ANÁLISIS DEL SECTOR	
OBJETO A CONTRATAR:	ADQUISICION DE ELEMENTOS PARA LA EJECUCION DE LA ESTRATEGIA DE PREVENCION Y DISMINUCION DE LA VIOLENCIA INTRAFAMILIAR EN EL MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO
PRESUPUESTO OFICIAL:	$29.469.600
PLAZO:	Treinta (30) días
CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO Y EL SECTOR AL CUAL PERTENECEN	82101501 publicidad en vallas 82101502 publicidad en afiches 14111512 papel para gráficos 14111514 blocs o cuadernos papel 60121015 adhesivos decorativos en vinilo 41122703 cintas de seguridad 56101544 espejos 55121714 pendones 82101603 publicidad en internet 53103100 abrigos y chaquetas
CLASE DE CONTRATO A CELEBRAR	COMPRAVENTA

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

1.1 Contexto Económico

1. Productos incluidos dentro del sector:

La actividad económica está dividida en sectores económicos. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos.

División según la economía clásica: según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

Sector primario o sector agropecuario.
Sector secundario o sector Industrial.
Sector terciario o sector de servicios.
Sector Cuaternario o de información
Sector Quinario

La necesidad del bien o servicio a contratar con base en el presente análisis se encuentra dentro del **SECTOR TERCIARIO O SECTOR DE SERVICIOS** en el subsector de comercio, para lo cual se desarrollará el respectivo estudio del sector teniendo como base los lineamientos de la *Guía para la Elaboración de Estudios de Sector* expedido por la Agencia Nacional de Contratación Pública (Colombia Compra Eficiente).

Bienes incluidos en el sector

El sector servicios o sector terciario es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales. Generan servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de cualquier población en el mundo.

Incluye subsectores como comercio, comunicaciones, centro de llamadas, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), entre otros.

Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de los otros sectores (sector primario y sector secundario). Aunque se le considera un sector de la producción, propiamente su papel principal se encuentra en los dos pasos siguientes de la actividad económica: la distribución y el consumo.

El predominio del sector terciario frente a los otros dos en las economías más desarrolladas permite hablar del proceso de tercerización.

El sector de servicios se compone de áreas de la economía tales como:

1. Comercio (mayorista, minorista, franquicias)
2. Actividades financieras (banca, seguros, bolsa y otros mercados de valores)
3. Servicios personales, los más importantes de los cuales son los que se identifican con el estado de bienestar (especialmente educación, sanidad y atención a la dependencia -servicios públicos, se presten por el Estado o por la iniciativa privada), pero también otros (como las peluquerías)
4. Servicios a empresas de cualquier sector, como la gestión y administración de empresas (incluyendo el nivel ejecutivo), la publicidad y las consultorías y asesoramientos económico, jurídico, tecnológico, de inversiones, etc.

5. Función pública, administración pública, actividades de representación política y de servicios a la comunidad, como las actividades en torno a la seguridad y defensa (ejército, policía, protección civil, bomberos, etc.) y las actividades en torno a la justicia (jueces, abogados, notarios, etc.)
6. Hotelería y las actividades en torno al turismo
7. Las actividades en torno al ocio, la cultura, el deporte y los espectáculos, que incluyen las llamadas industrias audiovisuales o de imagen y sonido (industria musical, cinematográfica y similares, como los videojuegos); la industria editorial se incluye, con las artes gráficas, entre los sectores industriales (es decir, en el sector secundario)
8. Transporte y comunicación (según se trasladen mercancías o información)
9. Medios de comunicación, especialmente los medios de comunicación de masas o sociales (periodismo escrito -prensa-, radio y televisión)
10. Telecomunicaciones, especialmente los medios personales (telefonía)
11. Otras aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente la informática e Internet

En 2025, el comercio de elementos de publicidad impresos en Colombia se caracteriza por la innovación en la impresión digital para personalizar mensajes, el aumento del uso de materiales sostenibles, la creación de experiencias visuales en 3D, la integración de códigos QR y otras tecnologías para conectar lo físico con lo digital, y la creciente importancia de la impresión de gran formato para señalización y exhibiciones.

En un mundo cada vez más digitalizado, muchas empresas han centrado sus esfuerzos de marketing en plataformas en línea. Sin embargo, los **materiales impresos** siguen desempeñando un papel fundamental en las campañas publicitarias exitosas. Los folletos, catálogos y carteles impresos mediante técnicas tradicionales como la **impresión offset** continúan siendo herramientas altamente efectivas para captar la atención, comunicar información y fortalecer la identidad de marca. La **impresión offset** es una de las tecnologías más utilizadas en la industria gráfica gracias a su calidad superior, coste unitario reducido en grandes tiradas y versatilidad para una amplia variedad de aplicaciones publicitarias.

Aunque los medios digitales dominan en términos de alcance y velocidad, los materiales impresos ofrecen un nivel de **interacción física y credibilidad** que muchas veces no puede ser igualado por los formatos digitales. El contacto directo con un folleto bien diseñado o un catálogo de productos permite al consumidor detenerse, hojear y prestar mayor atención al contenido. Además, los estudios demuestran que el material impreso tiene un **mayor índice de retención en la memoria del consumidor**.
Al tratarse de un objeto tangible, es más probable que el cliente lo conserve por más tiempo, lo que aumenta las posibilidades de conversión

Los **folletos** son uno de los formatos más versátiles y económicos dentro de la impresión publicitaria. Su diseño compacto permite presentar información clave sobre productos, servicios o eventos de manera clara y visualmente atractiva. Son ideales para distribuir en puntos de venta, ferias comerciales, campañas puerta a puerta o incluso dentro de paquetes de productos.Con la impresión offset, es posible producir grandes cantidades de folletos a bajo costo, manteniendo una calidad de imagen excelente y una reproducción precisa de los colores corporativos.

La flexibilidad de este sistema permite adaptarse a distintos formatos (trípticos, dípticos, plegados especiales) y papeles, desde económicos hasta papeles con acabados premium que realzan la imagen de marca. El **catálogo impreso** es una herramienta poderosa para empresas que desean presentar una línea completa de productos o servicios. A diferencia de los sitios web, que pueden resultar abrumadores o estar sujetos a problemas de navegación, un catálogo permite al lector explorar la oferta a su propio ritmo y en cualquier lugar, sin depender de una conexión a internet. La impresión offset permite una reproducción de imágenes nítida y colores vivos, lo cual es esencial para los catálogos que suelen incluir fotografías detalladas de productos.

Además, este sistema asegura la uniformidad en toda la tirada, lo que es especialmente importante para mantener la coherencia de marca.

Los catálogos también se utilizan como complemento de campañas digitales, sirviendo como un recordatorio físico de la marca o como una guía de compras que el consumidor puede consultar repetidamente. Los **carteles publicitarios** son elementos clave en campañas que requieren **alta visibilidad e impacto visual inmediato**. Ya sea para anunciar un evento, un lanzamiento de producto o una oferta promocional, los carteles deben captar la atención de forma instantánea. La impresión offset, especialmente en su variante de gran formato, permite imprimir carteles de alta resolución con excelente fidelidad de color y durabilidad. Este tipo de impresión es ideal para tiradas medianas o grandes, en las que se busca mantener un coste eficiente sin comprometer la calidad. Además, los carteles se pueden colocar en puntos estratégicos como escaparates, estaciones, centros comerciales y calles transitadas, lo que amplifica el alcance de la campaña y refuerza el reconocimiento de marca. Los materiales impresos no deben verse como una competencia de lo digital, sino como un **complemento estratégico**. **Muchas campañas exitosas integran ambas plataformas para lograr un mayor impacto**: por ejemplo, se puede dirigir al lector de un folleto a un sitio web mediante un código QR o promocionar en redes sociales la descarga de un catálogo digital que también ha sido enviado impreso por correo. El uso combinado de medios digitales e impresos mejora la experiencia del cliente y aumenta las tasas de respuesta. La impresión offset, por su parte, garantiza que el mensaje llegue con la mayor calidad posible cuando se trata de formatos físicos. A pesar del auge del marketing digital, los materiales impresos como folletos, catálogos y carteles siguen siendo fundamentales en el ámbito publicitario. La impresión offset proporciona la calidad, la eficiencia y la versatilidad necesarias para que estos elementos sigan siendo relevantes y efectivos en campañas actuales. Una estrategia de marketing bien equilibrada debe considerar la inclusión de estos materiales, no solo por su valor tangible, sino por su capacidad para generar confianza, destacar frente a la competencia y conectar de forma directa con el público objetivo. En definitiva, la impresión offset sigue siendo un aliado indispensable para cualquier marca que quiera **comunicar con impacto y calidad** en un entorno publicitario cada vez más competitivo.

En un entorno publicitario saturado de estímulos digitales, los materiales impresos conservan su poder diferenciador.

Ya sea a través de un folleto bien diseñado, un catálogo elegante o un cartel impactante, la impresión offset permite a las marcas transmitir calidad, confianza y profesionalismo. Apostar por esta tecnología es invertir en resultados tangibles, memorables y efectivos.

Gracias a su capacidad para ofrecer calidad superior, consistencia en cada copia y una excelente relación costo-beneficio en grandes volúmenes, la impresión offset se mantiene como una pieza clave en las estrategias de publicidad y marketing modernas.

