad digital está en **constante evolución**. La tecnología avanza y, con ella, las tendencias de consumo por lo que las estrategias deben variar y los profesionales del marketing online tienen que estar en un aprendizaje continuo.

Las campañas deben estar ahí donde estén los usuarios, por ello, la publicidad se trasladó del mundo offline al online.

Existen tantos **tipos de publicidad online** como plataformas o formatos existen, pero los principales y los más comunes son:

- **Marketing de afiliados**: es una tipología del marketing basada en que el anunciante solo pagará por aquella publicidad que consiga resultados. Fija cuál es su objetivo, ventas en el caso de un ecommerce, y pagará en función de esas ventas obtenidas. Los afiliados son los comerciales de los anunciantes, los encargados de promocionar el producto o servicio en sus entornos digitales y las comisiones son el método de pago utilizado.

- **Publicidad nativa**: se recurre a estrategias en las que se pretende ganarse la confianza del usuario ofreciéndole soluciones a sus problemas. Suele hacerse a través de blogs y se tratan temas relacionados con el sector de utilidad para los receptores. Con SEO, mail marketing y lead nurturing se puede ofrecer el contenido adecuado a la fase del embudo de ventas en la que se encuentre el potencial cliente.
- **Publicidad en buscadores**: lo que también se conoce como SEM. Consiste en generar un anuncio con título, descripción, call to action y pujar por determinadas palabras clave. Con estas campañas se persigue la notoriedad destacada de la marca en poco tiempo.
- **Publicidad móvil**: hasta el momento estos anuncios eran una adaptación de las campañas offline al ordenador, usando la tecnología responsive. Ahora, ya existen prácticas de marketing móvil como el envío de mensajes de texto a los dispositivos de los clientes incorporando enlaces para promocionar sus productos.
- **Email marketing**: son anuncios enviados al correo electrónico de los usuarios, pero son los que el receptor puede evitar con mayor facilidad al meterse en carpetas como Spam o que el propio individuo lo elimine antes de ni siquiera leerlo. Las marcas están perfeccionando su técnica e incluyen promociones para que el cliente quiera abrir el correo electrónico.
- **Publicidad en redes sociales**: el crecimiento exponencial del número de usuarios de las redes sociales provocó que los anunciantes quisieran promocionarse en estas plataformas. Redes como Instagram, Twitter o Facebook dan la posibilidad de promocionar las publicaciones subidas para posicionarse más alto y conseguir resultados más exitosos.Pero además de estas promociones, también están las campañas creadas por las propias marcas, las social ads, pensadas para atraer a clientes desde las propias redes sociales.
- **Retargeting o remarketing**: hace que aparezca al usuario un banner de una marca que ya haya consultado previamente, independientemente del sitio en el que se encuentre. Es una técnica que recoge buenos resultados. El precio se establece por coste por clic.
- **Display**: son los anuncios que contienen imagen o vídeo y se publican en cualquier sitio de internet, en espacios específicamente diseñados para ello.
- **Vídeos online**: se trata de vídeos que tienen un fin promocional. Se incluyen los anuncios insertados en vídeos de YouTube, Vimeo, Vine o Dailymotion. También se puede apostar por alianzas con youtubers o por contenido propio y de calidad para obtener un posicionamiento orgánico adecuado con SEO combinado con el tráfico directo.

Particularmente, el campo de las tecnologías de la información y comunicación ha sufrido un impacto grande en las dos últimas décadas. Los medios tradicionales a través de los cuales se difunden los datos han diversificado su modelo de negocio, principalmente la prensa, radio y la televisión haciendo lo propio, adaptándose a la virtualidad y divulgando por diversos canales. Por supuesto, la forma en la que se hacía publicidad en los años 90 ha cambiado gracias a la digitalización y redes sociales, que sin duda entran en ese concepto, sabiendo aprovechar las bondades digitales

1.1 Contexto Económico:

La economía se divide en diferentes actividades productivas. Estas se clasifican en el sector primario, secundario y terciario y todas son necesarias para cubrir el consumo de las personas. El sector servicios se encuentra incluido dentro del sector terciario.

Sector Terciario: (servicios): El sector servicios es muy importante para la economía, las razones que se pueden mencionar son las siguientes:

- Generalmente en el sector servicios es donde se generan los **acuerdos comerciales** más importantes, tanto a nivel nacional como internacional.
- El sector servicios es un sector donde se desarrollan oportunidades laborales muy importantes para cualquier país.
- También en el sector servicios se dan grandes inversiones a nivel internacional.
- Genera **competitividad** y desarrollo. De hecho, mientras más desarrollada es una economía, hay más calidad y cantidad de actividades del sector servicios.
- Para que un producto final llegue a los consumidores, la empresa deberá apoyarse en el sector terciario. En primer lugar, la compañía deberá ser gestionada por administradores, y contar además con asesores en materia contable, jurídica y de recursos humanos. Asimismo, necesitará contar con financiación, por parte de bancos y otros agentes del sector financiero. Finalmente, la empresa deberá asegurarse de que el producto será vendido y entregado a los clientes, lo que implica servicios de transporte, comerciales y de publicidad.
- Para desarrollar su actividad con normalidad, la empresa necesitará hacerlo en una comunidad donde exista un marco jurídico establecido, seguridad interior y una administración que gestione los recursos públicos. Todas estas actividades están englobadas en el sector terciario.

ACTIVIDADES QUE CORRESPONDE AL SECTOR SERVICIOS

Dentro de algunas de las actividades que se pueden incluir en el sector de servicios encontramos:

- Servicios de transporte y comunicación.
- Servicios de telecomunicación e Internet.
- Medios de comunicación.
- Actividades financieras (excluyendo la consultoría, que estaría dentro del **sector cuaternario**).
- Turismo y hotelería.
- Actividad comercial y de distribución.
- Servicios de salud y estéticos.
- Servicios de la administración pública.
- Servicios públicos (seguridad y defensa, bomberos, entre otros).
- Servicios educativos.
- Servicios de ocio, deportes y espectáculos.
- Servicios culturales (ejemplo: el teatro).
- Servicios informáticos y tecnológicos.
- Servicios jurídicos y legales

PRODUCCIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

La producción de los servicios de telecomunicaciones explora diversos recursos tecnológicos con el objeto de establecer una telecomunicación entre un emisor y un receptor. Estos recursos tecnológicos formarán el entramado de enlaces de telecomunicación que se denomina red de telecomunicación, sobre la cual, el operador del sistema prestará una o varias utilidades, cada una de estas utilidades o prestaciones constituye lo que se denomina un servicio de telecomunicación. Entre estos servicios de telecomunicaciones se encuentran en el mercado:

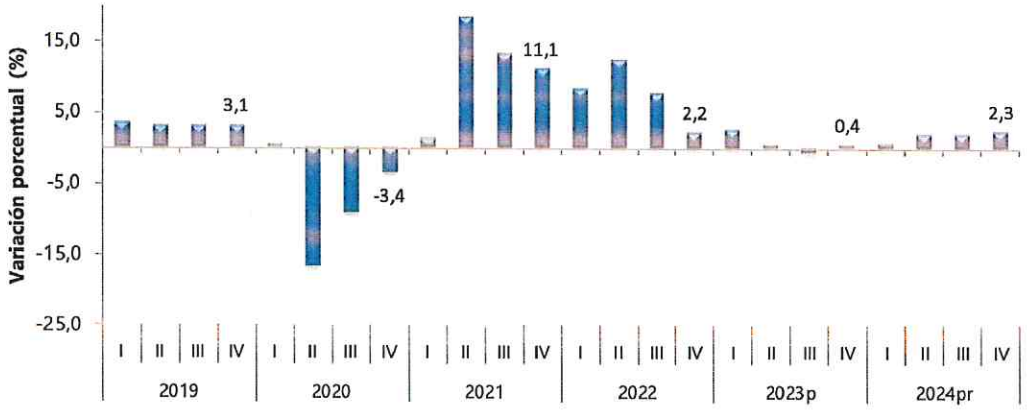
- Servicios de voz y datos
- Servicios de difusión radio y TV
- Multiservicio de banda ancha: Triple Play
- Servicios telemáticos. Internet.

