PROCESO DE SELECCIÓN MODALIDAD CONTRATACIÓN DIRECTA DE APOYO A LA GESTION
26/08/2026

De conformidad con lo dispuesto en el **artículo 2.2.1.1.1.6.1.del decreto 1082 de 2015** el Instituto de Turismo del Meta procede a efectuar el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de riesgo.

OBJETO A CONTRATAR: El Instituto de Turismo del Meta para el cumplimiento de los fines Estatales requiere contratar el: **"PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA GARANTIZAR LA PRESENTACIÓN DE UN SHOW ARTISTICO MUSICO TEATRAL A FIN DE PROMOCIONAR LA MARCA META "SOMOS LA RUTA NATURAL" EN EL DEPARTAMENTO DEL META"**

JUSTIFICACIÓN

La Constitución Política de Colombia consagra en su artículo N°113 las ramas del poder público, en legislativa, ejecutiva y judicial; siendo responsabilidad de la rama ejecutiva desarrollar en forma coordinada todas las actividades administrativas que están al servicio de los intereses generales de la comunidad para el cumplimiento de los fines esenciales del estado, bajo este precepto y con base en la misionalidad del Instituto, este se asimila al concepto de ordenamiento territorial.
En ese mismo marco normativo, el Articulo 2. Menciona *Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación*...
Por otro lado, dentro del marco legal aplicable esta la Ley 80 de 1993, por medio de la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración PÚBLICA, aunado a otras normas como lo es la Ley 1150 de 2007, que consagra en su articulo 2 MODALIDADES DE SELECCIÓN, numeral 4, CONTRATACIÓN DIRECTA, literal h *Para la prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, o para la ejecución de trabajos artísticos que sólo puedan encomendarse a determinadas personas naturales;*
De conformidad con la normas que establecen y regulan la forma como se distribuye el poder público entre los diversos niveles político administrativos fue creado el Instituto de Cultura y Turismo del Meta mediante Ordenanza 026 del 29 de noviembre de 1986, transformado posteriormente mediante acto administrativo similar con número 305 del 27 de mayo de 1998, por el cual se modificó la denominación a "Instituto de Turismo del Meta"; siendo otorgadas mediante Decreto 432 de 2014 facultades al Gobernador para establecer la estructura orgánica y funciones del Instituto.
No obstante, el Instituto de Turismo del Meta es un establecimiento público del orden departamental, que cuenta con personería jurídica, autonomía administrativa, financiera y patrimonio propio, cuyo representante legal se encuentra facultado para expedir los actos administrativos, realizar las operaciones financieras y celebrar los contratos que se requieran para el buen funcionamiento del mismo, a través de las diferentes modalidades de contratación.
Por medio de la Ordenanza No. 868 de 2014, se adoptó como Política Pública De Turismo Del Meta, con un horizonte al año 2032, la estructura conformada por: Objetivo general, objetivos específicos, estrategias, actividades, competencias, horizonte, indicador y meta.

La señalada ordenanza, fijó como objetivo de la política, "Posicionar al Departamento del Meta en el mercado nacional e internacional como un destino de turismo de naturaleza y cultura llanera con una oferta estructurada de experiencias únicas fortaleciendo la organización empresarial, la valorización y preservación del patrimonio natural y cultural, generando oportunidades para la población e incrementando beneficios sociales, económicos y ambientales a través del diseño de productos especializados y diferenciados en los Municipios del departamento como respuesta a la consolidación de la paz y la convivencia, en el territorio."

En tal sentido el Instituto ha venido adelantando diferentes actividades encaminadas a engrandecer el sector turístico a través de la divulgación de los productos y servicios turísticos propios de esta zona del país en el desarrollo de estrategias autónomas y específicas, se pretende participar en actividades y festividades a nivel nacional que tienen impacto no solo en Colombia, sino a nivel internacional, llevando un poco de lo que representa el departamento del Meta en su esencia folclórica, cultural y musical, aprovechando estos espacios como una vitrina para mostrar a Colombia y al mundo el destino turístico que se encuentra en proceso de consolidación y posicionamiento y nuestra marca Meta "SOMOS LA RUTA NATURAL"

El Instituto de Turismo en pro de posesionar y promocionar la Marca Meta "SOMOS LA RUTA NATURAL" implementa estrategias de participación en eventos de asistencia masiva, donde a través de demostraciones artísticas ya sea artistas, shows musicales, muestras culturales y otros, fortalecen el impacto de marca, quedando en las mentes de los asistentes e incentivando a vivir experiencias que el llano les puede ofrecer, una de ellas un departamento lleno de biodiversidad, cultura, folclor y naturaleza.

Por lo que busca la promoción de su marca y sus festividades a nivel nacional, departamental y municipal, participando de manera activa en los diferentes eventos como TERCERA EDICIÓN DE LA SEMANA DEL TURISMO GASTRONOMICO EN EL META, que se desarrollara en la CENTRAL DE ABASTOS DE VILLAVICENCIO.

Estos escenarios de gran representación turística, son plataformas perfectas de promoción, tanto para la marca meta "SOMOS LA RUTA NATURAL".

1. ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR

1. 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 ala 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, industria 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.

1.1.1 Gremios y agentes que componen el sector

Los servicios sociales pueden ser prestados por agentes privados principalmente. Algunas de las agremiaciones que integran agentes de este sector son: Asociación nacional de empresarios de Colombia, Andi: La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - ANDI, es una agremiación sin ánimo de lucro que tiene por objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano de libre de empresa.

1.1.2 Variables económicas que afectan el sector

El Sector de Servicios se impacta negativamente por dinámicas que son comunes a otros sectores, por ejemplo:

- **Exceso de intermediación:** El proveedor de servicios de cáterin y logística para eventos, es básicamente un intermediario de otros servicios que se agrupan para satisfacer al cliente. Es decir, normalmente el proveedor hace uso de la subcontratación con terceros, de los servicios relacionadas, tales como alimentación, carpas y tarimas, transporte alojamiento, shows oferta cultural, mobiliario, escenografía, sonido, luces, et, Esta circunstancia, condiciona las expectativas económicas del sector, a la de otros sectores y subsectores que tiene variables independientes de impacto.
- **Déficit en la cualificación del recurso humano:** Las dinámicas económicas de las regiones, son distintas a la del Centro del país, donde se concentra la mayor parte del recurso humano cualificado. El sector de cáterin y logística de eventos no es ajeno a esa situación, de tal suerte que esta clase de servicios se ofrecen con escasez de recursos humanos cualificado para prestarlo. La mayoría de

los productos que lo integran, son prestados a partir de la experiencia y formación empírica, per la oferta cualificada es limitada.

1.1.3 Cifras totales del Sector

Encuesta mensual de servicios

La Encuesta Mensual de Servicios 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.
En el proceso permanente de mejoramiento y actualización de las estadísticas económicas y con el propósito de responder a estándares nacionales e internacionales, tanto metodológicos como de clasificación, a partir del mes estadístico enero de 2020 se dan a conocer al público los resultados del rediseño de la Encuesta Mensual de Servicios que contempla varias mejoras metodológicas como la inclusión de resultados de la variable variación de los salarios promedio por subsector de servicios y tipo de contratación, además del paso a un muestreo probabilístico basado en un marco mejorado que incrementó la cobertura al implementar menores parámetros de inclusión. (Para mayor información en el cambio de parámetros de inclusión véase el archivo de anexos de la EMS específicamente el Anexo "A13. Notas metodológicas".