2. Agentes que componen el sector

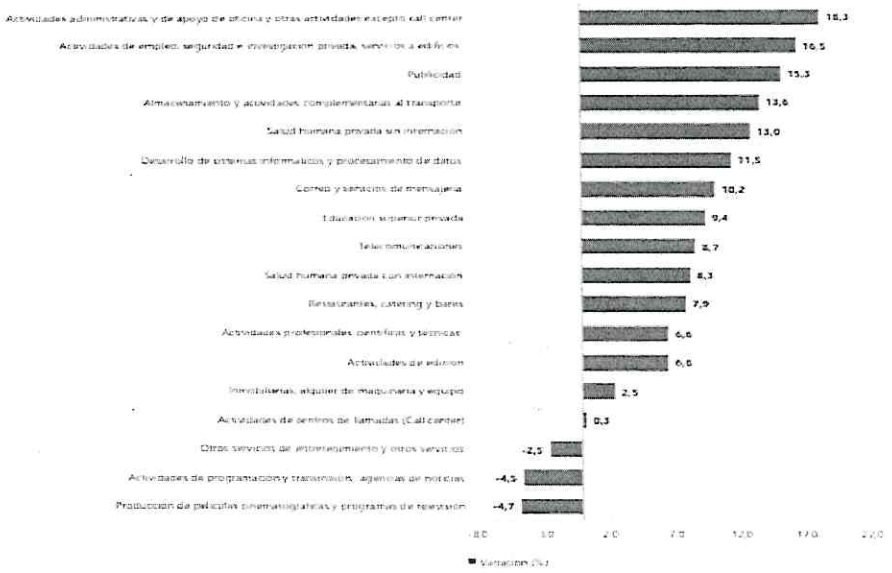
El sector de publicidad impresa en Colombia incluye empresas de marketing y agencias de publicidad que ofrecen servicios como el diseño y la creación de contenidos, la gestión de campañas, y la venta de espacios publicitarios en medios como periódicos y revistas. Agencias de publicidad, especialistas en marketing, agencias digitales y creativas, vendedores de espacios publicitarios.

3. Gremios y Asociaciones que participan en el sector.

En Colombia, los gremios y asociaciones relevantes para la publicidad impresa incluyen la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias UCEP (UCEP), la Asociación Nacional de Anunciantes Colombia (ANDA), la Unión Nacional de empresas de Marketing Estratégico y Comunicaciones (Unemec), y la ADGORA Asociación Colombiana de la Industria Publicitaria. También participan asociaciones más amplias como la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) y la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), que incluyen empresas del sector de la publicidad y el comercio en sus afiliados.

4. Variables económicas que pueden afectar el abastecimiento o los precios en el sector como inflación, variación del SMMLV, IPC, PIB.

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios
Total nacional
Julio 2025[p] / julio 2024



Fuente: DANE, EMS

Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (julio 2025p / julio 2024)

En julio de 2025, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con julio de 2024. Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios Total nacional Julio 2025p / julio 2024

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Total nacional
Julio 2025p / julio 2024

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	13,6	13,2	-0,1	0,6
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	10,2	10,3	0,0	-0,1
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	7,9	7,7	0,2	0,0
J	División 58	Actividades de edición	6,6	6,5	-1,5	1,3
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	-4,7	-8,6	1,9	2,0
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-4,5	-5,3	0,1	0,8
J	División 61	Telecomunicaciones	8,7	3,9	4,6	0,1
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	11,5	10,9	0,6	0,0
L/N	Sección L, División 68, Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	2,5	3,9	-1,2	-0,2
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	6,6	6,5	0,2	0,0
M	Clase 7310	Publicidad	15,3	15,6	-0,1	-0,2
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	16,5	16,4	0,1	0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	0,3	0,2	0,0	0,1
N	División 82, excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	18,3	18,2	0,0	0,1
P	Grupo 854	Educación superior privada	9,4	8,5	-0,1	1,1
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	8,3	8,3	0,0	-0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	13,0	12,4	0,6	0,0
R	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	2,5	0,5	0,1	2,1

Fuente: DANE, EMS.

Variación anual del personal ocupado total y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (julio 2025p / julio 2024)

En julio de 2025, tres de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con julio de 2024.

Tabla 2. Variación anual del personal ocupado total y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios Total nacional Julio 2025p / julio 2024

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

Fuente: DANE, EMS.

Publicidad

Variación anual: julio 2025p / julio 2024

En julio de 2025, los servicios de publicidad registraron un crecimiento de 15,3% en los ingresos nominales, el personal ocupado total presentó una disminución de 0,1% y los salarios registraron un aumento de 9,6%, en comparación con julio de 2024.

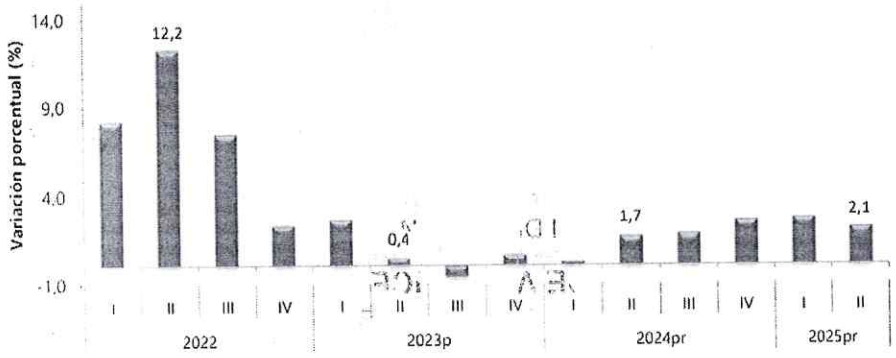
Tabla 8. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación
Publicidad
Total nacional
Julio 2025[p]

Índice (ene 2022-jul 2025)	Variable	Variación anual (%)	Contribución a la variación anual (PP)
Ingresos totales nominales	**Ingresos totales nominales**	**15,3**	
	Ingresos por servicios prestados	15,7	15,6
	Ingresos por venta de mercancías	-24,6	-0,1
	Otros ingresos operacionales	-37,9	-0,2
Personal ocupado total*	**Personal ocupado total***	**-0,1**	
	Permanente	2,0	0,7
	Temporal directo	-0,9	-0,6
	Agencias	-13,7	-0,3
Salarios personal ocupado sin agencias	**Salarios personal ocupado sin agencias**	**9,6**	
	Salarios personal permanente	4,8	4,4
	Salarios temporal directo	15,7	5,2

Fuente: DANE, EMS

PIB

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2022-I / 2025[pr]-II



Fuente: DANE, PIB T
Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
[p]preliminar
[pr]provisional

PIB desde el enfoque de la producción

En el segundo trimestre de 2025pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,1% respecto al mismo periodo de 2024pr (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 5,6% (contribuye 1,1 puntos porcentuales a la variación anual).

• Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 3,8% (contribuye 0,4 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 1,8% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

Durante el primer semestre de 2025pr , respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 2,4%. 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 4,8% (contribuye 1,0 puntos porcentuales a la variación anual).

• Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 5,3% (contribuye 0,5 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 11,4% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).

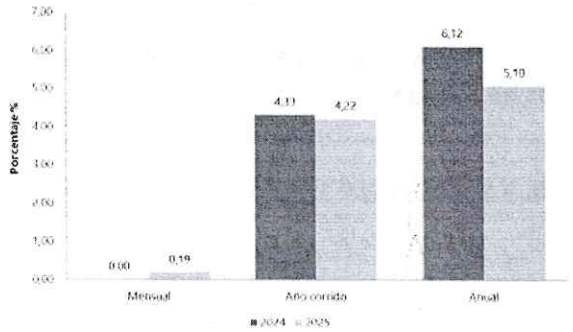
Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,5%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

• Información y comunicaciones crece 2,3%.

• Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 1,5%. • Industrias manufactureras crece 1,0%.

IPC

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Agosto 2024 - 2025



Fuente: DANE, IPC.

Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases

Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En el mes de agosto de 2025, el IPC registró una variación de 0,19% en comparación con julio de 2025, cinco divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,19%): Bebidas alcohólicas y tabaco (0,59%), Restaurantes y hoteles (0,49%), Salud (0,46%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,45%) y por último, Bienes y servicios diversos (0,44%). Por debajo se ubicaron: Educación (0,13%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,06%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,05%), Prendas de vestir y calzado (-0,02%), Transporte (-0,03%), Información y comunicación (-0,15%) y por último, Recreación y cultura (-0,30%).

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Agosto 2024 - 2025

		2024		2025	
División de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Bebidas alcohólicas y tabaco	1.70	0.22	0.00	0.59	0.01
Restaurantes y hoteles	9.43	0.31	0.03	0.40	0.04
Salud	1.71	0.17	0.00	0.46	0.01
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15.05	-0.68	-0.13	0.40	0.07
Bienes y servicios diversos	5.36	0.00	0.00	0.44	0.02
TOTAL	100,00	0.00	0.00	0.19	0.19
Educación	4.41	-0.10	-0.01	0.13	0.01
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33.12	0.30	0.09	0.06	0.02
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4.19	0.02	0.00	0.05	0.00
Prendas de vestir y calzado	3.98	0.00	0.00	-0.02	0.00
Transporte	12.93	0.13	0.02	-0.03	0.00
Información y comunicación	4.33	-0.40	-0.01	-0.15	0.00
Recreación y cultura	3.79	-0.22	-0.01	-0.30	0.01

Fuente: DANE, IPC
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

1.2 Contexto Técnico:

Para la ejecución del presente contrato, el contratista deberá disponer de todos los recursos físicos, humanos, técnicos, materia prima y servicios logísticos de producción, comercialización y entrega necesarios para el cumplimiento integral del objeto contractual. El contratista deberá garantizar el cumplimiento de las especificaciones de los bienes a suministrar en calidad del bien y oportunidad de entrega de los mismos, así como de la prestación del servicio.