Es entonces un año de grandes retos para el sector TIC en el país, que a pesar de los fenómenos económicos por los que atraviesa el mundo; sigue en constante crecimiento ya que es clave para el desarrollo del plan de gobierno y la transformación de los negocios que están en búsqueda de ganar competitividad. De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), a partir del boletín técnico de producto interno bruto trimestre II 2024, en el que informan las cuentas nacionales trimestrales y en el que se constituyen una síntesis de la información de coyuntura económica, mediante la cual se articulan los Indicadores de estadísticas básicas en los principales agregados macroeconómicos, en Colombia de acuerdo con las actividades económicas existentes, se muestran a continuación las tasas de crecimiento en volumen para el segundo trimestre de 2024.

Producto Interno Bruto (PIB)

IV trimestre 2024 preliminar

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2019-I / 2024[Pr]-IV



Fuente: DANE, PIB_T
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
[Pr]preliminar
[P]provisional

PIB desde el enfoque de la producción

El Producto Interno Bruto crece 1,7% en el año 2024pr respecto al año 2023p (ver tabla 1); Las

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

• Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 8,1% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

• Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,2% (contribuye 0,7 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 8,1% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

En el cuarto trimestre de 2024pr , el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,3% respecto al mismo periodo de 2023p (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 4,4% (contribuye 1,0 puntos porcentuales a la variación anual).

• 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 0,7 puntos porcentuales a la variación anual).

• Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 6,5% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,6%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 3,2%.

• Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 1,3%.

• Industrias manufactureras crece 1,1%.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2024pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2024pr / 2023p	2024pr-IV / 2023p-IV	2024pr-IV / 2024pr-III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	8,1	6,5	-0,3
Explotación de minas y canteras	-5,2	-5,9	-0,4
Industrias manufactureras	-2,1	0,3	1,1
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	1,9	-0,04	-0,1
Construcción	1,9	0,5	-0,9
Comercio al por mayor y al por menor[3]	1,4	4,4	3,2
Información y comunicaciones	-0,8	-0,6	0,2
Actividades financieras y de seguros	0,4	-1,1	0,1
Actividades inmobiliarias	1,9	1,9	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	0,1	0,03	-0,1
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	4,2	4,0	1,3
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	8,1	5,5	-0,4
Valor agregado bruto	**1,8**	**2,3**	**0,8**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	1,1	2,1	0,7
Producto Interno Bruto	**1,7**	**2,3**	**0,6**

Fuente: DANE, PIB_T

Construcción7

Para el año 2024pr, el valor agregado de la construcción crece 1,9%, respecto al año 2023p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 6):

- Construcción de edificaciones residenciales y no residenciales decrece 2,5%.

- Construcción de carreteras y vías de ferrocarril, de proyectos de servicio público y de otras obras de ingeniería civil crece 11,7%.

- Actividades especializadas para la construcción de edificaciones y obras de ingeniería civil (alquiler de maquinaria y equipo de construcción con operadores) crece 1,5%.

En el cuarto trimestre de 2024pr, el valor agregado de la construcción crece 0,5% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2023p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 6):

• Construcción de edificaciones residenciales y no residenciales decrece 3,1%.
• Construcción de carreteras y vías de ferrocarril, de proyectos de servicio público y de otras obras de ingeniería civil crece 8,6%.
• Actividades especializadas para la construcción de edificaciones y obras de ingeniería civil (alquiler de maquinaria y equipo de construcción con operadores) decrece 0,7%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de la construcción decrece en 0,9%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

• Construcción de edificaciones residenciales y no residenciales decrece 1,3%.
• Construcción de carreteras y vías de ferrocarril, de proyectos de servicio público y de otras obras de ingeniería civil decrece 0,4%.
• Actividades especializadas para la construcción de edificaciones y obras de ingeniería civil (alquiler de maquinaria y equipo de construcción con operadores) decrece 0,9%.

Tabla 6. Construcción
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2024[Pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2024[Pr] / 2023[P]	2024[Pr]-IV / 2023[P]-IV	2024[Pr]-IV / 2024[Pr]-III
Construcción de edificaciones residenciales y no residenciales	-2,5	-3,1	-1,3
Construcción de carreteras y vías de ferrocarril[2]	11,7	8,6	-0,4
Actividades especializadas para la construcción de edificaciones y obras de ingeniería civil[3]	1,5	-0,7	-0,9
Construcción	**1,9**	**0,5**	**-0,9**

Fuente: DANE, PIB_T
[Pr] preliminar
[P] provisional
[1] Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.
[2] Construcción de carreteras y vías de ferrocarril, de proyectos de servicio público y de otras obras de ingeniería civil.
[3] Actividades especializadas para la construcción de edificaciones y obras de ingeniería civil (Alquiler de maquinaria y equipo de construcción con operadores).

Información y comunicaciones

Para el año 2024pr, el valor agregado de información y comunicaciones decrece 0,8%, respecto al año 2023p

. En el cuarto trimestre de 2024pr, el valor agregado de información y comunicaciones decrece 0,6% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2023p
. Para la serie ajustada por
efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 0,2%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 8).

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2024[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2024[pr] / 2023[p]	2024[pr]-IV / 2023[p]-IV	2024[pr]-IV / 2024[pr]-III
Información y comunicaciones	-0,8	-0,6	0,2

Fuente: DANE, PIB_T
[pr]preliminar
[p]provisional
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

Actividades profesionales, científicas y técnicas

Actividades profesionales, científicas y técnicas10 Para el año 2024pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,1%, respecto al año 2023p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 11):

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 0,6%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 0,3%.

En el cuarto trimestre de 2024pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,03% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2023p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 11):

- Actividades profesionales, científicas y técnicas decrece 1,3%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 1,2%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece en 0,1%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas decrece 1,0%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,1%.

Tabla 11. Actividades profesionales, científicas y tecnicas[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Cuarto trimestre 2024[Pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2024[Pr] / 2023[P]	2024[Pr]-IV / 2023[P]-IV	2024[Pr]-IV / 2024[Pr]-III
Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,6	-1,3	-1,0
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	-0,3	1,2	0,1
Actividades profesionales, científicas y técnicas[1]	**0,1**	**0,03**	**-0,1**

Fuente: DANE,PIB_T
[Pr]preliminar
[P]provisional
[1]Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo.
[2]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

INFLACIÓN

Variación mensual, año corrido y anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) Total, nacional 2024 - 2025 (enero)

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Variación anual y mensual
Total nacional
2024 - 2025 (enero)

Gráfica Índice de precios al consumidor (IPC)

IPC	enero			
	Variación mensual		Variación anual	
	2024	2025	2024	2025
IPC total	0,92	0,94	8,35	5,22

En el mes de enero de 2025, el IPC registró una variación de 0,94% en comparación con diciembre de 2024, cuatro divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,94%): Restaurantes y hoteles (1,90%), Transporte (1,71%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,62%) y por último, Salud (1,04%). Por debajo se ubicaron: Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,70%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,64%), Bienes y servicios diversos (0,54%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,39%), Educación (0,00%), Prendas de vestir y calzado (-0,15%), Recreación y cultura (-0,18%) y por último, Información y comunicación (-0,19%).