También se entregan resultados bajo una nueva desagregación pasando de 15 a 18 subsectores de servicios; dentro de los nuevos subsectores se encuentra la división 58 "Actividades de edición" que en la versión 3.0 de la CIIU estaba clasificada como actividades de manufactura y en la versión 4.0 de la CIIU pasó a clasificarse como una actividad de servicios.

Adicionalmente la actividad "Salud humana privada", se desagrega en las actividades "Salud humana privada con internación" y "Salud humana privada sin internación", de manera similar las "Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades "se divide en "Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades excepto Call center"y "Actividades de centros de llamadas (Call center)".

Encuesta Mensual de Servicios (EMS)
Mayo de 2026ᵖ

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios
Total nacional
Mayo 2026ᵖ / mayo 2025



Fuente: DANE, EMS

1.1 Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (mayo 2026p / mayo 2025)

En mayo de 2026, catorce de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con mayo de 2025.

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Total nacional
Mayo 2026p / mayo 2025

Clasificacion 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	-1,7	-2,1	-0,0	0,4
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	8,5	6,6	-0,0	-0,1
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	9,5	8,2	1,2	0,0
J	División 58	Actividades de edición	0,3	0,0	-0,2	0,5
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	27,5	21,1	1,0	5,4
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	1,9	-0,5	0,0	2,4
J	División 61	Telecomunicaciones	2,8	-4,5	-1,6	-0,1
J	División 62, División 63 excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	6,2	-5,2	1,0	0,0
LN	Sección L, División 68, Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	4,5	6,9	-2,4	0,1
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-0,7	-0,7	-0,0	0,1
M	Clase 7310	Publicidad	13,5	13,5	0,0	0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	13,7	13,9	-0,1	-0,1
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-6,8	-6,9	0,0	0,1
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	-4,2	-4,5	0,0	0,3
P	Grupo 654	Educación superior privada	4,3	3,6	0,0	0,7
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	3,5	4,2	-0,0	-0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	6,6	6,2	-0,1	0,4
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	21,5	18,1	1,0	2,2

Fuente: DANE, EMS.

1.2 Variación anual del personal ocupado total y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (mayo 2026p / mayo 2025).

En mayo de 2026, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación negativa en el personal ocupado total, en comparación con mayo de 2025.

Tabla 2. Variación anual del personal ocupado total y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios
Total nacional
Mayo 2026p / mayo 2025

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	0,7	1,6	1,6	0,7	
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	-7,1	-0,6	-1,0	-5,3	
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	-1,0	-0,5	-1,1	0,1	
J	División 58	Actividades de edición	-12,1	-6,9	-3,7	-1,5	
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	10,6	2,2	9,7	-0,3	
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión agencias de noticias	3,0	-0,5	-0,1	2,3	
J	División 61	Telecomunicaciones	-5,4	-6,1	-0,4	-2,5	
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	1,3	-0,4	-0,5	-0,4	
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7720 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	-2,5	-0,1	-0,2	-1,9	
M	División 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-0,1	0,0	-0,1	0,0	
M	Clase 7310	Publicidad	5,7	-1,5	-4,7	0,4	
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	-3,4	-1,0	-0,4	-0,5	2,4
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-13,6	-10,7	-2,9	0,0	
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	13,4	4,7	7,3	1,4	
P	Grupo 854	Educación superior privada	-0,7	0,33	-0,96	-0,06	-0,05
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	-2,0	-1,3	-0,1	-0,6	
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	-0,5	-0,9	0,6	-0,3	
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	-2,7	-1,2	-1,4	-0,1	

Fuente: DANE, EMS.

1.3 Variación anual de los salarios y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (mayo 2026p / mayo 2025)

En mayo de 2026, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con mayo de 2025.

Tabla 3. Variación anual de los salarios y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios
Total nacional
Mayo 2026p / mayo 2025

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	10,9	5,4	5,1	
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	18,4	12,1	6,2	
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	18,6	10,1	8,5	
J	División 58	Actividades de edición	10,0	5,0	5,0	
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	29,7	7,6	12,1	
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión agencias de noticias	6,4	1,7	4,8	
J	División 61	Telecomunicaciones	4,5	2,6	2,0	
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	0,9	0,1	0,7	
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7720 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	11,3	5,8	5,6	
M	División 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	7,2	3,3	3,8	
M	Clase 7310	Publicidad	6,0	5,4	1,5	
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	21,0	5,7	9,4	5,9
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	8,0	2,4	3,8	
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	20,9	13,2	7,7	
P	Grupo 854	Educación superior privada	6,0	0,5	1,7	3,8
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	8,1	3,3	4,8	
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	8,6	2,7	5,9	
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	15,0	6,8	8,3	

Fuente: DANE, EMS.

1.4 Variación año corrido de los ingresos nominales, personal ocupado total y salarios, según subsector de servicios (enero - mayo 2026p / enero - mayo 2025)

En lo corrido de 2026, dieciséis de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos, catorce presentaron variación negativa en el personal ocupado total y todos

los subsectores presentaron incrementos en los salarios, en comparación con el mismo periodo de 2025.

Tabla 4. Variación año corrido de los ingresos nominales, personal ocupado total y salarios, según subsector de servicios
Total nacional
Enero - mayo 2026p / enero - mayo 2025

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	0,2	0,7	11,0
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	12,0	-5,0	19,0
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	8,5	-1,6	20,2
J	División 58	Actividades de edición	0,6	-11,1	7,8
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	10,0	9,6	14,9
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión; agencias de noticias	7,9	0,2	7,7
J	División 61	Telecomunicaciones	1,9	-7,5	9,4
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	7,2	1,1	2,5
L,N	Sección L; División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	6,8	-1,5	10,8
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7490, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	12,5	1,8	7,0
M	Clase 7310	Publicidad	10,7	-4,5	9,8
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	16,8	-1,2	19,6
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-8,0	-9,9	9,3
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	-2,3	-8,9	20,1
P	Grupo 854	Educación superior privada	5,6	-0,9	6,1
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	4,3	-1,9	8,9
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	8,4	-0,3	8,9
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	14,6	-4,0	15,7

Fuente: DANE, EMS.

Subsectores de servicios con las tres variaciones positivas más representativas

2.1.1 Actividades profesionales científicas y técnicas

2.1.1.1 Variación anual: mayo 2026p / mayo 2025.

En mayo de 2026, los servicios de producción de películas cinematográficas y programas de televisión registraron un crecimiento de 27,5% en los ingresos nominales, el personal ocupado total presentó un incremento de 10,8% y los salarios registraron un aumento de 20,7%, en comparación con mayo de 2025.

Tabla 6. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación
Producción de películas cinematográficas y programas de televisión
Total nacional
Mayo 2026p

Índice (ene 2023-may 2026)	Variable	Variación anual (%)	Contribución a la variación anual (PP)
Ingresos totales nominales	**Ingresos totales nominales**	**27,5**	
	Ingresos por servicios prestados	39,5	21,1
	Ingresos por venta de mercancías	2,6	1,0
	Otros ingresos operacionales	55,5	5,4
Personal ocupado total*	**Personal ocupado total***	**10,8**	
	Permanente	3,9	2,3
	Temporal directo	35,8	8,7
	Agencias	-1,9	-0,3
Salarios personal ocupado sin agencias	**Salarios personal ocupado sin agencias**	**20,7**	
	Salarios personal permanente	16,5	7,6
	Salarios temporal directo	45,3	13,1

Fuente: DANE, EMS.