De tal manera que, de acuerdo a la necesidad presentada, la entidad requiere los bienes y servicios del presente proceso bajo las siguientes condiciones técnicas:

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANT
1	Lona Valla Informativa: Impresión digital sobre banner 13 onz. Medidas: 7,75 m x 3,75 m. Diseño e instalación en sitio propiedad de la Alcaldía dentro del área urbano del municipio de Villavicencio que será designado por el supervisor del contrato	UN	1
2	Plegable informativo de 16 x 16 cerrado impresos en propalcote de 150 gramos a 4 tintas, plegados	UN	2000
3	Plantilla de pintura para niños impresa en bond de 90 gr a una tinta	UN	2000
4	Agenda tamaño 17 x 24 cms. TAPA DURA en cartón de 1.5 mm forrado en papel esmaltado de 150 grs. Impreso a color. Laminada en mate. GUARDAS impresas a color en papel esmaltado de 200 grs. 100 hojas internas impresas	UN	200

	a 1 x 1 tinta en papel bond de 75 grs. 2 separadores impresos a 4 x 4 tintas en propalcote de 150 grs. ANILLADO METALICO DOBLE OO.		
5	Sticker troquelado y plastificado de 17 x 12 con información de la estrategia familias seguras.	UN	2000
6	MANILLA silicona cerrada Elástica 12 x 190 x 2 mm Bajo relieve base + 1 color relleno	UN	2000
7	Espejos de 6x6 con impresión en tampografía con el nombre alusivo a la campaña	UN	1000
8	Pendones informativos de 1x2 mtros impresos en banner 13 onzas a full color, con base estructura en roll up.	UN	6
9	Piezas grafica en formato 1080x1080 pixeles y 1080 x 1920 para redes sociales en resolución hd para complementar la estrategia de manera digital	UN	30
10	Chaleco en drill twill forrado en malla 4 bolsillos tipo periodista bordado en lado izquierdo y parte de atrás	UN	20
11	Lona Valla Informativa: Impresión digital sobre banner 13 onz. Medidas: 5,75 m x 3,75 m. Diseño e instalación en sitio propiedad de la Alcaldía dentro del área urbano del municipio de Villavicencio que será designado por el supervisor del contrato	UN	1

1.3 Contexto Regulatorio:

El presente proceso contractual se enmarca dentro del nivel jurídico aplicable a la contratación estatal en Colombia:

Artículo 209 de la Constitución Política que consagra los principios de la función administrativa, entre ellos los de la legalidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, principios que rigen la actuación contractual de las entidades públicas.

Ley 80 de 1993, Estatuto general de contratación de la Administración Pública, que establece las reglas y principios que orientan la contratación estatal.

Ley 1150 de 2007 Por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con Recursos Públicos.

Ley 1474 de 2011 *Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.*

Decreto 1082 de 2015 *"Por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector Administrativo de Planeación Nacional"*
Ley 2069 de 2020 por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia

Decreto reglamentario 1860 de 2021 Por el cual se modifica y adiciona el Decreto **1082** de 2015, Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional, con el fin reglamentar los artículos **30**, **31**, **32**, **34** y **35** de la Ley 2069 de 2020, en lo relativo al sistema de compras públicas y se dictan otras disposiciones.

Resolución No. 1000-67.20103 de 2004 del Municipio de Villavicencio "Por la cual se fijan las cuantias en contratación de bienes, servicios y obras del Municipio de Villavicencio"

De acuerdo a lo anterior y al estudio de mercado realizado previamente por el municipio de Villavicencio-Meta se determinó que el valor estimado del contrato corresponde a VEINTINUEVE MILLONES CUATROCIENTOS SESENTA Y NUEVE MIL SEISCIENTOS PESOS MCTE ($29.469.600), el cual no supera el umbral de mínima cuantía definido por la entidad para la vigencia 2025. Por tanto, se adelantará un proceso de selección mediante la modalidad de MINIMA CUANTIA, en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 2.2.1.2.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015, modificado por el decreto 1860 de 2021.

El municipio de Villavicencio – Meta en concordancia con los principios de publicidad y transparencia, formulará la correspondiente invitación pública a presentar ofertas a través del portal de Colombia compra eficiente, conforme a los lineamientos establecidos en la normatividad aplicable.

2. ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.1 Comportamiento Histórico de contratación

De acuerdo con la evolución histórica de ese tipo de contratación en el municipio de Villavicencio, se analizó el comportamiento de sus adquisiciones anteriores del bien o servicio y modalidades similares, teniendo en cuenta:

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 y modalidad de contratación:

ENTIDAD	**ALCALDIA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO**
NUMERO DE PROCESO	SMC-125-2025
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	119-2025
OBJETO:	ADQUISICION DE INSUMOS Y ELEMENTOS NECESARIOS PARA LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES DE PREVENCIÓN, PROTECCIÓN Y CONTROL DE VECTORES, REQUERIDOS POR LA SECRETARÍA DE SALUD DEL MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO
VALOR CONTRATO	$ 110.000.000 COP
PLAZO DE EJECUCION	Cuarenta y cinco (05) días
FORMA DE PAGO	El municipio pagará al CONTRATISTA el presente contrato así: UN (01) UNICO PAGO correspondiente al 100% previa presentación de los siguientes documentos: informe del contratista en donde acredite el cumplimiento de las obligaciones con sus respectivos soportes, cuenta de cobro, factura o documento equivalente informe del supervisor de cumplimiento a cabalidad de las obligaciones a cargo del contratista, acta de terminación y liquidación.

GARANTIAS REQUERIDAS	El contratista deberá constituir a favor del municipio de Villavicencio las garantías dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la firma del contrato, debe cargar en la plataforma SECOP debidamente firmadas, la Garantía Única de cumplimiento de las siguientes obligaciones contractuales y las demás que se exijan, las cuales deberá consistir en una póliza de seguros que ampare los siguientes riegos: a) **CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.** El amparo de cumplimiento del contrato cubrirá al Municipio de los perjuicios directos derivados del incumplimiento total o parcial de las obligaciones nacidas del contrato, así como ce su cumplimiento tardío o de su cumplimiento defectuoso, cuando ellos son imputables al contratista garantizado. Además de esos riesgos, este amparo comprenderá siempre el pago del valor de las multas y de la cláusula penal pecuniaria que se hayan pactado en el contrato garantizado. En ese orden para la presente contratación el MUNICIPIO exige que el precitado amparo se constituya por un valor equivalente al VEINTE POR CIENTO (20%) DEL VALOR DEL MISMO, y por término igual al plazo de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más. Al monto de esta garantía se imputará el valor de las multas y la cláusula penal, y se repondrá si por este motivo se disminuyere o agotare. b) **CALIDAD Y CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LOS BIENES Y EQUIPOS SUMINISTRADOS.** El amparo de calidad y correcto funcionamiento de los bienes y equipos suministrados cubrirá a la entidad estatal contratante de los perjuicios imputables al contratista garantizado, (i) derivados de la mala calidad o deficiencias técnicas de los bienes o equipos por él suministrados, de acuerdo con las especificaciones técnicas establecidas en el contrato, o (ii) por el incumplimiento de los parámetros o normas técnicas establecidas para el respectivo bien o equipo. En ese orden para la presente contratación el MUNICIPIO exige que el precitado amparo se constituya por un valor equivalente al DIEZ POR CIENTO (10%) DEL VALOR DEL MISMO, y por término igual al plazo de ejecución del contrato y un año más.
EXPERIENCIA REQUERIDA	El proponente deberá acreditar la ejecución de un (01) contrato con entidad Pública y/o privada el cual debe estar liquidado o terminado cuando no aplique liquidación, cuyo objeto sea igual o similar al de la presente contratación y que su valor sea igual o superior al 100% del presente proceso expresado en SMMLV. Si la experiencia es con entidad pública deberá adjuntar COPIA DEL CONTRATO Y LIQUIDACIÓN o (COPIA DEL CONTRATO Y TERMINACIÓN cuando no aplique la liquidación o COPIA DEL CONTRATO Y CERTIFICACIÓN cuando no aplique la terminación o liquidación), si es con entidad privada adjuntará COPIA DEL CONTRATO Y CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO O FACTURA; en donde se podrá verificar lo siguiente: Número y fecha del contrato Nombre de la entidad contratista Nombre del contratante

	Objeto del contrato Valor del contrato Fecha de inicio Fecha de terminación En caso de propuestas presentadas en consorcio o uniones temporales, bastará con que uno de sus integrantes acredite el presente requisito. Cuando se certifiquen contratos ejecutados realizados bajo la modalidad de consorcio o de unión temporal, EL MUNICIPIO tomará para la evaluación la experiencia, el porcentaje de participación del miembro, en la ejecución del contrato certificado. Por lo anterior, el proponerte deberá presentar el documento que acredite la conformación del consorcio o de la unión temporal, con el fin de determinar el porcentaje de participación del miembro en el contrato, para la evaluación de la experiencia en valor o cuantía, esta será tomada de acuerdo con el porcentaje de participación.
PROPONENTE ADJUDICATARIO	INVERSIONES ASDISAN S.A.S