La variación del salario mínimo en Colombia también influye en las perspectivas económicas del país toda vez que, al finalizar cada año, se realiza la discusión sobre el incremento del mismo, negociación en la cual intervienen líderes de sindicatos de trabajadores, representantes de los gremios de la producción y gobierno. A continuación, se presentan los incrementos del salario mínimo legal mensual vigente (smlmv) de las dos últimas décadas en Colombia; el objetivo plasmado en el Plan de Desarrollo, ha fortalecido el ingreso real de los trabajadores remunerados con el salario mínimo de manera significativa, con incrementos por encima de la inflación y superiores a los de años anteriores, como muestra el siguiente cuadro:

AÑO	SALARIO MINIMO	VARIACION PROCENTAL ANUAL	AUXILO DE TRANSPORTE	VARIACION PORCENTUAL ANUAL
2025	$ 1.423.500	9.53 %	$ 200.000	23.45 %
2024	$ 1.300.000	12.00 5	$ 162.000	15.00 %
2023	$ 1.160.000	16.00 %	$ 140.000,00	16.00 %

CONTEXTO ECONOMICO REGIONAL

La perspectiva económica de la pauta radial en Villavicencio involucra varios factores clave que afectan el mercado publicitario local, entre ellos el crecimiento económico local.

Desarrollo Regional: Villavicencio ha experimentado un crecimiento económico sostenido en los últimos años, impulsado por sectores como la agricultura, el comercio y el turismo. Este crecimiento económico puede aumentar la inversión en publicidad, ya que las empresas buscan captar una mayor porción del mercado local.

Poder Adquisitivo: El aumento del poder adquisitivo de los residentes también puede llevar a una mayor demanda de productos y servicios, lo que incentiva a las empresas a invertir mas en publicidad para atraer a consumidores potenciales.

Aumento en la Publicidad Local: A medida que la economía local crece, se observa un aumento en la inversión publicitaria por parte de empresas locales. Esto incluye no solo la pauta radial, sino también la publicidad a través de página web, emisora on line, medios escritos y televisión.

Encuesta Mensual de Servicios (EMS) diciembre de 2024

1.1 Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (diciembre 2024P / diciembre 2023)

En diciembre de 2024, catorce de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con diciembre de 2023.

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Total nacional
Diciembre 2024P / diciembre 2023

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	23,1	22,7	-0,1	0,5
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	26,5	25,3	0,0	1,2
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	10,4	9,2	0,4	0,8
J	División 58	Actividades de edición	-2,4	-1,5	0,4	-1,3
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	46,8	32,8	10,3	3,8
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-14,3	-11,1	0,0	-3,2
J	Division 61	Telecomunicaciones	14,5	12,5	1,8	0,2
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	9,2	10,8	-1,7	0,0
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	0,6	0,5	-0,4	0,5
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-7,3	-7,8	0,2	0,2
M	Clase 7310	Publicidad	-1,9	-2,0	0,1	0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	13,3	12,8	0,4	0,1
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	6,9	6,9	0,0	0,0
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	3,6	3,4	0,0	0,2
P	Grupo 854	Educación superior privada	10,4	9,4	0,0	1,0
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	5,8	5,0	0,4	0,4
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	6,4	5,6	0,7	0,1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	14,0	8,7	2,5	2,9

Fuente: DANE, EMS
P Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

1.2 Variación anual del personal ocupado total y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (diciembre 2024P / diciembre 2023)

En diciembre de 2024, cinco de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con diciembre de 2023.

Tabla 2. Variación anual del personal ocupado total y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios
Total nacional
Diciembre 2024P / diciembre 2023

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado total*	Permanente	Temporal directo	Agencias	Misión** Hora cátedra***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)			
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	2,3	0,1	3,4	-1,0	..
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	-4,2	-0,9	-0,6	-2,7	..
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	-0,9	0,1	-0,1	-0,6	..
J	División 58	Actividades de edición	-5,2	-4,3	-0,5	-0,4	..
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	8,1	2,2	2,2	3,7	..
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-7,6	-3,9	-0,2	-3,5	..
J	División 61	Telecomunicaciones	-4,0	-2,6	-1,0	-0,4	..
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	-1,5	0,3	-1,3	0,0	..
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	1,0	0,0	1,5	-0,5	..
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales, científicas y técnicas	-7,7	-4,3	-3,4	0,0	..
M	Clase 7310	Publicidad	-7,2	0,8	-6,9	-1,1	..
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	-5,9	0,1	-2,0	0,1	-4,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-4,1	-0,8	-3,3	0,0	..
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	8,1	-2,0	10,4	-0,3	..
P	Grupo 854	Educación superior privada	-2,3	-1,1	-1,3	0,2	-0,1
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	-1,6	-2,7	3,8	-2,8	..
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	0,3	0,3	0,2	0,5	..
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	-0,5	-1,1	1,4	-0,8	..

Fuente: DANE, EMS
P Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
* Incluye personal permanente, personal temporal directo y personal temporal contratado a través de agencias de suministro de personal.
** Personal en misión aplica para la sección N, divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130.
*** Personal hora cátedra aplica para la sección P - grupo 854.
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

1.3 Variación anual de los salarios y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (diciembre 2024P / diciembre 2023)

En diciembre de 2024, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con diciembre de 2023.

Tabla 3. Variación anual de los salarios y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios

Total nacional

Diciembre 2024P / diciembre 2023

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado sin agencias*	Permanente	Temporal directo	Misión** Hora cátedra***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	11,0	7,5	3,5	--
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	13,8	9,0	4,8	--
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	11,8	6,2	5,6	--
J	División 58	Actividades de edición	11,0	6,3	4,7	--
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	10,4	2,9	7,6	--
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	7,3	4,7	2,6	--
J	División 61	Telecomunicaciones	7,8	7,5	0,2	--
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	9,3	6,7	2,5	--
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	8,8	3,4	5,4	--
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	11,6	7,6	4,0	--
M	Clase 7310	Publicidad	11,8	7,1	4,7	--
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	10,8	3,8	3,7	3,3
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	6,2	2,1	4,1	--
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	4,3	2,4	1,9	--
P	Grupo 854	Educación superior privada	8,9	4,3	2,5	2,0
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	4,7	2,1	2,6	--
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	7,9	3,5	4,3	--
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	11,4	5,1	6,2	--

Fuente: DANE, EMS

P Cifra provisional

(PP) Puntos porcentuales

* Hace referencia a la variación de los salarios promedio del personal ocupado total excluyendo al personal contratado a través de agencias de suministro de personal.

** Personal en misión aplica para la sección N, divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130.

*** Personal hora cátedra aplica para la sección P - grupo 854.

Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

1.4 Variación año corrido de los ingresos nominales, personal ocupado total y salarios, según subsector de servicios (enero 2024 - diciembre 2024ᵖ / enero 2023 - diciembre 2023)

En lo corrido de 2024, doce de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos, seis presentaron incremento en el personal ocupado total y todos los subsectores presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con el mismo periodo de 2023.