En comparación con el mismo mes de 2025, en mayo de 2026 los ingresos totales presentaron un aumento de 27,5%, que se explica por los incrementos de 39,5% en los ingresos por servicios, de 55,5% en otros ingresos operacionales y de 2,6% en la venta de mercancías.

En mayo de 2026 el personal ocupado total presentó una variación positiva de 10,8%, en comparación con mayo de 2025, que se explica por los incrementos de 35,8% en el personal temporal directo y de 3,9% en el personal permanente. En contraste, el personal contratado a través de agencias presentó una disminución de 1,9%.

Mientras que, los salarios en mayo de 2026 presentaron un incremento de 20,7%, en comparación con mayo de 2025, que se explica por los aumentos de 45,3% en los salarios del personal temporal directo y de 16,5% en los salarios del personal permanente.

2.1.2 Otros servicios de entretenimiento y otros servicios
2.1.2.1 Variación anual: mayo 2026p / mayo 2025

En mayo de 2026, los otros servicios de entretenimiento y otros servicios registraron un aumento de 21,5% en los ingresos nominales, el personal ocupado total presentó una disminución de 2,7% y los salarios registraron un crecimiento de 15,9%, en comparación con mayo de 2025.

Tabla 7. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación
Otros servicios de entretenimiento y otros servicios
Total nacional
Mayo 2026p

Índice (ene 2023-may 2026)	Variable	Variación anual (%)	Contribución a la variación anual (PP)
Ingresos totales nominales	**Ingresos totales nominales**	**21,5**	
	Ingresos por servicios prestados	20,6	18,3
	Ingresos por venta de mercancías	58,3	1,0
	Otros ingresos operacionales	23,5	2,2
Personal ocupado total*	**Personal ocupado total***	**-2,7**	
	Permanente	-2,0	-1,2
	Temporal directo	-4,4	-1,4
	Agencias	-1,7	-0,1
Salarios personal ocupado sin agencias	**Salarios personal ocupado sin agencias**	**15,9**	
	Salarios personal permanente	13,9	6,8
	Salarios temporal directo	20,1	9,1

Fuente: DANE, EMS.

En comparación con el mismo mes de 2025, en mayo de 2026 los ingresos totales presentaron un aumento de 21,5%, que se explica por los incrementos de 20,6% en los ingresos por servicios, de 23,5% en otros ingresos operacionales y de 58,3% en la venta de mercancías.

En mayo de 2026 el personal ocupado total presentó una variación negativa de 2,7%, en comparación con mayo de 2025, que se explica por las disminuciones de 4,4% en el personal temporal directo, 2,0% en el personal permanente y de 1,7% en el personal contratado a través de agencias.

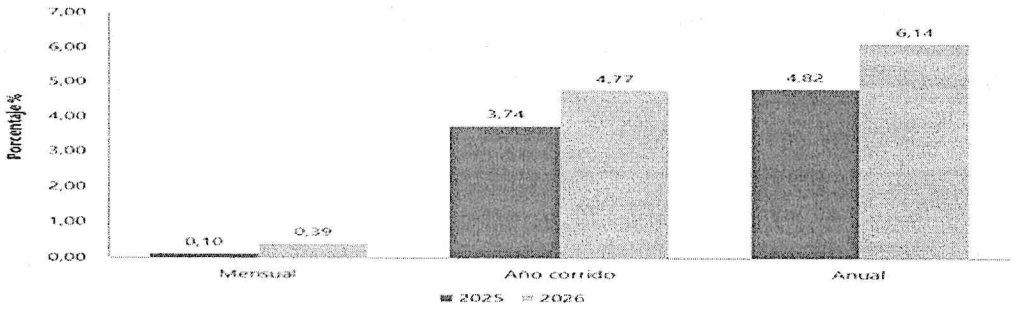
Mientras que, los salarios en mayo de 2026 presentaron un incremento de 15,9%, en comparación con mayo de 2025, que se explica por los incrementos de 20,1% en los salarios del personal temporal directo y de 13,9% en los salarios del personal permanente.

Índice de precios al consumidor Junio de 2026.

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Junio 2026

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Junio 2025 - 2026



Fuente: DANE, IPC.

1.1 Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases
1.1.1 Variación y contribución mensual por divisiones de gasto.

En el mes de abril de 2026, el IPC registró una variación de 0,78% en comparación con marzo de 2026, tres divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,78%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,51%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (1,06%) y por último, Transporte (0,81%). Por debajo se ubicaron: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,70%), Salud (0,70%), Bienes y servicios diversos (0,63%), Recreación y cultura (0,58%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,54%), Prendas de vestir y calzado (0,45%), Restaurantes y hoteles (0,34%), Educación (0,07%) y por último, Información y comunicación (-0,05%).

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Abril 2025 - 2026

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	19,05	1,10	0,21	1,51	0,29
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,53	0,02	1,06	0,04
Transporte	12,93	0,49	0,07	0,81	0,11
TOTAL	100,00	0,66	0,66	0,78	0,78
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	30,12	0,74	0,23	0,70	0,22
Salud	1,71	0,38	0,01	0,70	0,01
Bienes y servicios diversos	5,36	0,61	0,03	0,63	0,03
Recreación y cultura	3,79	0,45	0,01	0,58	0,02
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,38	0,01	0,54	0,01
Prendas de vestir y calzado	3,68	0,40	0,01	0,45	0,01
Restaurantes y hoteles	9,43	0,63	0,07	0,34	0,04
Educación	4,41	0,03	0,00	0,07	0,00
Información y comunicación	4,33	-0,19	0,00	-0,05	0,00

Fuente: DANE, IPC

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,78%), se ubicaron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Transporte y Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar, las cuales aportaron 0,65 puntos porcentuales a la variación total.

2.1 Comportamiento de la variación año corrido del IPC según divisiones y subclases

2.1.1 Variación y contribución año corrido por divisiones de gasto

En lo corrido del año, (enero - abril), cinco divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (3,87%): Educación (5,89%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (5,87%), Restaurantes y hoteles (5,62%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (4,77%) y por último, Salud (3,97%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Transporte (3,85%), Bienes y servicios diversos (3,44%), Bebidas alcohólicas y tabaco (3,12%), Información y comunicación (2,98%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (2,25%), Recreación y cultura (2,06%) y por último, Prendas de vestir y calzado (1,52%).

Cuadro 3. IPC Variación y contribución año corrido
Según divisiones de gasto
Abril 2025 - 2026

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Educación	4,41	5,68	0,23	5,89	0,24
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,06	4,25	0,79	5,87	1,10
Restaurantes y hoteles	8,43	3,98	0,44	5,62	0,64
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,32	0,09	4,77	0,19
Salud	1,71	3,90	0,05	3,97	0,07
TOTAL	100,00	3,30	3,30	3,87	3,87
Transporte	12,90	4,25	0,57	3,85	0,52
Bienes y servicios diversos	5,36	2,33	0,12	3,44	0,18
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	2,59	0,04	3,12	0,05
Información y comunicación	4,33	-0,61	-0,02	2,98	0,06
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	2,85	0,90	2,25	0,70
Recreación y cultura	3,79	1,39	0,04	2,06	0,06
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,97	0,03	1,52	0,05

Fuente: DANE, IPC.