ENTIDAD	**ALCALDIA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO**
NUMERO DE PROCESO	SMC-085-2025
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	2149 de 2025
OBJETO:	ADQUISICIÓN DE ELEMENTOS PARA EL CORRECTO DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES Y EL SERVICIO DE EXTENSIÓN AGROPECUARIA INTEGRAL DEL SECTOR RURAL DEL MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO
VALOR CONTRATO	102.120.650 COP
PLAZO DE EJECUCION	Diez (10) días
FORMA DE PAGO	El municipio pagará al Contratista el presente contrato así: En un (01) UNICO PAGO, según los bienes y servicios entregados; previa presentación de los siguientes documentos: informe del contratista en donde acredite el cumplimiento de las obligaciones con sus respectivos soportes, cuenta de cobro, factura o documento equivalente, informe del supervisor de cumplimiento a cabalidad de las obligaciones a cargo del contratista, acta de terminación y liquidación.
GARANTIAS REQUERIDAS	El contratista deberá constituir a favor del municipio de Villavicencio las garantías dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la firma del contrato, debe cargar en la plataforma SECOP debidamente firmadas, la Garantía Única de cumplimiento de las siguientes obligaciones contractuales y las demás que se exijan, las cuales deberá consistir en una póliza de seguros que ampare los siguientes riegos: a) CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO. El amparo de cumplimiento del contrato cubrirá al Municipio de los perjuicios directos derivados del incumplimiento total o parcial de las obligaciones nacidas del contrato, así

como ce su cumplimiento tardío o de su cumplimiento defectuoso, cuando ellos son imputables al contratista garantizado. Además de esos riesgos, este amparo comprenderá siempre el pago del valor de las multas y de la cláusula penal pecuniaria que se hayan pactado en el contrato garantizado. En ese orden para la presente contratación el MUNICIPIO exige que el precitado amparo se constituya por un valor equivalente al VEINTE POR CIENTO (20%) DEL VALOR DEL MISMO, y por término igual al plazo de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más. Al monto de esta garantía se imputará el valor de las multas y la cláusula penal, y se repondrá si por este motivo se disminuyere o agotare.

b) **CALIDAD Y CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LOS BIENES Y EQUIPOS SUMINISTRADOS.** El amparo de calidad y correcto funcionamiento de los bienes y equipos suministrados cubrirá a la entidad estatal contratante de los perjuicios imputables al contratista garantizado, (i) derivados de la mala calidad o deficiencias técnicas de los bienes o equipos por él suministrados, de acuerdo con las especificaciones técnicas establecidas en el contrato, o (ii) por el incumplimiento de los parámetros o normas técnicas establecidas para el respectivo bien o equipo. En ese orden para la presente contratación el MUNICIPIO exige que el precitado amparo se constituya por un valor equivalente al DIEZ POR CIENTO (10%) DEL VALOR DEL MISMO, y por término igual al plazo de ejecución del contrato y un año más.

c) **CALIDAD DEL SERVICIO.** El amparo de calidad y correcto funcionamiento de los bienes y equipos suministrados cubrirá al Municipio de los perjuicios imputables al contratista garantizado, (i)derivados de la mala calidad o deficiencias técnicas de los bienes o equipos por él suministrados, de acuerdo con las especificaciones técnicas establecidas en el contrato, o (i) por el incumplimiento de los parámetros o normas técnicas establecidas para el respectivo bien o equipo. En ese orden para la presente contratación el MUNICIPIO exige que el precitado amparo se constituya por un valor equivalente al VEINTE POR CIENTO (20%) DEL VALOR DEL MISMO, y por término igual al plazo de ejecución del contrato y un año más. Al monto de esta garantía se imputará el valor de las multas y la cláusula penal, y se repondrá si por este motivo se disminuyere o agotare.

d) **RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL**. La vigencia de esta garantía debe ser igual al periodo de ejecución del contrato. El valor asegurado en las pólizas que amparan la responsabilidad extracontractual que se pudiera llegar a atribuir a la administración con ocasión de las actuaciones, hechos u omisiones de sus contratistas o subcontratistas, en ese orden para la presente contratación el MUNICIPIO exige que el precitado amparo se constituya bajo las siguientes condiciones de suficiencia: Dos cientos (200) SMMLV para contratos cuyo valor sea inferior o igual a mil quinientos (1.500) SMMLV

EXPERIENCIA REQUERIDA	El proponente deberá acreditar la ejecución de un (01) contrato con entidad Pública y/o privada el cual debe estar liquidado o terminado cuando no aplique liquidación, cuyo alcance y /o obligaciones sea igual o similar a ADQUISICION O SUMINISTRO DE ELEMENTOS y que su valor sea igual o superior al 100 % del proceso expresado en SMMLV; además que dentro del contrato se haya entregado al menos tres de los siguientes elementos: Chalecos y/o guantes y/o gafas de protección y/o carpas y/o impermeable y/u overol y/o kit de apicultura. Si la experiencia es con entidad pública deberá adjuntar COPIA DEL CONTRATO Y LIQUIDACIÓN o (COPIA DEL CONTRATO Y TERMINACIÓN cuando no aplique la liquidación o COPIA DEL CONTRATO Y CERTIFICACIÓN cuando no aplique la terminación o liquidación), si es con entidad privada adjuntará COPIA DEL CONTRATO Y CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO O FACTURA ELECTRONICA; en donde se podrá verificar lo siguiente: - Número y fecha del contrato Nombre de la entidad contratista Nombre del contratante Objeto del contrato Valor del contrato Fecha de inicio Fecha de terminación -1- En caso de propuestas presentadas en consorcio o uniones temporales, bastará con que uno de sus integrantes acredite el presente requisito. Cuando se certifiquen contratos ejecutados realizados bajo la modalidad de consorcio o de unión temporal, EL MUNICIPIO tomará para la evaluación la experiencia, el porcentaje de participación del miembro, en la ejecución del contrato certificado. Por lo anterior, el proponente deberá presentar el documento que acredite la conformación del consorcio o de la unión temporal, con el fin de determinar el porcentaje de participación del miembro en el contrato, para la evaluación de la experiencia en valor o cuantía, esta será tomada de acuerdo con el porcentaje de participación
PROPONENTE ADJUDICATARIO	BORDHER SAS

ENTIDAD	**ALCALDIA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO**
NUMERO DE PROCESO	SMC-157-2024
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	2692 de 2024
OBJETO:	ADQUISICIÓN DE ELEMENTOS ERGONÓMICOS (MOUSE VERTICAL Y PADMOUSE) PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES MUSCOLO ESQUELÉTICAS DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE VILLAVICENCIO

VALOR CONTRATO	50.008.000 COP
PLAZO DE EJECUCION	10 dias
FORMA DE PAGO	El MUNICIPIO desembolsará los dineros presupuestados para la presente contratación, de la siguiente manera: Un único pago a la entrega de la totalidad de los elementos requeridos por el Municipio en el presente proceso contractual, el cual debe contar con el recibo a satisfacción por parte del supervisor, previo informe de actividades del contratista y la entrega de soportes de pago de seguridad social correspondiente al periodo ejecutado cuenta de cobro, informe del supervisor y/o interventor de cumplimiento a cabalidad de las obligaciones a cargo del contratista.
GARANTIAS REQUERIDAS	El contratista deberá constituir a favor del municipio de Villavicencio las garantías dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la firma del contrato, debe cargar en la plataforma SECOP debidamente firmadas, la Garantía Única de cumplimiento de las siguientes obligaciones contractuales y las demás que se exijan, las cuales deberá consistir en una póliza de seguros que ampare los siguientes riegos: **a) CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.** El amparo de cumplimiento del contrato cubrirá al Municipio de los perjuicios directos derivados del incumplimiento total o parcial de las obligaciones nacidas del contrato, así como ce su cumplimiento tardío o de su cumplimiento defectuoso, cuando ellos son imputables al contratista garantizado. Además de esos riesgos, este amparo comprenderá siempre el pago del valor de las multas y de la cláusula penal pecuniaria que se hayan pactado en el contrato garantizado. En ese orden para la presente contratación el MUNICIPIO exige que el precitado amparo se constituya por un valor equivalente al VEINTE POR CIENTO (20%) DEL VALOR DEL MISMO, y por término igual al plazo de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más. Al monto de esta garantía se imputará el valor de las multas y la cláusula penal, y se repondrá si por este motivo se disminuyere o agotare. **b) CALIDAD Y CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LOS BIENES Y EQUIPOS SUMINISTRADOS.** El amparo de calidad y correcto funcionamiento de los bienes y equipos suministrados cubrirá a la entidad estatal contratante de los perjuicios imputables al contratista garantizado, (i) derivados de la mala calidad o deficiencias técnicas de los bienes o equipos por él suministrados, de acuerdo con las especificaciones técnicas establecidas en el contrato, o (ii) por el incumplimiento de los parámetros o normas técnicas establecidas para el respectivo bien o equipo. En ese orden para la presente contratación el MUNICIPIO exige que el precitado amparo se constituya por un valor equivalente al DIEZ POR CIENTO (10%) DEL VALOR DEL MISMO, y por término igual al plazo de ejecución del contrato y un año más.
EXPERIENCIA REQUERIDA	El proponente deberá acreditar la ejecución de un (01) contrato con entidad Pública y/o privada el cual debe estar liquidado o terminado cuando no aplique liquidación, cuyo alcance y /o obligaciones sea igual o similar al de la presente

	contratación y que su valor sea igual o superior al 100% del presente proceso expresado en SMMLV Si la experiencia es con entidad pública deberá adjuntar COPIA DEL CONTRATO Y LIQUIDACIÓN o (COPIA DEL CONTRATO Y TERMINACIÓN cuando no aplique la liquidación o COPIA DEL CONTRATO Y CERTIFICACIÓN cuando no aplique la terminación o liquidación), si es con entidad privada adjuntará COPIA DEL CONTRATO Y CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO O FACTURA ELECTRONICA; en donde se podrá verificar lo siguiente: - Número y fecha del contrato Nombre de la entidad contratista Nombre del contratante Objeto del contrato Valor del contrato Fecha de inicio Fecha de terminación -1- En caso de propuestas presentadas en consorcio o uniones temporales, bastará con que uno de sus integrantes acredite el presente requisito. Cuando se certifiquen contratos ejecutados realizados bajo la modalidad de consorcio o de unión temporal, EL MUNICIPIO tomará para la evaluación la experiencia, el porcentaje de participación del miembro, en la ejecución del contrato certificado. Por lo anterior, el proponente deberá presentar el documento que acredite la conformación del consorcio o de la unión temporal, con el fin de determinar el porcentaje de participación del miembro en el contrato, para la evaluación de la experiencia en valor o cuantía, esta será tomada de acuerdo con el porcentaje de participación
PROPONENTE ADJUDICATARIO	JLNM SAS