Tabla 4. Variación año corrido de los ingresos nominales, personal ocupado total y salarios, según subsector de servicios
Total nacional
Enero 2024 - diciembre 2024ᵖ / enero 2023 - diciembre 2023

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Variación (%) Año corrido		
Sección	División	Descripción	Ingresos	Personal Ocupado total*	Salarios**
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	11,3	0,4	11,4
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	11,8	-5,4	10,0
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	6,5	0,3	11,1
J	División 58	Actividades de edición	-2,6	-7,2	8,9
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	-2,5	1,5	10,7
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-2,6	-3,1	7,7
J	División 61	Telecomunicaciones	-0,3	-5,7	8,3
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	5,5	-0,5	8,7
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	5,0	2,6	7,4
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-3,5	-5,8	10,6
M	Clase 7310	Publicidad	4,4	-1,1	14,7
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	6,4	-6,6	13,8
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-2,2	-8,6	7,7
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	6,9	1,5	10,2
P	Grupo 854	Educación superior privada	9,5	-2,7	9,5
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	10,8	0,0	7,5
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	7,9	-0,5	9,8
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	8,2	-1,0	9,8

Fuente: DANE, EMS
ᵖ Cifra provisional
* Incluye personal permanente, personal temporal directo y personal temporal contratado a través de agencias de suministro de personal.
** Hace referencia a la variación de los salarios promedio del personal ocupado total excluyendo al personal contratado a través de agencias de suministro de personal.

Según el análisis del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el sector de pautas radiales mostró un crecimiento del 4,4 % en diciembre de 2024 en comparación con el mismo mes de 2023. Este incremento en los ingresos de pautas radiales puede atribuirse a una renovada inversión en

medios tradicionales por parte de las empresas, buscando alcanzar audiencias locales y regionales en un contexto de creciente competencia digital.

A pesar del auge de la publicidad digital, las pautas radiales han mantenido su relevancia debido a su capacidad para ofrecer una conexión directa y personalizada con los oyentes. La estabilidad económica y el aumento en los presupuestos de marketing han facilitado este crecimiento, destacando que, aunque el panorama publicitario se está diversificando, las pautas radiales continúan siendo una herramienta valiosa para campañas publicitarias dirigidas a audiencias específicas.

SECTOR SERVICIOS EN VILLAVICENCIO

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) en el sector servicios en Villavicencio juegan un rol vital en la economía local, contribuyendo significativamente al empleo y al PIB de la región. Aunque enfrentan desafíos como el acceso a financiamiento, la competencia intensa y la formalización, también tienen oportunidades para crecer y prosperar mediante la adaptación a nuevas tendencias, el aprovechamiento de programas de apoyo y la inversión en el desarrollo del turismo. A medida que Villavicencio continúa evolucionando, las Mipymes en el sector servicios seguirán siendo un componente clave en el impulso de su desarrollo económico y social.

1.2 PERSPECTIVA ECONÓMICA

La perspectiva económica de la publicidad en páginas web y emisoras online en Colombia muestra un panorama alentador, reflejo del crecimiento sostenido en el ámbito digital y la transformación de las estrategias de marketing en el país. Con la continua expansión de la conectividad a internet y el incremento en el uso de dispositivos digitales, tanto las páginas web como las emisoras online se han consolidado como plataformas clave para la publicidad, ofreciendo nuevas oportunidades para las empresas que buscan maximizar su alcance y eficacia publicitaria.

La publicidad en páginas web en Colombia ha demostrado ser un sector en auge, impulsado por el aumento en la digitalización y el acceso a internet. Las empresas están destinando una proporción creciente de sus presupuestos publicitarios a la publicidad en línea debido a su capacidad para segmentar audiencias de manera precisa y medir el rendimiento con gran detalle. Las herramientas disponibles permiten a los anunciantes adaptar sus mensajes según datos demográficos, intereses y comportamientos específicos, optimizando así la efectividad de las campañas.

El mercado de publicidad en páginas web se beneficia de la adopción de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial y el análisis de datos, que permiten a los anunciantes realizar ajustes en tiempo real y mejorar la personalización de los anuncios. Esta capacidad de adaptación es crucial en un entorno económico competitivo, donde la eficiencia y la efectividad del gasto publicitario son esenciales para alcanzar los objetivos de marketing.

Publicidad en Emisoras Online:

Simultáneamente, la publicidad en emisoras online ha ganado terreno como una opción viable y efectiva para llegar a audiencias específicas. Las emisoras online, que incluyen tanto radios en línea como plataformas de podcasts, ofrecen a los anunciantes la oportunidad de conectar con audiencias altamente segmentadas que buscan contenido especializado. Los formatos publicitarios en emisoras online, como los anuncios de audio y las promociones integradas en programas, permiten una integración natural con el contenido, lo que puede aumentar la receptividad y el impacto de los mensajes publicitarios.

El crecimiento de la publicidad en emisoras online está respaldado por la tendencia general hacia el consumo de medios digitales y la creciente popularidad de los formatos de audio bajo demanda. Las métricas de rendimiento para la publicidad en emisoras online, como la cantidad de escuchas y la duración de la exposición, ofrecen a los anunciantes una visión detallada de la efectividad de sus campañas, permitiendo una optimización continua.

- **PERSPECTIVA ECONOMICA EN VILLAVICENCIO**

En Villavicencio, la perspectiva económica de la publicidad en páginas web y emisoras online refleja un panorama en expansión, impulsado por el creciente acceso a internet y la digitalización de los negocios locales. Con la rápida evolución de la infraestructura digital en la ciudad, las empresas están reconociendo cada vez más la importancia de establecer una presencia en línea y de aprovechar las oportunidades que ofrece la publicidad digital para conectar con audiencias más amplias y específicas.

La publicidad en páginas web ha experimentado un aumento en la inversión debido a su capacidad para segmentar audiencias de manera precisa mediante datos demográficos, intereses y comportamientos, lo que optimiza la eficacia de las campañas y maximiza el retorno de inversión. Este crecimiento también se extiende a la publicidad en emisoras online, que ha ganado popularidad al permitir a las empresas conectar con audiencias específicas a través de contenido de audio en línea.

Las emisoras online, incluyendo radios en línea y plataformas de podcasts, ofrecen formatos publicitarios integrados que aumentan la receptividad de los anuncios. A pesar de las oportunidades significativas, el mercado enfrenta desafíos como la saturación publicitaria y la necesidad de cumplir con las regulaciones de privacidad de datos. Sin embargo, el desarrollo continuo de la infraestructura digital y la mejora en la conectividad presentan un entorno favorable para la expansión de la publicidad en estas plataformas, brindando a las empresas locales herramientas avanzadas para mejorar la efectividad de sus campañas y adaptarse a un mercado en constante evolución.

Que, ante la necesidad de adelantar el presente proceso de contratación, la suscrita entidad se basó en la encuesta mensual de servicios, que es una operación estadística por medio de la cual, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) obtiene la información de las variables principales del sector servicios para el análisis de su evolución en el corto plazo.

1.2 Contexto Técnico:

Las condiciones técnicas y tecnológicas del mercado que impactan al bien o servicio que satisface la necesidad de la Entidad, incluyendo el estado de la innovación y desarrollo que permite crear nuevos productos y oportunidades de mercado, así como nuevas tendencias relacionadas con cambios tecnológicos, diversidad de las características de los productos, especificaciones de calidad, condiciones especiales para la entrega – ej. Cadenas de frío, sistemas de vigilancia, etc. – tiempos de entrega, entre otros.