Los mayores aportes a la variación en lo corrido del año (enero - abril), se ubicaron en las divisiones de Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Restaurantes y hoteles, Transporte y Educación, las cuales en conjunto contribuyeron con 3,19 puntos porcentuales a la variación total.

2.1.2 Variación y contribución de las subclases en el año corrido.

En abril de 2026 en comparación con diciembre de 2025, la variación de las subclases que más aportaron al acumulado del año fueron: transporte urbano (10,29%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (5,95%), frutas frescas (20,97%), arriendo imputado (1,95%), arriendo efectivo (2,03%), carne de res y derivados (6,44%), servicio doméstico (12,32%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (5,19%), servicios relacionados con la copropiedad (9,55%) y papas (36,51%). Con contribución negativa a la variación se ubicó: combustibles para vehículos (-2,18%), vehículo particular nuevo o usado (-1,02%), dulces, confites, caramelos, bombones, chocolatinas, chicles, masmelos, cocadas para consumo en el hogar (-17,24%), arroz (-1,94%) y legumbres secas (-3,79%).

Cuadro 4. IPC Variación y contribución año corrido
Por principales subclases
Abril 2026

Subclases	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Transporte urbano	10,29	0,49
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	5,95	0,46
Frutas frescas	20,97	0,27
Arriendo imputado	1,95	0,25
Arriendo efectivo	2,03	0,19
Carne de res y derivados	6,44	0,16
Servicio doméstico	12,32	0,13
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	5,19	0,12
Servicios relacionados con la copropiedad	9,55	0,12
Papas	36,51	0,12

Fuente: DANE, IPC.

3. RESULTADO ANUAL

3.1 Comportamiento de la variación anual del IPC según divisiones y subclases

3.1.1 Variación y contribución anual por divisiones de gasto.

En el mes de abril de 2026, el IPC registró una variación de 5,68% en comparación con abril de 2025. En el último año, las divisiones Restaurantes y hoteles (9,61%), Salud (8,21%), Educación (7,58%), Bebidas alcohólicas y tabaco (6,91%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (6,71%), Bienes y servicios diversos (6,11%) y por último, Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (5,79%) se ubicaron por encima del promedio nacional (5,68%). Entre tanto, las divisiones Transporte (4,95%), Información y comunicación (4,88%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (4,11%), Prendas de vestir y calzado (2,67%) y por último, Recreación y cultura (2,52%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Cuadro 5. IPC Variación y contribución anual
Según divisiones de gasto
Abril 2025 - 2026

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	7,71	0,84	9,61	1,07
Salud	1,71	5,31	0,09	8,21	0,14
Educación	4,41	7,38	0,30	7,58	0,31
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	4,64	0,08	6,91	0,12
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	4,61	0,67	6,71	1,27
Bienes y servicios diversos	5,36	3,66	0,19	6,11	0,32
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,74	0,11	5,79	0,23
TOTAL	100,00	5,16	5,16	5,68	5,68
Transporte	12,93	5,29	0,71	4,95	0,67
Información y comunicación	4,33	-1,51	-0,04	4,88	0,13
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	6,09	1,88	4,11	1,28
Prendas de vestir y calzado	3,96	1,54	0,06	2,67	0,08
Recreación y cultura	3,79	2,29	0,07	2,52	0,08

Fuente: DANE, IPC.

Los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Alimentos y bebidas no alcohólicas, Restaurantes y hoteles, Transporte y Bienes y servicios diversos, las cuales en conjunto contribuyeron con 4,60 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

3.1.2 Variaciones y contribuciones de las subclases en el año.

En abril de 2026 en comparación con abril de 2025, la variación anual de las subclases que más aportaron al índice total fueron: comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (9,64%), arriendo imputado (4,77%), transporte urbano (10,76%), arriendo efectivo (4,84%), carne

de res y derivados (13,20%), frutas frescas (17,90%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (9,85%), servicios relacionados con la copropiedad (12,79%), servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet (5,79%) y servicio doméstico (13,49%). Las mayores contribuciones negativas se presentan en: electricidad (-3,85%), arroz (-7,67%), carne de cerdo y derivados (-7,05%), combustibles para vehículos (-0,69%) y legumbres secas (-6,18%).

Cuadro 6. IPC Variación y contribución anual
Por principales subclases
Abril 2026

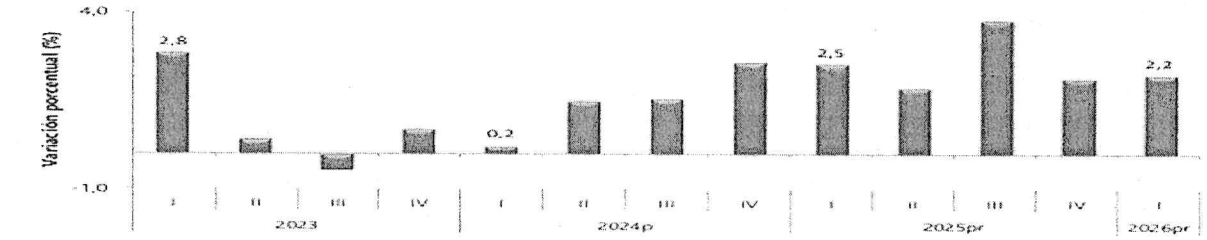
Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	9,64	0,73
Arriendo imputado	4,77	0,60
Transporte urbano	10,76	0,52
Arriendo efectivo	4,84	0,45
Carne de res y derivados	13,20	0,31
Frutas frescas	17,90	0,24
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	9,85	0,23
Servicios relacionados con la copropiedad	12,79	0,16
Servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet	5,79	0,14
Servicio doméstico	13,49	0,14

Fuente: DANE, IPC.

Las cuentas nacionales Las cuentas nacionales trimestrales constituyen una síntesis de la información de coyuntura económica, mediante la cual se articulan los indicadores de estadísticas básicas en los principales agregados macroeconómicos. Para tal efecto, las cuentas trimestrales se soportan en los estándares internacionales de medición económica definidos por la Organización de Naciones Unidas1 y el Fondo Monetario Internacional2. Este boletín técnico tiene como propósito presentar los principales cambios de corto plazo del Producto Interno Bruto (PIB). Estas cifras son utilizadas ampliamente por analistas, políticos, prensa, la comunidad empresarial y el público en general, para la toma de decisiones. El documento consta de tres capítulos; el primero, contiene los resultados de las series encadenadas de volumen con año de referencia 2015 del PIB trimestral desde los enfoques de la producción y gasto, e incluye los resultados del valor agregado bruto. El segundo, presenta el comportamiento del PIB a precios corrientes desde los enfoques de la producción y el gasto. El tercero, contiene el detalle de las revisiones presentadas durante el año, frente a la publicación anterior. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) implementó con el cambio del año base de las cuentas nacionales al año 2015, una mejora en su política general de difusión de datos coyunturales, ofreciendo a los usuarios series originales y corregidas de efectos estacionales y de calendario. La razón principal para este cambio es la implementación del calendario colombiano en sus prácticas habituales de ajuste estacional. Dado que el ajuste estacional es un proceso estadístico adicional a la compilación de las series originales, las recomendaciones internacionales sugieren fomentar la trasparencia de dicho procedimiento por medio de documentación clara. El DANE ha diseñado un procedimiento estandarizado y conjuntamente publicará una descripción detallada de las especificaciones para cada una de las series. Para conocer la metodología y las especificaciones de los modelos para realizar el ajuste estacional se sugiere consultar el siguiente enlace: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-portema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica.