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,

ENTIDAD	**MUNICIPIO DE PIEDECUESTA**
NUMERO DE PROCESO	SDS-MC-009-2025
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA

No. CONTRATO	SMIC-009 DE 2025
OBJETO:	Adquisición de materiales y elementos para el desarrollo de las diferentes actividades organizadas en la semana de la juventud - 2025 del municipio de Piedecuesta en el marco del proyecto denominado "adquisición de materiales y elementos para el desarrollo de las diferentes actividades en el marco de la semana de la juventud en el municipio de Piedecuesta
VALOR CONTRATO	20.988.066,67
PLAZO DE EJECUCION	Dos (02) días
FORMA DE PAGO	EL MUNICIPIO pagará al CONTRATISTA el valor del presente contrato así: El valor del presente contrato se pagará en UN (1) ÚNICO PAGO, conforme a la propuesta económica y previa presentación informe de supervisor del cumplimiento de las obligaciones, y presentación de la factura y/o cuenta de cobro ante la entidad, y acreditando el pago al Sistema de Seguridad Social Integral y/o Parafiscales, según corresponda. El valor a pagar será previa certificación de cumplimiento a satisfacción en todos los casos expedida por el supervisor del contrato, pago de parafiscales y anexando los documentos soporte de Ley, lo establecido por la Entidad y la disponibilidad del PAC.
GARANTIAS REQUERIDAS	**GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO:** Que deberá amparar: El incumplimiento total o parcial del contrato, cuando el incumplimiento es imputable al contratista; El cumplimiento tardío o defectuoso del contrato, cuando el incumplimiento es imputable al contratista; El pago del valor de las multas y de la cláusula penal pecuniaria. **EL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO**: este amparo deberá cubrir a la entidad de los perjuicios derivados de: **VALOR Y VIGENCIA:** Será por el 20% del valor del contrato y su vigencia será por el plazo de ejecución y seis (06) meses más. **CALIDAD Y CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LOS BIENES Y SERVICIOS SUMINISTRADOS:** Este amparo cubre a la Entidad Estatal por los perjuicios derivados de la deficiente calidad de los bienes suministrados. **VALOR Y VIGENCIA**: Será por el 20% del valor del contrato y su vigencia será por el plazo de ejecución y seis (06) meses más. **PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES LEGALES E INDEMINIZACIONES LABORALES:** **VALOR Y VIGENCIA**: Por un valor equivalente al cinco por ciento (5%) del valor total del contrato y por el plazo de ejecución del contrato y tres (3) años más. 1. **RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL**: Esta garantía cubre los perjuicios que puede sufrir la Entidad Estatal derivados de la responsabilidad civil extracontractual que surja de las actuaciones, hechos u omisiones de su contratista o de los subcontratistas **VALOR Y VIGENCIA:** Será por el 20% del valor del contrato y su vigencia será por el plazo de ejecución y seis (06) meses más.

EXPERIENCIA REQUERIDA	Para el desarrollo del objeto contractual se deberá acreditar la siguiente experiencia: Para el desarrollo del objeto contractual se deberá acreditar la siguiente experiencia: a) La experiencia específica válida será la adquirida en contratos ejecutados. b) Se calificarán máximo un (1) contrato por proponente y por tanto no se deben relacionar en el Formulario respectivo más de UN (01) contrato. Un Consorcio o una Unión Temporal constituyen UN PROPONENTE. c) Que se trate de un contrato cuyo objeto o alcance corresponda a la adquisición o suministro de materiales o elementos artísticos. d) En el caso de los consorcios o uniones temporales, la experiencia será la sumatoria de las experiencias de los integrantes, Si la propuesta se presenta en Consorcio o Unión Temporal, todos sus miembros deberán diligenciar su experiencia conjuntamente en un mismo anexo. Un Consorcio o una Unión Temporal constituyen UN PROPONENTE. e) La sumatoria del valor total de los contratos relacionados o presentados para cumplir la experiencia, debe ser igual o superior al cien por ciento (100%) del presupuesto oficial. f) El valor total del contrato será aquel que tuvo a la fecha de terminación y recibo final del contrato. La conversión a salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV) se hará conforme al vigente en el año de contratación de los mismos. g) Para la verificación de esta información el proponente deberá presentar copia del contrato y copia del acta de recibo final o acta de liquidación o certificación que acredite y pueda comprobar la información requerida, en caso de ser contratos sujetos a esta solemnidad. En atención a la naturaleza de los servicios, lo anterior puede remplazarse por facturas.
PROPONENTE ADJUDICATARIO	M&G PROYECTOS E INVERSIONES SAS

ENTIDAD	**ALCALDIA MUNICIPAL DE PAUNA**
NUMERO DE PROCESO	MC032-2025
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	ACEPTACIÓN DE OFERTA No. CS020 DE 2025
OBJETO:	ADQUISICIÓN DE ELEMENTOS DE DOTACIÓN Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO PARA LOS FUNCIONARIOS DE LA ADMINISTRACIÓN CENTRAL, OPERARIOS DE LA SECRETARÍA DE PLANEACIÓN Y OBRAS PÚBLICAS Y LA UNIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS DEL MUNICIPIO DE PAUNA BOYACÁ
VALOR CONTRATO	39.265.522 COP
PLAZO DE EJECUCION	Un (01) mes
FORMA DE PAGO	El Municipio de Pauna, cancelará el valor del presente contrato de la siguiente forma: un único pago, previa entrega y recibido a satisfacción por parte del Supervisor del contrato, constancia de la respectiva entrada al Almacén del Municipio, si aplica.

<table>
<tr><td></td><td>Para efectos del pago (s), el Contratista deberá presentar:
Factura o documento equivalente de conformidad con la Ley.
Certificación del supervisor en la que conste la verificación de cumplimiento del objeto, de las obligaciones, acreditación de inscripción de los participantes, entregables y aportes de conformidad con el artículo 50 de la Ley 789 de 2002 y demás normas concordantes.
Certificación expedida por el Revisor Fiscal o representante legal sobre el cumplimiento de los pagos al Sistema de Seguridad Social, cajas de compensación y demás de acuerdo con el artículo 50 de la Ley 789 de 2002 y normas concordantes.
certificación bancaria (aplica para el primer pago)</td></tr>
<tr><td>GARANTIAS REQUERIDAS</td><td>
<table>
<tr><th>AMPARO</th><th>SUFICIENCIA</th><th>VIGENCIA</th></tr>
<tr><td>Cumplimiento</td><td>Diez por ciento (10%) del valor del contrato.</td><td>Plazo de Ejecución y cuatro (04) meses mas</td></tr>
<tr><td>Calidad y correcto funcionamiento de los Bienes.</td><td>Diez por ciento (10%) del valor del contrato.</td><td>Plazo de Ejecución y 4 meses más</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>EXPERIENCIA REQUERIDA</td><td>El proponente deberá anexar dentro de su propuesta máximo uno (1) contrato suscrito y ejecutado dentro de los dos (2) últimos años contados a partir de la fecha de cierre del presente proceso, ejecutados con entidades públicas o privadas y cuya sumatoria sea equivalente a mínimo el 200% de valor del presente proceso expresado en SMMLV, cuyo objeto o alcance esté relacionado con el SUMINISTRO DE ELEMENTOS DE DOTACIÓN Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO, los documentos válidos para acreditar experiencia deberán contar con las siguiente información:

Razón social de la empresa o entidad contratante
Nombre o razón social de la persona contratista.
Valor: El valor de la suma de los contratos debe ser igual o superior al presupuesto oficial, expresado en pesos colombianos.
Contratante: Entidades públicas o privadas.
Estado de los contratos: Los contratos deben estar terminados y ejecutados a la fecha del cierre del proceso de selección.
Porcentaje de participación en el consorcio o Unión Temporal si el contrato se ejecutó bajo alguna de estas figuras.</td></tr>
<tr><td>PROPONENTE ADJUDICATARIO</td><td>Neconser S.A.S</td></tr>
</table>

ENTIDAD	**ALCALDIA DE LOS PATIOS**

NUMERO DE PROCESO	PATIOS-MC-SS-68-2025
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	PATIOS-MC-SS-68-2025
OBJETO:	ADQUISICIÓN DE INSUMOS Y ELEMENTOS PARA FORTALECIMIENTO DE LA AUTORIDAD SANITARIA
VALOR CONTRATO	$39.782.150 COP
PLAZO DE EJECUCION	Un (01) mes
FORMA DE PAGO	El municipio de LOS PATIOS cancelará el valor del contrato, mediante acta final y/o actas parciales, de acuerdo a su ejecución, previa entrega del informe de actividades de los bienes y/ó servicios efectivamente prestados de forma mensual, objeto del contrato a celebrar.
GARANTIAS REQUERIDAS	

AMPAROS	VALOR ASEGURADO	VIGENCIA
CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO	10% VALOR CONTRATO	VIGENCIA DEL CONTRATO Y (6) SEIS MESES MÁS
CALIDAD DE LOS BIENES	10% VALOR CONTRATO	VIGENCIA DEL CONTRATO Y (6) SEIS MESES MÁS

EXPERIENCIA REQUERIDA	N.A
PROPONENTE ADJUDICATARIO	Distrinsumos del norte

3 ESTUDIO DE LA OFERTA

¿Cuál es la dinámica de producción, distribución y entrega de bienes, obras o servicios?