Es tal la diversidad de contenidos radiales que las emisoras online se clasifican de acuerdo a la programación garantizando el propósito educativo, recreativo, cultural, científico e informativo que orienta el servicio de radiodifusión, en comerciales, interés público y comunitarias.

Ahora bien, es de tener en cuenta las funciones de la Agencia Nacional del Espectro - ANE establecidas en el artículo 26 de la Ley 1341 de 2009, y en particular la que indica que la entidad deberá *"(…) Estudiar y proponer los parámetros de valoración por el derecho al uso del espectro radioeléctrico y la estructura de contraprestaciones* (…)". Adicionalmente, es de resaltar como función del MinTIC, según el artículo 18 de la misma Ley, *"(…) Expedir y administrar las contraprestaciones que le corresponden por Ley (…)".* En consecuencia, la ANE propone los parámetros de valoración por uso del espectro al MinTIC, y esta última es la entidad encargada de su formalización y expedición.

En cumplimiento de las funciones mencionadas, y bajo la óptica de responder a las iniciativas planteadas en el Plan TIC, y en el marco de sus funciones, mediante el desarrollo de este documento la ANE apoya al MinTIC en la actualización de los parámetros y la estructura de contraprestaciones para el servicio de Radiodifusión a través de página web.

Finalmente, este documento que soporta la propuesta de modificación de los parámetros de valoración por el derecho al uso del espectro para el servicio de Radiodifusión a través de página web presenta en su capítulo primero la normatividad relacionada con la radiodifusión en Colombia y el régimen de contraprestaciones, en su capítulo segundo se adelantó una revisión sobre las generalidades del servicio, en el tercero se presenta la revisión que se realizó sobre las prácticas relacionadas con las contraprestaciones por radiodifusión que se realizan en otros países. Como paso siguiente, dentro del documento, se analizan diferentes aspectos que soportan la propuesta de modificación y se describen los diferentes elementos que componen la propuesta. Por último, de acuerdo con la política que defina el MinTIC se analiza el impacto en la aplicación de la fórmula y de los parámetros de valoración sobre el Fondo Único de TIC - FUTIC y el efecto sobre los concesionarios de Radiodifusión Web.

1.3 Contexto Regulatorio:

La Entidad Estatal debe identificar la regulación aplicable al mercado del objeto del Proceso de Contratación, así como la que regula la actividad de los proveedores y compradores de manera particular, en caso de que aplique. Distintas áreas de regulación pueden ser de mercado, de precios, ambientales, tributarias y de cualquier otro tipo, así como las modificaciones recientes en estas regulaciones y el impacto en su aplicación.

MARCO NORMATIVO CONSTITUCIONAL
CONSTITUCIÓN POLITICA DE 1991
MARCO NORMATIVO LEGAL

Nos basamos en las normas de la Contratación Estatal:
Ley 80 de 1993
Ley 1150 de 2007
Ley 1474 de 2011
Decreto 1082 de 2015
Manual de contratación
Manual de interventoría y supervisión
Decreto 1860 de 2021

Las normas nacionales referidas a los límites de exposición de las personas a campos electromagnéticos están contenidas en el Decreto 1370 de 2018 y Resolución 773 de 2023 (ANE). A nivel internacional pueden consultarse las circulares y recomendaciones de la OMS sobre el tema.

2. ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.1 Comportamiento Histórico de contratación

La herramienta del Gasto Histórico hace parte del Modelo de Abastecimiento Estratégico en su fase de análisis de demanda, de su uso se obtiene información de gran utilidad para el estudio del sector.

Esta información sirve de referente para futuros Procesos de Contratación y provee información necesaria en cuanto a aspectos relacionados con: I) La relevancia de categorías de compras, II) los principales y potenciales proveedores, III) los históricos de precios, IV) la retroalimentación general del mercado, entre otros.

2.1.1 ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?

Una vez revisado el portal de contrataciones SECOP, se encontraron los siguientes procesos de contratación con igual o similar objeto:

ENTIDAD	**MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO**
NUMERO DE PROCESO	SMC-061-2024
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
No. CONTRATO	ACEPTACION DE OFERTA N 2288 DE 2024
OBJETO:	RESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA DIVULGACIÓN YPROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS, PROYECTOS YDEMAS TEMAS DE INTERES PÚBLICO DE AL ALCALDIA DE VILLAVICENCIO, EN UNA PAGINA WEB Y EMISORA ONLINE
VALOR CONTRATO	**CATORCE MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y CUATRO MIL PESOS M/CTE ($14.994.000)**
PLAZO DE EJECUCION	El término para la ejecución del contrato será hasta el (31) de diciembre de 2024, o hasta agotar presupuesto oficial, contados a partir de la suscripción del acta de inicio, contado a partir de la suscripción del acta de inicio.
FORMA DE PAGO	**FORMA DE PAGO: EL MUNICIPIO Pagará al CONTRATISTA** el presente contrato así: Pagos parciales conforme al servicios real y efectivamente prestado, de acuerdo a los valores unitarios por comerciales contratados de

	conformidad con el cronograma acordado con el supervisor, previo informe de actividades del contratista y la entrega de soportes de pago de seguridad social correspondiente al mes ejecutado cuenta de cobro, informe del supervisor de cumplimiento a cabalidad de las obligaciones a cargo del contratista. El pago se realizara además con la prestación del acta de terminación y liquidación del contrato.
GARANTIAS REQUERIDAS	Teniendo en cuenta la naturaleza del proceso, el presupuesto estimado, así como el histórico de contratación y el análisis del riesgo, el Municipio de Villavicencio considera pertinente prescindir de la exigencia correspondiente a las garantías atendiendo lo dispuesto en el artículo 2.2.1.2.1.5.5. del DECRETO 1082 de 2015.
EXPERIENCIA REQUERIDA	Un contrato igual o superior al valor del presupuesto oficial
PROPONENTE ADJUDICATARIO	BREYDY STEVEN LIEVANO BARBOSA

ENTIDAD	**MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO**
NUMERO DE PROCESO	SMC-088-2024
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
No. CONTRATO	ACEPTACION DE OFERTA N 2368 DE 2024
OBJETO:	RESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA DIVULGACIÓN YPROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS, PROYECTOS YDEMAS TEMAS DE INTERES PÚBLICO DE AL ALCALDIA DE VILLAVICENCIO, EN UNA PAGINA WEB Y EMISORA ONLINE.
VALOR CONTRATO	**OCHO MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y CUATRO MIL PESOS M/CTE ($8.994.000)**
PLAZO DE EJECUCION	El término para la ejecución del contrato será hasta el (31) de diciembre de 2024, o hasta agotar presupuesto oficial, contados a partir de la suscripción del acta de inicio, contado a partir de la suscripción del acta de inicio.
FORMA DE PAGO	**FORMA DE PAGO: EL MUNICIPIO Pagará al CONTRATISTA** el presente contrato así: Pagos parciales conforme al servicios real y efectivamente prestado, de acuerdo a los valores unitarios por comerciales contratados de conformidad con el cronograma acordado con el supervisor, previo informe de actividades del contratista y la entrega de soportes de pago de seguridad social correspondiente al mes ejecutado cuenta de cobro, informe del supervisor de cumplimiento a cabalidad de las obligaciones a cargo del contratista. El pago se realizara además con la prestación del acta de terminación y liquidación del contrato.
GARANTIAS	Teniendo en cuenta la naturaleza del proceso, el presupuesto estimado, así