Producto Interno Bruto (PIB)
I trimestre 2026 preliminar

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2023-I / 2026pr-I



Fuente: DANE, PIB_T

1. Producto Interno Bruto series encadenadas de volumen con año de referencia.

PIB desde el enfoque de la producción

En el primer trimestre de 2026pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,2% respecto al mismo periodo de 2025pr (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son: • Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,7% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual). •Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 2,9% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual). •Industrias manufactureras crece 2,9% (contribuye 0,3 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: •Industrias manufactureras crece 2,3%. •Actividades financieras y de seguros crece 2,2%. • 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 1,4%.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Primer trimestre 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2026pr-I / 2025pr-I	2026pr-I / 2025pr-IV
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-1,4	-0,5
Explotación de minas y canteras	-0,1	0,8
Industrias manufactureras	2,9	2,3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	2,6	0,3
Construcción	-5,4	-4,6
Comercio al por mayor y al por menor[3]	2,9	0,2
Información y comunicaciones	1,3	1,1
Actividades financieras y de seguros	2,8	2,2
Actividades inmobiliarias	2,0	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	2,2	0,5
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	5,7	1,3
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	3,2	1,4
Valor agregado bruto	**2,2**	**0,6**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,9	0,9
Producto Interno Bruto	**2,2**	**0,6**

Fuente: DANE, PIB_T

Industrias manufactureras: En el primer trimestre de 2026pr, el valor agregado de las industrias manufactureras crece 2,9% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 4): •Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco crece 2,0%. •Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles decrece 1,9%. •Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales decrece 3,8%. •Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos crece 4,0%. •Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo crece 4,6%. • Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras crecen 11,8%. Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las industrias manufactureras crece en 2,3%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas: •Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco crece 1,7%. •Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles decrece 2,8%. •Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales decrece 1,5%. •Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos crece 1,1%. •Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo crece 7,6%. •Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras crecen 6,1%.

Tabla 4. Industrias manufactureras
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Primer trimestre 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2026pr-I / 2025pr-I	2026pr-I / 2025pr-IV
Elaboración de productos alimenticios[2]	2,0	1,7
Fabricación de productos textiles[3]	-1,9	-2,8
Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles[4]	-3,8	-1,5
Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles[5]	4,0	1,1
Fabricación de productos metalúrgicos básicos[6]	4,6	7,6
Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras	11,8	6,1
Industrias manufactureras	**2,9**	**2,3**

Fuente: DANE, PIB_T

Comercio al por mayor y al por menor: En el primer trimestre de 2026pr, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 2,9% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 7): •Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 6,0%. •Transporte y almacenamiento crece 0,7%. •Alojamiento y servicios de comida decrece 1,8%. Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece en 0,2%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas: •Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 0,7%. •Transporte y almacenamiento crece 0,9%. •Alojamiento y servicios de comida crece 0,4%.

Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Primer trimestre 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2026pr-I / 2025pr-I	2026pr-I / 2025pr-IV
Comercio al por mayor y al por menor[3]	6,0	0,7
Transporte y almacenamiento	0,7	0,9
Alojamiento y servicios de comida	-1,8	0,4
Comercio al por mayor y al por menor[1]	**2,9**	**0,2**

Fuente: DANE,PIB_T

Información y comunicaciones: En el primer trimestre de 2026pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 1,3% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 1,1%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 8).

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Primer trimestre 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2026pr-I / 2025pr-I	2026pr-I / 2025pr-IV
Información y comunicaciones	**1,3**	**1,1**

Fuente: DANE, PIB_T

Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios: En el primer trimestre de 2026pr, el valor agregado de las 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 3,2% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 13): •Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 4,1%. •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 decrece 2,2%. Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las 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 en 1,4%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas: •Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios decrece 0,4%. •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 2,6%.

Tabla 13. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Primer trimestre 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2026pr-I / 2025pr-I	2026pr-I / 2025pr-IV
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	4,1	-0,4
Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores[3]	-2,2	2,6
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades[1]	**3,2**	**1,4**

Fuente: DANE, PIB_T

1.2 ASPECTO REGULATORIO (MARCO NORMATIVO APLICABLE)

El presente proceso, se regirá por las leyes colombianas vigentes, sobre todas y cada una de las materias que tengan relación con su desarrollo y ejecución, pero sin limitarse a ellas, ver., las laborales, tributarias, de comercio, cambiarias, de transporte, ambientales y, en especial por las que

rigen la contratación pública en Colombia y por las normas que las modifiquen, adicionen o sustituyan.

La normatividad vigente aplicable al objeto del Proceso de Contratación es:

- LEY 80 DE 1993 Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.
- 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 LEY 019 de 2012 por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública.
- DECRETO 1082 DE 2015 por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector administrativo de planeación nacional
- Decreto 579 de 2021 modificación de parágrafos del decreto 1082 de 2015
- LEY 789 DE 2002 Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.
- LEY 828 DE 2003 por la cual se expiden normas para el control a la evasión del sistema de seguridad social. Y sus decretos reglamentarios.
- Ley 2069 de 2020 por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA.

1.3 IDENTIFICACION DEL BIEN Y/O SERVICIO

CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS Y EL SECTOR AL CUAL PERTENECE: El presente objeto se encuentra en el clasificador de bienes y servicios de la agencia Nacional de Contratación Colombia eficiente de la siguiente manera:

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	CÓDIGO PRODUCTO
90 00 00 00	90 13 00 00	90 13 15 00	90 13 15 00

1.4 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO

La prestación del servicio deberá garantizar mínimo lo siguiente de acuerdo al requerimiento presentado por la Subdirección de Fomento y Desarrollo Turístico:

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD

1	SHOW ARTISTICO MUSICO TEATRAL El show y/o puesta en escena debe garantizar como mínimo un numero de treinta (30) artistas en escena con vestuario adecuado para cada presentación, dentro de los cuales se cuente con grupo base, cantantes de música llanera género masculino y femenino, bailadores de joropo tradicional y joropo estilizado. Se deberá garantizar la promoción de la marca meta "Somos la Ruta Natural" y cumplir con los requerimientos logísticos, sonido y ambientación escénica para cada show. Duración del show: Una (1) hora y treinta (30) minutos.	1

JOROPO SIN FRONTERAS: es un espectáculo que celebra la esencia misma del joropo. En cada acorde de arpa, en el zapateo de los bailadores y en el canto de las maracas, se despliega la historia de un pueblo que vive y respira al ritmo de su música. Un viaje apasionante a través de las vastas llanuras, donde los colores vibrantes de los trajes típicos se mezclan con la energía desbordante de los bailadores.