La dinámica de distribución y entrega en la comercialización de elementos de publicidad involucra la gestión eficiente del flujo de mercancías desde el punto de producción hasta el cliente final, abarcando almacenamiento, transporte y entrega. Este proceso se divide en varias etapas clave: recepción y almacenamiento, procesamiento de pedidos, preparación para el envío, transporte y finalmente, la entrega al cliente.

La dinámica de comercialización de productos publicitarios impresos abarca la producción (diseño e impresión), la distribución (canales para llevar el producto al cliente) y la entrega (al consumidor final). Las fases clave son: diseño, donde se crea el concepto y se prepara el material; impresión, donde el material físico se fabrica; marketing y ventas, que implica promocionar el producto y cerrar la venta; y entrega, que asegura que el producto llegue al cliente, ya sea a través de puntos de venta, envíos directos o eventos.

1.Producción: Diseño y conceptualización: Se crea la idea publicitaria y se diseña el material impreso (folletos, catálogos, volantes). Preparación de archivos: Se preparan los archivos digitales para la impresión, asegurando la calidad y la precisión de los colores y textos. Impresión: Se imprime el material

publicitario utilizando diferentes técnicas (offset, digital) dependiendo de la cantidad y el tipo de producto. Acabados: Se realizan procesos adicionales como corte, plegado, encuadernación o laminado, para darle el toque final al producto.
2. Distribución: Canales de venta: Se establecen los canales a través de los cuales el producto llegará al consumidor. Venta directa: La empresa o sus vendedores se encargan de contactar directamente a los clientes potenciales. Agencias: Se trabaja a través de agencias de publicidad que gestionan la venta del material a sus clientes. Eventos y ferias: Se participan en eventos y ferias comerciales para presentar los productos y establecer contactos directos con clientes. Plataformas digitales: Se utilizan plataformas digitales para promocionar y vender los servicios o productos impresos.
3. Entrega: Logística: Se gestiona el transporte del producto desde la imprenta hasta el punto de entrega. Entregas directas: El producto se envía directamente a las oficinas del cliente o a un lugar designado. Puntos de venta: Si el producto tiene un punto de venta físico, se coordina su llegada a ese lugar. Entregas programadas: Se pueden realizar entregas programadas, especialmente para campañas publicitarias grandes. Seguimiento: Se realiza un seguimiento de la entrega para asegurar que el producto llegue en buenas condiciones y a tiempo.
¿A quién se va a comprar?

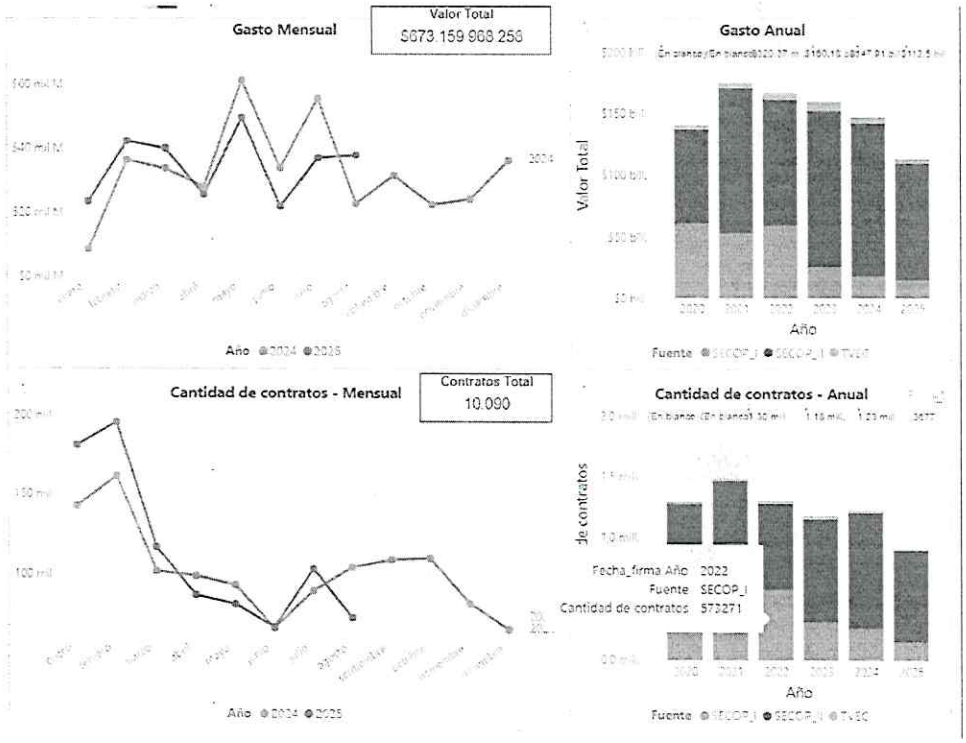
Podrán participar todas las personas naturales y/o jurídicas que cumplan con las calidades exigidas, reuniendo las condiciones de experiencia, capacidad técnica y solvencia económica. Esto quiere decir que se puedan participar todas las personas que tengan posibilidad de ofrecer este tipo de bienes, con el propósito de asegurar la escogencia de la propuesta más favorable para la entidad, según experiencia técnica y operativa.

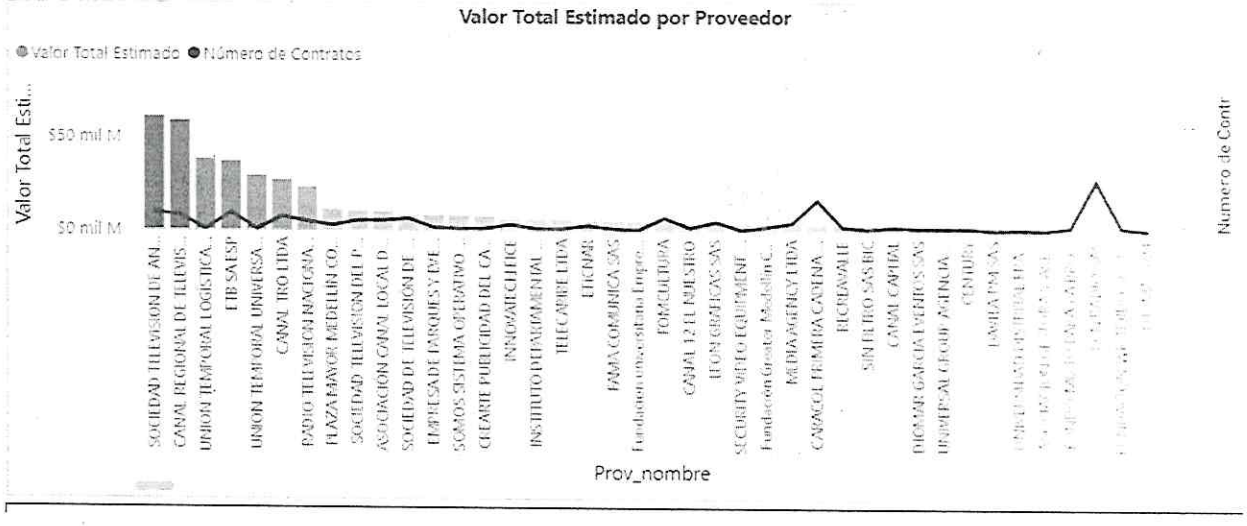
Persona Natural: Las personas naturales que su actividad comercial corresponde a la realización de actividades iguales o similares a la del objeto contractual, y catalogados con código CIIU 7310 Publicidad. Personas jurídicas: La persona jurídica deberá tener dentro de su objeto social la realización de actividades iguales o similares a la del objeto contractual, capacidad legal y operativa para realizar las actividades a que se refieren las especificaciones técnicas del contrato a celebrar.