REQUERIDAS	como el histórico de contratación y el análisis del riesgo, el Municipio de Villavicencio considera pertinente prescindir de la exigencia correspondiente a las garantías atendiendo lo dispuesto en el artículo 2.2.1.2.1.5.5. del DECRETO 1082 de 2015.
EXPERIENCIA REQUERIDA	Un contrato igual o superior al valor del presupuesto oficial
PROPONENTE ADJUDICATARIO	CARLOS ALBERTO VELASQUEZ

ENTIDAD	**MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO**
NUMERO DE PROCESO	SMC-071-2024
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
No. CONTRATO	ACEPTACION DE OFERTA N 2325 DE 2024
OBJETO:	RESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA DIVULGACIÓN YPROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS, PROYECTOS YDEMAS TEMAS DE INTERES PÚBLICO DE AL ALCALDIA DE VILLAVICENCIO, EN UNA PAGINA WEB.
VALOR CONTRATO	**OCHO MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y CUATRO MIL PESOS M/CTE ($8.994.000)**
PLAZO DE EJECUCION	El término para la ejecución del contrato será hasta el (31) de diciembre de 2024, o hasta agotar presupuesto oficial, contados a partir de la suscripción del acta de inicio, contado a partir de la suscripción del acta de inicio.
FORMA DE PAGO	**FORMA DE PAGO: EL MUNICIPIO Pagará al CONTRATISTA** el presente contrato así: Pagos parciales conforme al servicios real y efectivamente prestado, de acuerdo a los valores unitarios por comerciales contratados de conformidad con el cronograma acordado con el supervisor, previo informe de actividades del contratista y la entrega de soportes de pago de seguridad social correspondiente al mes ejecutado cuenta de cobro, informe del supervisor de cumplimiento a cabalidad de las obligaciones a cargo del contratista. El pago se realizara además con la prestación del acta de terminación y liquidación del contrato.
GARANTIAS REQUERIDAS	Teniendo en cuenta la naturaleza del proceso, el presupuesto estimado, así como el histórico de contratación y el análisis del riesgo, el Municipio de Villavicencio considera pertinente prescindir de la exigencia correspondiente a las garantías atendiendo lo dispuesto en el artículo 2.2.1.2.1.5.5. del DECRETO 1082 de 2015.
EXPERIENCIA REQUERIDA	Un contrato igual o superior al valor del presupuesto oficial

PROPONENTE ADJUDICATARIO	FERNANDO BETANCOURT DURAN

2.1.2 ¿Cómo adquieren otras Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?

De acuerdo con el **Modelo de Abastecimiento Estratégico** es pertinente identificar y analizar los Proceso de Contratación de otras Entidades Estatales que han adquirido en el pasado bienes o servicios iguales o comparables, con el propósito de definir mejores prácticas y extraer información pertinente para el Proceso de Contratación.

Una vez revisado el portal de contratación SECOP, se encontraron los siguientes procesos de contratación con igual o similar objeto en estas Entidades, (debe relacionarse como mínimo tres procesos):

ENTIDAD	**GOBERNACION DEL META**
NUMERO DE PROCESO	GCSJ-MC-107-2024
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
No. CONTRATO	2639 DE 2024
OBJETO:	PROMOVER LA DIVULGACIÓN DE AL GESTIÓN QUE REALIZA EL GOBIERNO DEL DEPARTAMENTO DEL META, ASI COMO MANTENER INFORMADA A LA COMUNIDAD A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACION DIGITAL, SOBRE LA RENDICIÓN DE CUENTAS QUE ARTICULA AL GOBIERNO DEPARTAMENTAL.
VALOR CONTRATO	SEIS MILLONES SETECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE ($6.750.000)
PLAZO DE EJECUCION	Un (01) MES
FORMA DE PAGO	EL DEPARTAMENTO pagará al contratista el valor de ejecución del contrato así: Un (1) único pago correspondiente a al ejecución del contrato, previa certificación de Banner 720 x 90 pixeles en la parte superior derecha de la página de inicio del portal, con vínculo directo a la Pagina de Gobernación del Meta. https://meta.gov.co/,Transmisiones en vivo con cubrimiento en el departamento del Meta, a través de la red social de Facebook, cada una, con una duración de 10 minutos mínimo'. Emisión de cuñas digitales a través de la emisora online del mismo portal WEB, Publicaciones de carácter periodístico de boletines electrónicos, imágenes, videos o piezas comunicacionales con información de las acciones del gobierno departamental. A través de portal web y redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), Redacción y difusión de artículos con acciones del gobierno Departamental a través de su portal web y sus redes sociales, con contenido no inferior a 400 caracteres. certificación de cumplimiento expedido por el supervisor y acreditación de que se encuentra a paz y salvo le contratista con los aportes al Sistema Integral de Seguridad Social y demás requisitos que le sean aplicables. Parágrafo: Para el pago final se debe anexar, acreditación de pago de

	parafiscales, seguridad social del personal empleado para la ejecución del contrato, el respectivo informe final de actividades elaborado por el operador; y avalado por el supervisor del contrato; certificación justificada del cumplimiento de las obligaciones contractuales, laborales y de seguridad social en salud, pensiones y riesgos laborales del contratista firmado por el supervisor del contrato; acta de finalización y liquidación bilateral de contrato.
GARANTIAS REQUERIDAS	La administración departamental del Meta, teniendo en cuenta que la ley otorga la facultad al ejecutivo de exigir o no en la modalidad de mínima cuantía el otorgamiento de las pólizas de cumplimiento, opta por no exigir la constitución del cumplimiento, Art. 2.2.1.2.1.5.4 decreto 1082 de 2015.
EXPERIENCIA REQUERIDA	El oferente deberá acreditar la celebración de hasta un (1) contrato, cuyo objeto y obligaciones sean de características relacionadas con el objeto del presente proceso de selección pública y su valor sea igual o superior al 100 % del presupuesto oficial.
PROPONENTE ADJUDICATARIO	CARLOS ALBERTO VELASQUEZ

ENTIDAD	**GOBERNACION DEL META**
NUMERO DE PROCESO	GCSJ-MC-115-2024
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
No. CONTRATO	2648 DE 2024
OBJETO:	PROMOVER LA DIVULGACIÓN DE LA GESTIÓN QUE REALIZA EL GOBIERNO DEL DEPARTAMENTO DEL META, ASÍ COMO MANTENER INFORMADA A LA COMUNIDAD A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACION DIGITAL, SOBRE LAS ACCIONES QUE ADELANTA LA INSTITUCIONALIDAD, SOBRE LOS SERVICIOS OFERTADOS Y ATENCIÓN A LA POBLACIÓN VÍCTIMA DEL CONFLICTO EN EL DEPARTAMENTO
VALOR CONTRATO	SEIS MILLONES SETECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE ($6.750.000)
PLAZO DE EJECUCION	Un (01) MES
FORMA DE PAGO	EL DEPARTAMENTO pagará al contratista el valor de ejecución del contrato así: Un (1) único pago correspondiente a al ejecución del contrato, previa certificación de Banner 720 x 90 pixeles en la parte superior derecha de la página de inicio del portal, con vínculo directo a la Pagina de Gobernación del Meta. https://meta.gov.co/,Transmisiones en vivo con cubrimiento en el departamento del Meta, a través de la red social de Facebook, cada una, con una duración de 10 minutos mínimo'. Emisión de cuñas digitales a través de la emisora online del mismo portal WEB, Publicaciones de carácter periodístico de boletines electrónicos, imágenes, videos o piezas comunicacionales con