.DESARROLLO DEL ESPECTÁCULO – 90 MINUTOS	
Introducción del Show (6 minutos)	Introducción musical ejecutada por cuatro intérpretes, arpa, cuatro, maracas y bajo, acompañados 6 parejas de baile de espectáculo que harán un montaje coreográfico para dar inicio a nuestro espectáculo. Seguido a ellos las notas del arpa acompañados de nuestra voz femenina, interpretando un gran éxito del joropo conectaran con el público el cual será incluido en el espectáculo con diferentes dinámicas. .
Salida 1 (9 minutos)	Seguido de la introducción, se da paso al fragmento "EL JOROPO ES MUJER" donde se resalta el valor de la mujer en el baile del joropo, en un espectáculo interpretado por una bailarina solista y apoyado por 5 bailadoras de joropo espectáculo, donde la elegancia, el escobillado y el bordoneo del arpa serán los protagonistas.
Salida 2 (18 minutos)	En una respuesta contundente del escobillado de las bailadoras, se da paso al joropo tradicional con una coreografía espectáculo, que recibe al joropo tradicional con zapateos y jolgorios, 6 parejas de baile haciendo muestras y cortinas coreográficas alternadas con el canto criollo y sabanero, hacen alegorías a los trabajos de llano.

Salida 3 (15 minutos)	En este momento se realizan muestras coreográficas de joropo espectáculo y tradicional, creadas y desarrolladas con altos estándares de dificultad, coordinación y creatividad, las cuales son interpretadas por 24 bailadores en escena.
Salida 4 (19 minutos)	Finalizando la muestra coreográfica se da paso a una nueva intervención musical, con la interpretación de nuestro Cantante masculino quien, en compañía de los músicos, harán un show de solos musicales para la presentación individual de cada uno de los integrantes de la agrupación musical, para así y con el acompañamiento musical del cuatro, dar paso a un Show de zapateos en donde doce zapateadores harán una muestra del joropo tradicional y espectáculo.
Salida 5 (12 minutos)	En este momento, realizara la invitación al público asistente a visitar el departamento del Meta con la canción "EL META ES JOROPO" composición elaborada especialmente para este espectáculo.
Salida 6 (7 minutos)	Se dará paso a la intervención de un carrusel de bailadores alternados en 6 parejas de baile espectáculo y 6 parejas de baile tradicional, que brindaran una gran experiencia artística al público.
FINAL (10 minutos)	Finalizaremos el espectáculo, con una gran coreografía con la participación de nuestras 12 parejas de baile las cuales alternaran con baile de joropo tradicional y espectáculo, acompañadas por los músicos y cantantes, quienes además del show de danza, terminaran con un gran parrando llanero, en el cual participaran las personas y publico asistentes a cada uno de los eventos.

Tiempo total estimado para el Show "JOROPO SIN FRONTERAS" es de 1 hora y 30 minutos

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
BAILADORES DE JOROPO PROFESIONALES EN ESCENA	Bailadores, con experiencia en la ejecución del show, que usan el movimiento de sus cuerpos y expresiones corporales para contar y narrar una historia, interpretando la música y la coreografía de modo artístico, lo que les ayuda a comprender al personaje que deben interpretar. Estos bailadores poseen más de un talento y, en ocasiones, usan sus habilidades interpretativas o de canto durante su actuación y estas actuaciones pueden ser en grupo, en pareja o en solitario.
AGRUPACIÓN MUSICAL LLANERA	Agrupación musical de música llanera, con experiencia en la ejecución del show, conformada por los instrumentos de arpa, cuatro, maracas y bajo y sus respectivos músicos de gran trayectoria en la danza y música llanera, con una sólida formación musical y de gestión, fundamentada en el dominio de la teoría y las competencias interpretativas de sus instrumentos en espectáculos musicales.
CANTANTE DE MÚSICA LLANERA	2 cantantes de reconocimiento Departamental (1 voces masculinas y 1 voz femenina, quien estará a acompañado de la agrupación musical

	llanera, quien a su vez apoyará a los bailadores del show de la obra teatro-musical y a su vez estará amenizando a los asistentes presentes del evento, así como la presentación de los sitios de interés turísticos a promocionar por el Instituto.
AMBIENTACION	Se realizará la promoción de la marca meta "Somos la Ruta Natural" y cumplirá con los requerimientos logísticos, de ambientación y amplificación de sonido para cada show.

EXPERIENCIA INTEGRANTES SHOW

GRUPO BASE: Agrupación musical llanera, integrado por músicos profesionales de nuestra región, ejecutantes del Arpa, Cuatro, Maracas y Bajo, con una gran experiencia en la ejecución y musicalización de shows artísticos.

CANTANTES: 2 cantantes, intérpretes del folclor llanero de reconocimiento departamental e internacional, una voz femenina y voz masculina, quienes alternaran en el espectáculo con canciones que son grandes éxitos de la música llanera, lo que permitirá que el público se conecte con el show, además de brindarnos la posibilidad de escuchar las interpretaciones en estilos totalmente diferentes como son el criollo y estilizado.

PAREJAS DE BAILE: Dicho espectáculo, contará con la participación de 12 parejas de baile divididas en 6 parejas de baile de joropo espectáculo y 6 parejas de baile de joropo tradicional, bailadores de gran trayectoria artística catalogados como los grupos folclóricos más reconocidos del país; ellos realizarán piezas de baile individual y coreográfico, show de zapateos y escobillados.

PERFILES MUESTRA CULTURAL Y/O ARTISTICA:

- Academia/grupo de baile con participación en eventos de reconocimiento nacional con muestras folclóricas y show llaneros.
- La academia y/o la agrupación debe adjuntar como mínimo 3 soportes que sustenten presentaciones artísticas en otros departamentos.
- Uno de los cantantes de música llanera debe contar con catorce (14) años de trayectoria artística y como mínimo dos (2) producciones discográficas.
- Uno de los cantantes de música llanera debe contar con diez (10) años de trayectoria relacionada; experiencia en eventos de asistencia masiva donde se exalten las costumbres llaneras (mínimo 3 soportes) y experiencia discográfica.
- El show debe ser autoría de la academia.
- El espectáculo debe contar con un coreógrafo (soportar 2 años de formación de danzas tradicional llanera), y un director del mismo (soportar 2 años de formación de danza).

PERFIL DEL TITULAR

- Experiencia certificada mínimo tres (3) contratos y/o certificaciones en contratación estatal y/o privada garantizando la prestación de servicios relacionados al actual objeto contractual.

- La persona debe acreditar en su registro mercantil y/o certificado de existencia y representación legal dentro de su objeto social el desarrollo de (Actividades de espectáculos musicales en vivo).

1.5 LUGAR Y PLAZO DE EJECUCIÓN

El lugar de cumplimiento del objeto del contrato será en el municipio de Villavicencio, pactando como domicilio contractual el municipio de Villavicencio.