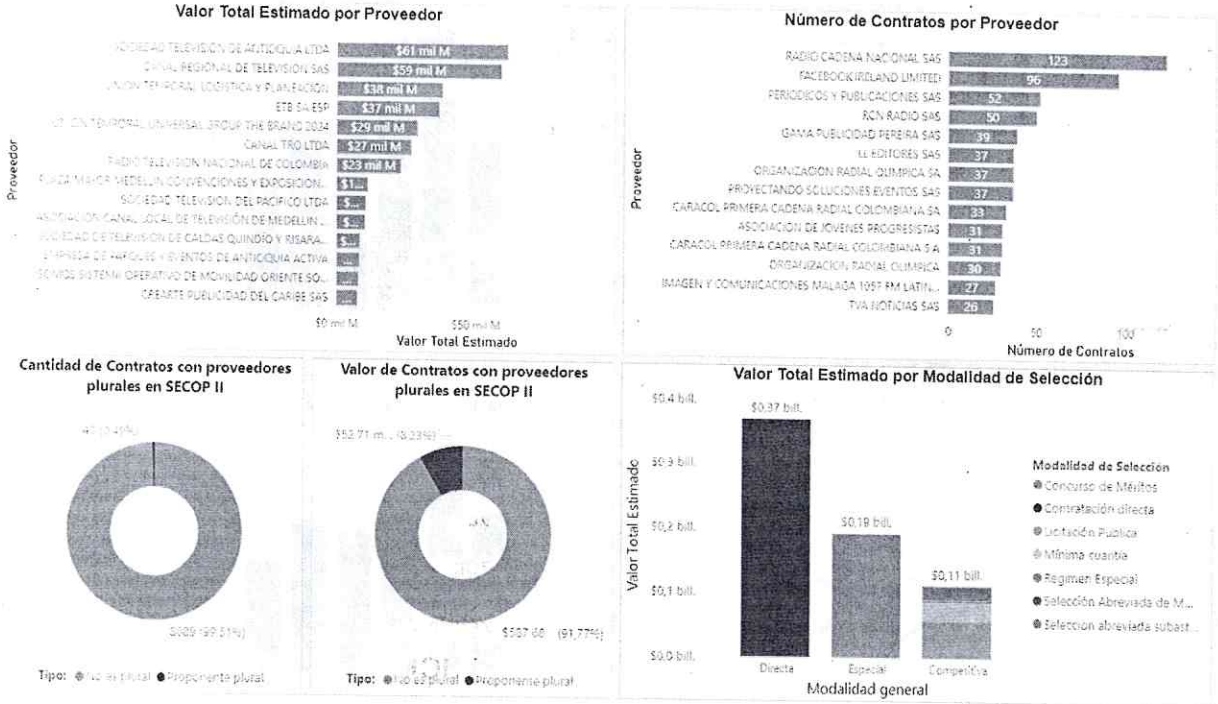
MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATEGICO

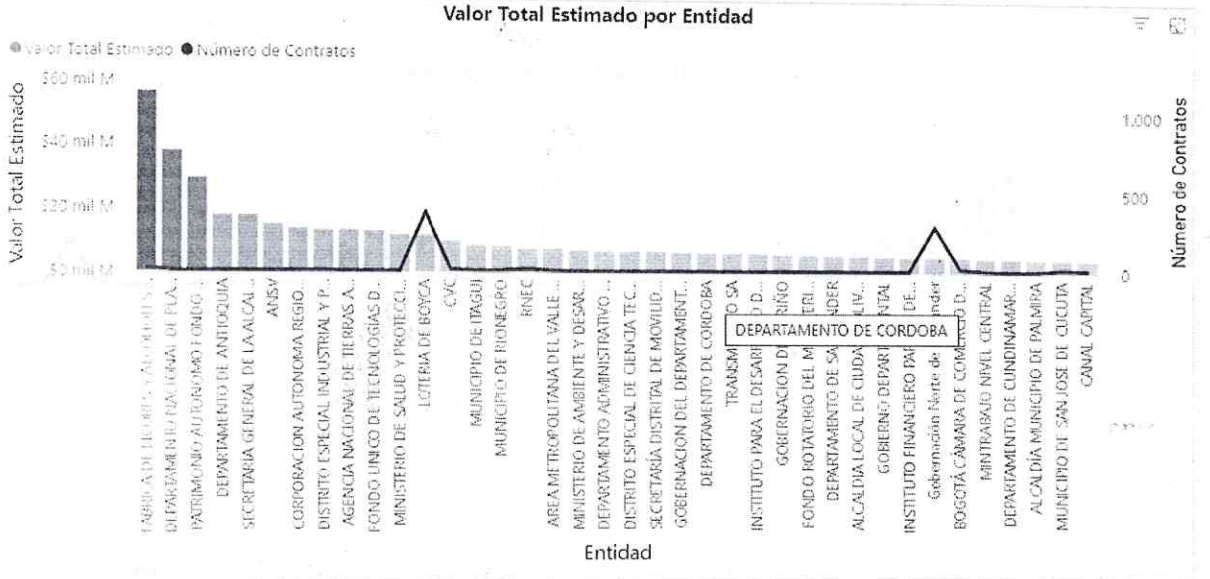
ANALISIS DE LA OFERTA

	MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO	Código: GCT-F-56
	PROCESO GESTIÓN DE LA CONTRATACIÓN	Versión: 1
		Fecha: 20/05/2025
	FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR PARA PROCESOS DE MINIMA CUANTÍA	Página **25** de **32**









4 ESTUDIO DE MERCADO

Para la elaboración del estudio de precios de mercado, la Secretaría de Gobierno y Postconflicto , 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 03 cotizaciones, a continuación, se resume las respuestas de los proveedores:

Ítem	Proveedor	Mostro interés, pero no cotizó	Cotizó
1	Soluciones integrales S.AS Macapay	SI	SI
2	Luis Eduardo Rey Reyes	SI	SI
3	Loren Neyevi Sandoval	SI	SI

Las cotizaciones recibidas se consolidan en el anexo CONSOLIDADO ESTUDIO DE MERCADO y se resumen a continuación:

ITEM	DESCRIPCION DEL BIEN O SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	EMPRESA: Soluciones integrales S.AS Macapay NIT:901790788-1 Cel. 3118217587		EMPRESA: Luis Eduardo Reyes NIT 1.121.826.563 TEL 3208662908		EMPRESA: loren Neyevi Sandoval NIT 901567875 CARRERA 96 23-04 BOGOTA D.C TEL 2671413	
				VR. UNITARIO	VR TOTAL	VR. UNITARIO	VR TOTAL	VR. UNITARIO	VR TOTAL
1	Lona Valla Informativa: Impresión digital sobre banner 13 onz. Medidas: 7,75 m x 3,75 m. Instalación en sitio propiedad de la Alcaldía dentro del area urbano del municipio de Villavicencio que será designado por el supervisor del contrato	UNID	1	$ 2.560.000	$ 2.560.000	$ 2.310.000	$ 2.310.000	$ 2.060.000	$ 2.060.000
2	Plegable informativo de 16 x 16 cerrado impresos en propalcote de 150 gramos a 4 tintas. plegados, impreso a dos caras full color	UNID	2000	$ 795	$ 1.590.000	$ 745	$ 1.490.000	$ 605	$ 1.210.000
3	Plantilla de pintura para niños impresa en bond de 90 gr a una tinta	UNID	2000	$ 525	$ 1.050.000	$ 475	$ 950.000	$ 425	$ 850.000
4	AGENDA tamaño 17 x 24 cms. TAPA DURA en cartón de 1.5 mm forrado en papel esmaltado de 150 grs. Impreso a color Laminada en mate. GUARDAS impresas a color en papel esmaltado de 200 grs. 100 hojas internas impresas a 1 x 1 tinta en papel bond de 75 grs. 2 separadores impresos a 4 x 4 tintas en propalcote de 150 grs. ANILLADO METALICO DOBLE OO.	UNID	200	$ 24.456	$ 4.891.200	$ 22.456	$ 4.491.200	$ 20.456	$ 4.091.200
5	Sticker troquelado y plastificado de 17 x 12 con información de la estretegia familias seguras.	UNID	2000	$ 940	$ 1.880.000	$ 890	$ 1.780.000	$ 840	$ 1.680.000
6	MANILLA silicona cerrada Elástica 12 x 190 x 2 mm Bajo relieve base + 1 color relleno	UNID	2000	$ 5.010	$ 10.020.000	$ 4.760	$ 9.520.000	$ 4.510	$ 9.020.000
7	Espejos de 6x6 con impresión en tampografia con el nombre alusivo a la campaña	UNID	1000	$ 2.450	$ 2.450.000	$ 2.250	$ 2.250.000	$ 2.050	$ 2.050.000
8	Pendones informativos de 1x2 mtros impresos en banner 13 onzas a full color, con base estructura en roll up.	UNID	6	$ 335.000	$ 2.010.000	$ 320.000	$ 1.920.000	$ 305.000	$ 1.830.000
9	Piezas grafica en formato 1080x1080 pixeles y 1080 x 1920 para redes sociales en resolución hd para complementar la estrategia de manera digital	UNID	30	$ 33.000	$ 990.000	$ 30.000	$ 900.000	$ 27.000	$ 810.000
10	Chaleco tipo periodista confeccionado en tela drill twill de alta resistencia, forrado en malla transpirable. Cuenta con cuatro bolsillos funcionales de diferentes tamaños para portadocumentos y accesorios. Incluye bordado institucional de 5cm en el lado izquierdo del pecho y en la parte posterior. Acabados reforzados para mayor durabilidad	UNID	20	$ 117.000	$ 2.340.000	$ 115.000	$ 2.300.000	$ 113.000	$ 2.260.000
11	Lona Valla Informativa: Impresión digital sobre banner 13 onz. Medidas: 5,75 m x 3,75 m. Instalación en sitio propiedad de la Alcaldía dentro del area urbano del municipio de Villavicencio que será designado por el supervisor del contrato	UNID	1	$ 1.608.400	$ 1.608.400	$ 1.558.400	$ 1.558.400	$ 1.508.400	$ 1.508.400
TOTAL					$ 31.389.600		$ 29.489.600		$ 27.549.600

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.