	información de las acciones del gobierno departamental. A través de portal web y redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), Redacción y difusión de artículos con acciones del gobierno Departamental a través de su portal web y sus redes sociales, con contenido no inferior a 400 caracteres. certificación de cumplimiento expedido por el supervisor y acreditación de que se encuentra a paz y salvo le contratista con los aportes al Sistema Integral de Seguridad Social y demás requisitos que le sean aplicables. Parágrafo: Para el pago final se debe anexar, acreditación de pago de parafiscales, seguridad social del personal empleado para la ejecución del contrato, el respectivo informe final de actividades elaborado por el operador; y avalado por el supervisor del contrato; certificación justificada del cumplimiento de las obligaciones contractuales, laborales y de seguridad social en salud, pensiones y riesgos laborales del contratista firmado por el supervisor del contrato; acta de finalización y liquidación bilateral de contrato.
GARANTIAS REQUERIDAS	La administración departamental del Meta, teniendo en cuenta que la ley otorga la facultad al ejecutivo de exigir o no en la modalidad de mínima cuantía el otorgamiento de las pólizas de cumplimiento, opta por no exigir la constitución del cumplimiento, Art. 2.2.1.2.1.5.4 decreto 1082 de 2015.
EXPERIENCIA REQUERIDA	El oferente deberá acreditar la celebración de hasta un (1) contrato, cuyo objeto y obligaciones sean de características relacionadas con el objeto del presente proceso de selección pública y su valor sea igual o superior al 100 % del presupuesto oficial.
PROPONENTE ADJUDICATARIO	GUSTAVO ADOLFO RODRIGUEZ SALAZAR

ENTIDAD	**GOBERNACION DEL META**
NUMERO DE PROCESO	GCSJ-MC-101-2024
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
No. CONTRATO	2639 DE 2024
OBJETO:	PROMOVER LA DIVULGACIÓN DE AL GESTIÓN QUE REALIZA EL GOBIERNO DEL DEPARTAMENTO DEL META, ASI COMO MANTENER INFORMADA A LA COMUNIDAD A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACION DIGITAL, SOBRE LA RENDICIÓN DE CUENTAS QUE ARTICULA AL GOBIERNO DEPARTAMENTAL.
VALOR CONTRATO	SEIS MILLONES SETECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE ($6.750.000)
PLAZO DE EJECUCION	Un (01) MES
FORMA DE PAGO	EL DEPARTAMENTO pagará al contratista el valor de ejecución del contrato así: Un (1) único pago correspondiente a al ejecución del contrato, previa

	certificación de Banner 720 x 90 pixeles en la parte superior derecha de la página de inicio del portal, con vínculo directo a la Pagina de Gobernación del Meta. https://meta.gov.co/,Transmisiones en vivo con cubrimiento en el departamento del Meta, a través de la red social de Facebook, cada una, con una duración de 10 minutos mínimo'. Emisión de cuñas digitales a través de la emisora online del mismo portal WEB, Publicaciones de carácter periodístico de boletines electrónicos, imágenes, videos o piezas comunicacionales con información de las acciones del gobierno departamental. A través de portal web y redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), Redacción y difusión de artículos con acciones del gobierno Departamental a través de su portal web y sus redes sociales, con contenido no inferior a 400 caracteres. certificación de cumplimiento expedido por el supervisor y acreditación de que se encuentra a paz y salvo le contratista con los aportes al Sistema Integral de Seguridad Social y demás requisitos que le sean aplicables. Parágrafo: Para el pago final se debe anexar, acreditación de pago de parafiscales, seguridad social del personal empleado para la ejecución del contrato, el respectivo informe final de actividades elaborado por el operador; y avalado por el supervisor del contrato; certificación justificada del cumplimiento de las obligaciones contractuales, laborales y de seguridad social en salud, pensiones y riesgos laborales del contratista firmado por el supervisor del contrato; acta de finalización y liquidación bilateral de contrato.
GARANTIAS REQUERIDAS	La administración departamental del Meta, teniendo en cuenta que la ley otorga la facultad al ejecutivo de exigir o no en la modalidad de mínima cuantía el otorgamiento de las pólizas de cumplimiento, opta por no exigir la constitución del cumplimiento, Art. 2.2.1.2.1.5.4 decreto 1082 de 2015.
EXPERIENCIA REQUERIDA	El oferente deberá acreditar la celebración de hasta un (1) contrato, cuyo objeto y obligaciones sean de características relacionadas con el objeto del presente proceso de selección pública y su valor sea igual o superior al 100 % del presupuesto oficial.
PROPONENTE ADJUDICATARIO	JUAN FRANCISCO GUZMAN MARTINEZ

3 ESTUDIO DE LA OFERTA

El estudio de la oferta tiene como objetivo identificar las opciones de suministro para las categorías de compra definidas, y los posibles proveedores que puedan suministrar los bienes, obras o servicios que requieren para satisfacer su necesidad. Con esta información consolidada servirá para definir sus requisitos habilitantes en el Proceso de Contratación.

Se efectuó el análisis de la oferta con el fin de identificar los posibles oferentes, para la contratación del objeto contractual requerido PRESTACION DE SERVICIOS PARA LA DIVULGACION Y PROMOCION

DE LOS PROGRAMAS, PROYECTOS Y DEMAS TEMAS DE INTERES PUBLICO DE LA ALCALDIA DE VILLAVICENCIO, EN UNA PAGINA WEB Y EMISORA ON LINE, la secretaria invito a las siguientes tres (02) empresas prestadoras del objeto a contratar para identificar de la siguiente manera:

- CARLOS ALBERTO VELASQUEZ DIAZ - www.villavicenciodiadia.com
- JOSE MAURICIO SALINAS PULIDO - www.vilavoalreves.co

Se realizaron las invitaciones a cotizar de los cuales de 02 invitados se recibió la cotización de todos, se procedió a realizar el análisis del mercado para proceder con la respectiva comparación todo con el único fin de conocer cómo se encontraban los precios del mercado y poder determinar el promedio para la contratación.

Estudio de mercado que se anexara a la carpeta del proceso.

En este sentido para determinar el valor estimado del contrato se tendrá en cuenta el nivel de complejidad del objeto, las características técnicas exigidas, que cuenten con personal idóneo para presta el servicio y el termino de ejecución del mismo.

Para la fijación del monto a pagar, se tendrá como refieren ja varios aspectos tales como la carga tributaria del contrato y que en razón al tipo de contrato el contratista le corresponda asumir toda la carga económica por concepto del personal que este a carga para el buen desarrollo de la ejecución del contrato.

El municipio establece que lo más conveniente es pactar un valor de ONCE MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y CUATRO MIL PESOS MONEDA CORRIENTE ($11.994.000).

EL MUNICIPIO pagará al contratista del presente contrato Pagos Parciales según entregables previo informe de actividades y el ultimo pago se realizará con acta de terminación y liquidación.

- ¿A quién se va a comprar?

En este punto la entidad analizará entre otras razones quien puede comercializar el bien y/o servicio.
Precisado lo anterior la entidad procede a dejar constancia que el objeto de la presente contratación puede ser comercializado por:

a. Persona Natural: Las personas Naturales que su actividad comercial corresponde a la realización de actividades iguales o similares a la del objeto contractual.

b. Persona jurídica: La persona jurídica deberá tener dentro de su objeto social la realización de actividades iguales o similares a la del objeto contractual. Capacidad legal y operativa para realizar las actividades a que se refieren las especificaciones del contrato a celebrar.

c. ¿El BIEN Y/O SERVICIO corresponde a aquellos cuya comercialización es regulada? N.A

d. Los proveedores deben contar algún tipo de licencia o autorización para comercializar tal BIEN Y/O SERVICIO? N.A.