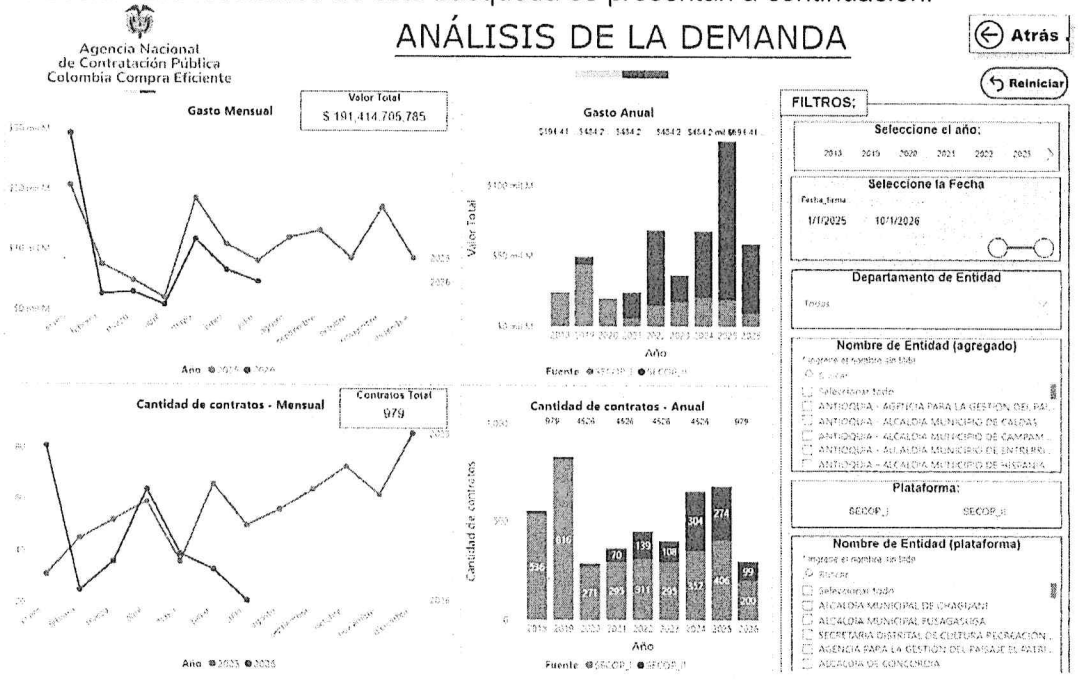
El contratista debe cumplir con el objeto y obligaciones contractuales durante un plazo de **CINCO (5) DÍAS**, a partir de la firma del acta de inicio.

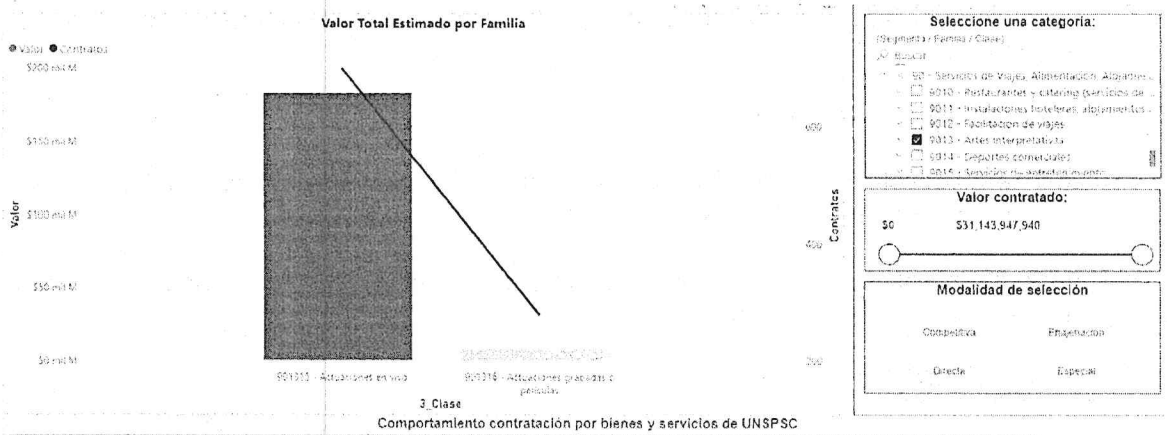
2 OBJETIVO DEL ESTUDIO

El presente estudio tiene como objetivo realizar un análisis de la oferta y demanda del sector del bien o servicio requerido, permitiendo establecer los precios promedio del mercado el cual servirá como base para establecer el presupuesto del proceso de selección. Lo anterior en aras de que el Instituto de Turismo del Meta obtenga la mejor oferta económica y seleccione el contratista idóneo para suplir las necesidades.

3 ANALISIS DE LA DEMANDA

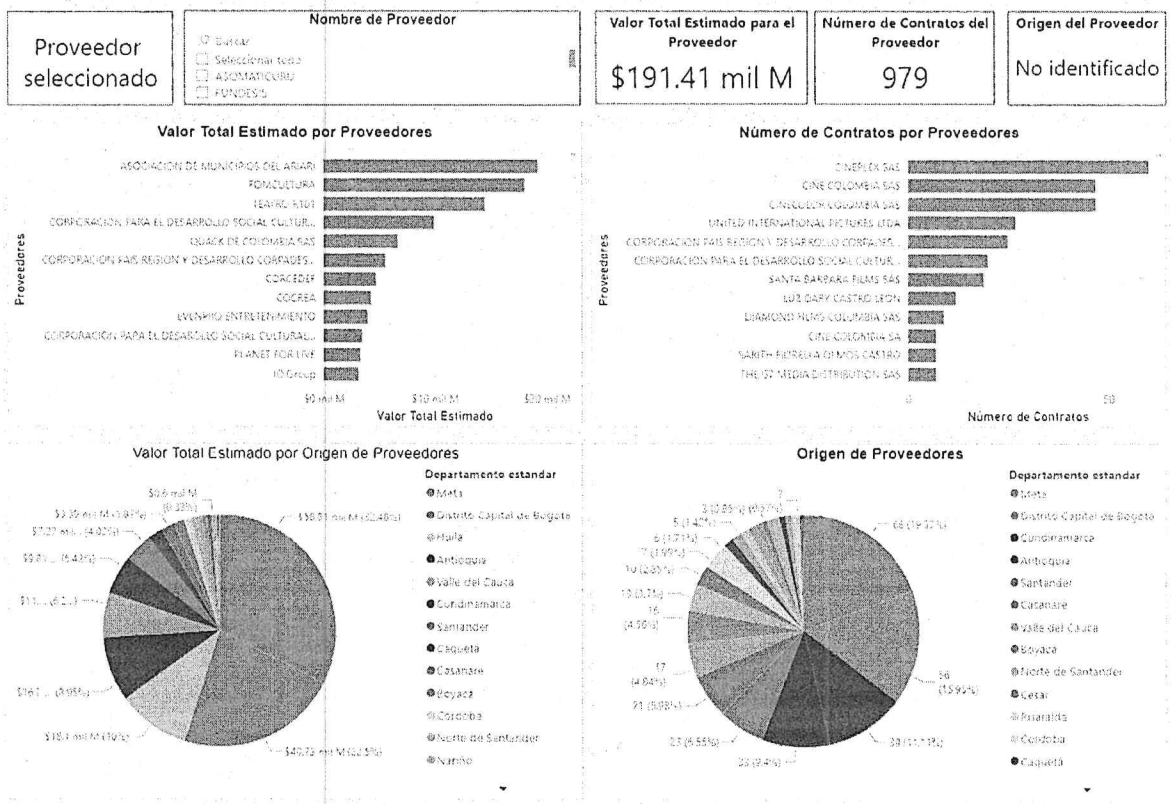
Este numeral tiene como propósito analizar el tipo de consumidor en el sector objeto de estudio: clientes o empresas que hayan utilizado el producto o servicio y posibles consumidores o utilizadores del producto o servicio. Para el efecto, se realizó una búsqueda en el Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP), identificando entidades estatales que hayan realizado contrataciones similares, de tal forma que se considere pertinente su análisis para el presente estudio de sector. Los resultados de esta búsqueda se presentan a continuación.