Es importante tener en cuenta que la inflación es un reflejo aproximado del valor del dinero en el tiempo y que realizar equivalencias por medio de la inflación nos permite comparar cifras monetarias históricas, sin

embargo, factores como cambios en la cantidad de proveedores en el sector, en el nivel de abundancia o escasez en la producción o condiciones macroeconómicas coyunturales podría generar que en el mercado existan precios distintos a los encontrados en un análisis como el de este apartado.

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: SIREM y se relacione en la siguiente tabla:

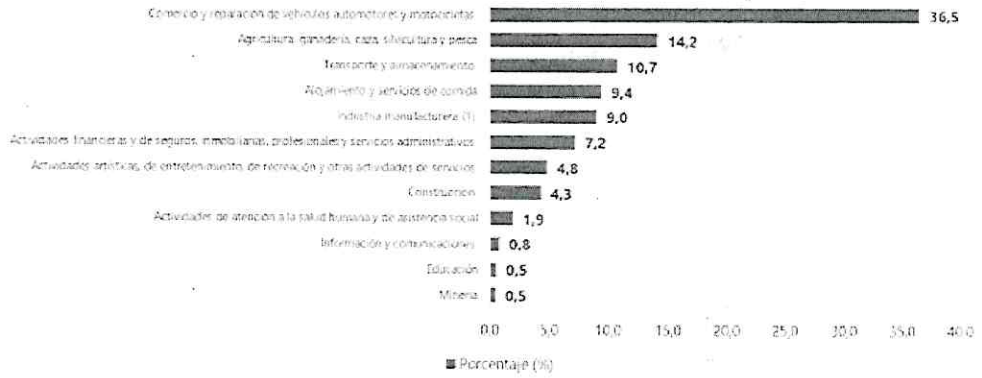
RAZON SOCIAL	NIT	MUN-COMERCIAL	CIIU-1	TAM-EMPRESA
MORALES GAITAN BRYAN MAURICIO	173886877	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
ZAPATA LOPEZ LUIS ALFREDO	182612517	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
TORRES CASTRILLON MELBA PATRICIA	403987864	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
HERNANDEZ BERMUDEZ LIGIA	396163595	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
CHAPARRO MESA HECTOR JULIO	42601348	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
AROCA CAMPO EDGAR ALFONSO	860611754	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
TURMEQUE MATTA LUIS CARLOS	860061815	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
EDWIN HANS HENAO CONTRERAS	860639354	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
MEDINA ALCANTARA JIMMY DE JESUS	11226470373	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
APONTE TAFUR MAURICIO ERNESTO	860669856	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
SANTOS ZUÑIGA JULIO EDUARDO	860588632	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
ESLAVA DE MANTILLA CLARA STELLA	416188435	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
PARDO RODRIGUEZ ALEXANDER	795674011	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
ROZO PARDO JOSE MANUEL	173292604	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA

PINILLA HERNANDEZ WILMER ALEJANDRO	860855277	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
RODRIGUEZ RODRIGUEZ MARY ELLEN	352613911	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
BUENAVENTURA CASTELLANOS JHARDANY	860550300	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
ARIAS GRAJALES JUAN CARLOS	804260752	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
ZAMBRANO VARGAS CAMILO ANDRES	11218356178	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
GALINDO PEÑUELA DIEGO FERNANDO	860745753	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
VALENCIA GARCIA JULIO ALEJANDRO	860711090	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
BAQUERO MARTINEZ YOLY OMAIRA	403409860	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
EDICSON RINCON RAMIREZ	860592430	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
MOTTA PERDOMO OSCAR MAURICIO	11218659529	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
MEJIA JURADO GUILLERMO ANDRES FELIPE	10265532155	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
CLAVIJO RIVEROS JAMES ESTID	860727301	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
GARZON SARMIENTO LUIS FERNANDO	173472775	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
PAREJA CARDONA GLORIA JUDITH	403731645	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
PROMOSOCIAL D&R S.A.S	9003030188	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
OROZCO FORERO LEYSLI ROCIO	419597581	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
CUBILLOS GARCIA JORGE ELIECER	860882140	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
PALACIO AYALA MARIA AMPARO	300014401	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
BELTRAN ARAMINTA	403714586	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
JIMENEZ CANO VICTOR EDWIN	11218347078	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
MARTINEZ REYES FABIAN ALBERTO	11218214529	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
DIANA PATRICIA REY JIMENEZ	403263752	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
CARLOS ABEL HERNANDEZ BUENO	860540234	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
VELASQUEZ ORTIZ RICHARD ALBERTO	860596236	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA

JESUS DANIEL BERNAL RAMIREZ	860834818	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
PUBLICIDAD CAMILVA SAS	9013525601	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
PUBLICIDAD MARVER SAS	9013526126	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
PUBLICIDAD YEIPA SAS	9013525966	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
GAMBA SALGADO CLAUDIA JINETH	12347902005	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
SOCIAL MEDIA CREATIVOS SAS	9013559543	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
SOLANO ESPINOSA MARIA PAULA	11057925587	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
BEJARANO BARRAGAN SERGIO	10123662532	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
PARRA AGUIRRE DIANA MARIA	11218235597	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
CABALLERO MEDELLIN BARBARA	403744081	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
DIAZ ARIZA OSCAR WILFREDO	799253407	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
JARAMILLO FUENTES JOSE JEFFREY	11218495307	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
JK ASESORES MARKETING SAS	9013932951	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
CASTRO CARDENAS FARID FERNANDO	12347893792	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
GARAY RAMOS ANGELA YADITH	11221218546	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
GRUPO EMPRESARIAL INVERSOR SAS	9014047476	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
CASTRO SALAZAR LUISA FERNANDA	10311235343	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
PARRADO NAVARRO BRAYAN ALBEIRO	11230883333	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
ALVAREZ NANCY JANETH	401884962	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
RUBIO GONZALEZ DANIEL ANDRES	11226509987	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
PALOMA ROZO ULDY DURLET	11218412804	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
OROZCO PARRADO BRIAN YASSEF	11218814937	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
GAITAN RINCON JORGE DAVID	10068741800	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA
GOMEZ RODRIGUEZ NATALY JOHANNA	10958264954	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	MICRO EMPRESA

A nivel nacional, los 5.297.252 micronegocios estimados en el 2024, generaron $191,2 billones de pesos en valor de ventas o ingresos nominales. Las actividades económicas con la mayor participación en las ventas o ingresos nominales fueron: Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas (36,5%); Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (14,2%); Transporte y almacenamiento (10,7%); Alojamiento y servicios de comida (9,4%); Industria manufacturera (9,0%); Actividades financieras y de seguros, inmobiliarias, profesionales y servicios administrativos (7,2%); Actividades artísticas, de entretenimiento de recreación y otras actividades de los servicios (4,8%); Construcción (4,3%). Por otro lado, atención de salud humana y de asistencia social (1,9%); Información y comunicaciones (0,8%), Educación (0,5%) y Minería (0,5%); fueron las actividades económicas con la menor participación en el ingreso o ventas nominales (cuadro I.2 - total nacional).

Gráfico 2. Distribución del valor de ventas o ingresos nominales de los micronegocios según actividad económica (porcentaje)
Total nacional
2024



Fuente: DANE, EMICRON.
(1) Incluye: recolección, tratamiento y disposición de desechos, recuperación de materiales.
Nota: el dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía,

La EMICRON estimó un incremento nominal del 7,0% en el valor de las ventas o ingresos nominales de los micronegocios entre 2023 y 2024. Las actividades económicas que más contribuyeron a la variación total del valor en las ventas o ingresos nominales fueron: Agricultura, ganadería, caza, silvicultura, pesca y minería (2,2 p.p.); Otras actividades de los servicios (1,4 p.p.); Alojamiento y servicios de comida (1,4 p.p.), por otra parte, la Industria manufacturera contribuyó de manera negativa con el (-1,1 p.p.).

Tabla 1. Variación anual de los ingresos nominales de los micronegocios según actividad económica
Total nacional
2024/2023

Actividad económica	Total nacional			
	2024	2023	Variación porcentual	Contribución p.p.
Total nacional	[illegible]	178.655.380	7,0	
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura, pesca y minería	[illegible]	24.064.280	16,3*	2,2
Otras actividades de servicios (3)	[illegible]	11.346.979	22,8*	1,4
Alojamiento y servicios de comida	[illegible]	15.431.962	16,7*	1,4
Actividades inmobiliarias, profesionales y comunicaciones (2)	[illegible]	13.320.327	15,6	1,2
Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas	[illegible]	67.975.348	2,7	1,0
Transporte y almacenamiento	[illegible]	19.550.913	5,1	0,6
Construcción	[illegible]	7.715.001	6,6	0,3
Industria manufacturera (1)	[illegible]	19.243.501	-10,2	-1,1

Fuente: DANE, EMICRON.
* Variación estadísticamente significativa.
(1) Incluye: recolección, tratamiento y disposición de desechos; recuperación de materiales.
(2) Incluye: actividades financieras y de seguros, inmobiliarias, profesionales, servicios administrativos, información y comunicaciones.
(3) Incluye: educación, actividades de atención a la salud humana y de asistencia social, actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación y otras actividades de servicios.

Firma

GERMAN EDUARDO AYALA AMAYA
SECRETARIO DE GOBIERNO Y POSTCONFLICTO

Proyectó: Matilde Guatibonza Noguera
Profesional Universitario