4 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado permite comprender la dinámica de los precios y establecer el presupuesto oficial de la contratación. Este comprende la realización de un análisis de los diferentes precios de los bienes o servicios a contratar que se registran en el mercado, los Cuales pueden consultarse a través de mecanismos como la solicitud de cotizaciones, la consulta de bases de datos especializadas y el análisis de precios históricos.

Para la elaboración del estudio de precios de mercado, la Secretario De Las Tecnologías De La Información Y Comunicaciones – TIC, realizó el siguiente mecanismo:

1. **Revisión de precios por solicitud de cotizaciones:** Se requirió a los potenciales proveedores de los bienes o servicios para que remitan la información necesaria para determinar, entre otros aspectos, el valor del servicio o del bien correspondiente.

   Se obtuvo un total de 2 cotizaciones, a continuación, se resume las respuestas de los proveedores:

Ítem	Proveedor	Mostro interés, pero no cotizó	Cotizó
1	CARLOS ALBERTO VELASQUEZ DIAZ - www.villavicenciodiadia.com	N/A	SI
2	JOSE MAURICIO SALINAS PULIDO - www.vilavoalreves.co	N/A	SI

Las cotizaciones recibidas se consolidan en el anexo CONSOLIDADO ESTUDIO DE MERCADO donde se determinó utilizar el menor precio apoyado por un equipo técnico de la Secretaria y se resumen a continuación:

DESCRIPCION				CARLOS ALBERTO VELASQUEZ DIAZ www.villavicenciodiadia.com	JOSE MAURICIO SALINAS PULIDO www.vilavoalreves.co	VL/UNITARIO PROMEDIO DEL MERCADO	VALOR TOTAL PROMEDIO DEL MERCADO
ÍTEM	DETALLE	UND DE MEDIDA	CANT				
1	Emisión de cuñas de lunes a viernes en la programación habitual a través de emisora online.	UNIDAD	1	$ 15.000	$ 13.000	$ 14.000	$ 14.000
2	Trasmisiones en tiempo real de eventos, ruedas de prensa o actividades que requiera la administración municipal a través de una página web y plataforma Facebook	UNIDAD	1	$ 330.000	$ 322.000	$ 326.000	$326.000

	Live.						
3	Creación de contenidos como nota periodística sobre temas alusivos al desarrollo de las actividades institucionales realizadas por la administración de Villavicencio.	UNIDAD	1	$ 462.000	$ 442.000	$ 452.000	$452.000
4	Publicación de carácter periodístico de boletines electrónicos, imágenes, videos o piezas comunicacionales con información institucional de la Alcaldía de Villavicencio. A través de portal web y redes sociales (Facebook, Twitter, Tik - Tok,Youtube e Instagram).	UNIDAD	1	$ 35.000	$ 25.000	$ 30.000	$ 30.000
5	Publicar durante un mes un (1) banner de 300 x 250 pixeles en la parte superior de inicio de sitio web con informacion institucional y con vínculo directo a la página www.villavicencio.gov.co	UNIDAD	1	$ 430.000	$ 390.000	$ 410.000	$ 410.000
6	Publicar durante un mes (1) banner de 920 x 70 pixeles en la cabecera central de inicio del sitio web con informacion institucional y con vinculo directo a la pagina www.villavicencio.gov.co	UNIDAD	1	$ 632.000	$ 688.000	$ 660.000	$660.000
8	Publicar durante un mes un (1) banner roba - páginas de 720 x 70 pixeles en el interior de cada publicación del sitio web, con información institucional del Municipio de Villavicencio. El banner deberá ser publicado después del primer o segundo párrafo de cada nota publicada.	UNIDAD	1	$ 776.000	$ 860.000	$ 818.000	$818.000

9	Publicar durante un mes una (1) ventana emergente en la pagina web con informacion institucional del Municipio de Villavicencio, que aparezca de forma repentina en el navegador.	UNIDAD	1	$ 780.000	$ 710.000	$ 745.000	$745.000

Para estos efectos, se sugiere incluir en la comunicación toda aquella información pertinente del contrato a ejecutar que permita a los potenciales proveedores estructurar una cotización integral y ajustada a las necesidades de la Entidad, como, por ejemplo: especificaciones técnicas del bien o servicio a contratar, plazo del contrato, así como toda aquella información relevante que incida en el precio del bien o servicio.

Al recibir las cotizaciones, debe verificarse la ocurrencia de circunstancias que eventualmente pueden distorsionar los precios del mercado, como ofertas especiales de almacenes de cadenas, fenómenos de escasez o abundancia del producto, entre otros aspectos.

5 IDENTIFICACIÓN DE MIPYMES, EMPRENDIMIENTOS DE MUJERES Y EMPRESAS DE MUJERES EN EL SECTOR.

En cumplimiento del Decreto de 1860 de 2021, por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia y con el fin de promover el acceso de las MIPYMES al mercado de compras públicas, se identificó algunas de las MIPYMES, emprendimientos y empresas de mujeres que podrían ser potenciales proveedores de los bienes o servicios a adquirir en el presente proceso de selección, información que fue obtenida de la siguiente fuente: Cámara de comercio de Villavicencio y se relacione en la siguiente tabla:

ITEM	RAZON SOCIAL	NIT	CIUDAD	ACTIVIDAD
1	BETANCOURT DURAN FERNANDO	1121817067-0	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
2	NUESTRA MARCA SAS	900521496-1	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
3	FIGUEREDO HERNANDEZ JOSE LUIS	1018435862-6	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
4	DISEÑANDO ESPACIOS CONSTRUYENDO SUEÑOS S.A.S.	900751103-7	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
5	SAAVEDRA MARTINEZ CRISTHIAN DAVID	1121883017-3	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
6	VELANDIA RENDON DIANA PAOLA	40333824-7	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
7	ESCOBAR DIAZ YULY PAOLA	1123058390-5	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB

8	RONDON RAMIREZ FANNY	40395234-7	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
9	PEDRO LUIS COY VELASQUEZ	86078270-0	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
10	RODRIGUEZ GALEANO JOSE LUIS	1121860083-0	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
11	PORRAS FLOREZ JEFERSON JACOBO	1121901236-8	Villavicencio	M7310 PUBLICIDAD
12	VALDERRAMA RODRIGUEZ JASSET ALEXANDER	1016012968-5	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
13	SYSTEM DIGITAL GOLD S.A.S	901326391-3	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
14	NUNPAQUE BARAJAS MIYER AMILKAR	1121902819-6	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
15	SARAY MORENO BRAYAN ESNEIDER	1121926544-1	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
16	CARLOS ALBERTO VELASQUEZ DIAZ	86076976-2	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
17	SALINAS PULIDO JOSE MAURICIO	1121906731-5	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
18	LIZETH BETANCOURT AVILA	1121954466-2	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
19	MORENO ARIZA SEBASTIAN	1121938483-0	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB
20	VELANDIA PEREZ JEYSON EDWARD	1121880794-4	Villavicencio	J6312 ** PORTALES WEB

Firma_____

JUAN CARLOS AGUILAR VASQUEZ
SECRETARIO DE LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACIONES – TIC

Proyectó: JULIÁN ANDRÉS MARTÍNEZ MOLANO - CTO 302 DE 2025 - Abogado Externo Contratista