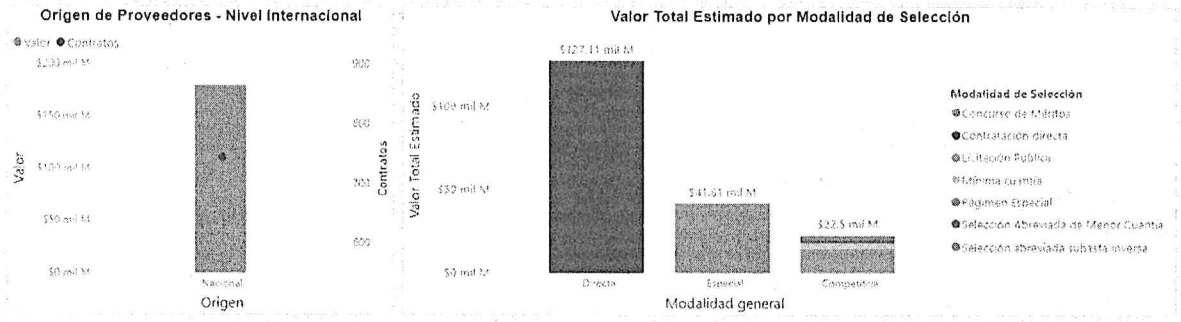




Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2025			2026			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
9013 - Artes interpretativas	680	$132,499,222,283	69.22%	299	$58,915,483,502	30.78%	979	$191,414,705,785	100.00%
Total	680	$132,499,222,283	69.22%	299	$58,915,483,502	30.78%	979	$191,414,705,785	100.00%





3.2 Histórico de contratación del ITM

Se revisaron procesos de selección similares de los últimos años, en los cuales se adquirieron los bienes o servicios objeto de estudio. A continuación, se resume el proceso de selección y el contrato resultante del mismo.

Número del proceso	306-2025
Entidad contratante	INSTITUTO DE TURISMO DEL META
Contratista	CORPORACION PAIS REGION Y DESARROLLO CORPADESARROLLO
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA GARANTIZAR LA PRESENTACIÓN DE SHOWS MUSICO TEATRAL, PARA APOYAR EL CALENDARIO DE EVENTOS EN EL MARCO DEL XXVI FESTIVAL DE LA FRATERNIDAD CASTILLENSE
Plazo de ejecución	DIEZ (10) DIAS
Valor	$ 127.917.092

Número del proceso	084-2025
Entidad contratante	INSTITUTO DE TURISMO DEL META
Contratista	COMPAÑIA DE JOROPO
Objeto	PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA GARANTIZAR LA PRESTACION DE SHOWS MUSICO TEATRAL EXALTANDO EL FOLCLOR LLANERO EN EL MARCO DE LOS DIFERENTES EVENTOS DE LA FERIA AGROINDUSTRIAL BOVINA EQUINA Y TURISTICA EXPOMALOCAS 2025 EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO
Plazo de ejecución	CINCO (5) DIAS
Valor	$383.751.276

Número del proceso	017-2025
Entidad contratante	INSTITUTO DE TURISMO DEL META
Contratista	CORPORACION PAIS REGION Y DESARROLLO CORPADESARROLLO

Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA GARANTIZAR LA PRESENTACION DE SHOWS MUSICO TEATRAL, EXALTANDO EL FOLCLOR LLANERO, COMO ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO DE LA FERIA AGROINDUSTRIAL BOVINA, EQUINA Y TURISTICA EXPOMALOCAS 2025, EN LA CIUDAD DE BOGOTA D.C
Plazo de ejecución	OCHO (8) DIAS
Valor	$443.520.000

Número del proceso	369-2024
Entidad contratante	INSTITUTO DE TURISMO DEL META
Contratista	CORPORACION CULTURAL LLANERA LUIS ARIEL Y GIL ARIALDO REY ROA
Objeto	PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA GARANTIZAR LA PRESENTACION DE UN SHOW MUSICAL FANTASIA ANIMAL, A FIN DE PROMOCIONAR LA MARCA META, EN EL MARCO DE LA FERIA AGROINDUSTRIAL, BOVINA, EQUINA Y TURISTICA EXPOMALOCAS 2024
Plazo de ejecución	DIEZ (10) DIAS
Valor	$80.000.000

Número del proceso	393-2023
Entidad contratante	INSTITUTO DE TURISMO DEL META
Contratista	CORPORACION CULTURAL LLANERA LUIS ARIEL Y GIL ARIALDO REY ROA
Objeto	PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA GARANTIZAR UN SHOW MUSICO TEATRAL EN EL MARCO DEL 86° ANIVERSARIO DE MUNICIPIO DE PUERTO LOPEZ, PARA PROMOCIONAR LA MARCA META
Plazo de ejecución	CINCO (5) DIAS
Valor	$45.000.000

Número del proceso	301-2023
Entidad contratante	INSTITUTO DE TURISMO DEL META
Contratista	CORPORACIÓN CULTURAL LUNA ROJA
Objeto	PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE MUESTRAS FOLCLÓRICAS Y SHOWS MUSICO TEATRALES EN DIFERENTES ESCENARIOS TURÍSTICOS PARA LA PROMOCIÓN DE LA RED DE PARQUES EN EL DEPARTAMENTO DEL META.
Plazo de ejecución	CUATRO (4) MESES
Valor	$370.200.000

Número del proceso	424-2023
Entidad contratante	INSTITUTO DE TURISMO DEL META

Contratista	COMPAÑÍA DE JOROPO
Objeto	PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA LA REALIZACION DE MUESTRAS FOLCLORICAS Y SHOWS MUSICO TEATRALES EN DIFERENTES ESCENARIOS TURISTICOS PARA LA PROMOCION DE LA RED DE PARQUES EN EL DEPARTAMENTO DEL META
Plazo de ejecución	CUATRO (4) MESES
Valor	$495.900.000

3.2. Contrataciones similares adelantadas por otras entidades

A continuación, se analizan los procesos adelantados por otras entidades estatales con objetos similares al del presente estudio.

Número del proceso	184-2025
Entidad contratante	INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE CULTURA DEL META
Contratista	GUSTAVO ERLEDY VASQUEZ MALDONADO
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS PARA GARANTIZAR LA PRESENTACIÓN DE UN SHOW DE ESPECTACULO LLANERO Y UNA MUESTRA CULTURAL DE MUSICA Y DANZA LLANERA CON EL FIN DE PROMOCIONAR LA CULTURA LLANERA, EN EL MARCO DE LA CONMEMORACION DE LOS 453 AÑOS DEL MUNICIPIO DE VILLA DE LEYVA-DEPARTAMENTO DE BOYACA Y EL 64° FESTIVAL DEL BAMBUCO EN SAN JUAN Y SAN PEDRO EN EL MUNICIPIO DE NEIVA-DEPARTAMENTO DEL HUILA
Plazo de ejecución	VEINTE (20) DIAS
Valor	$137.900.000

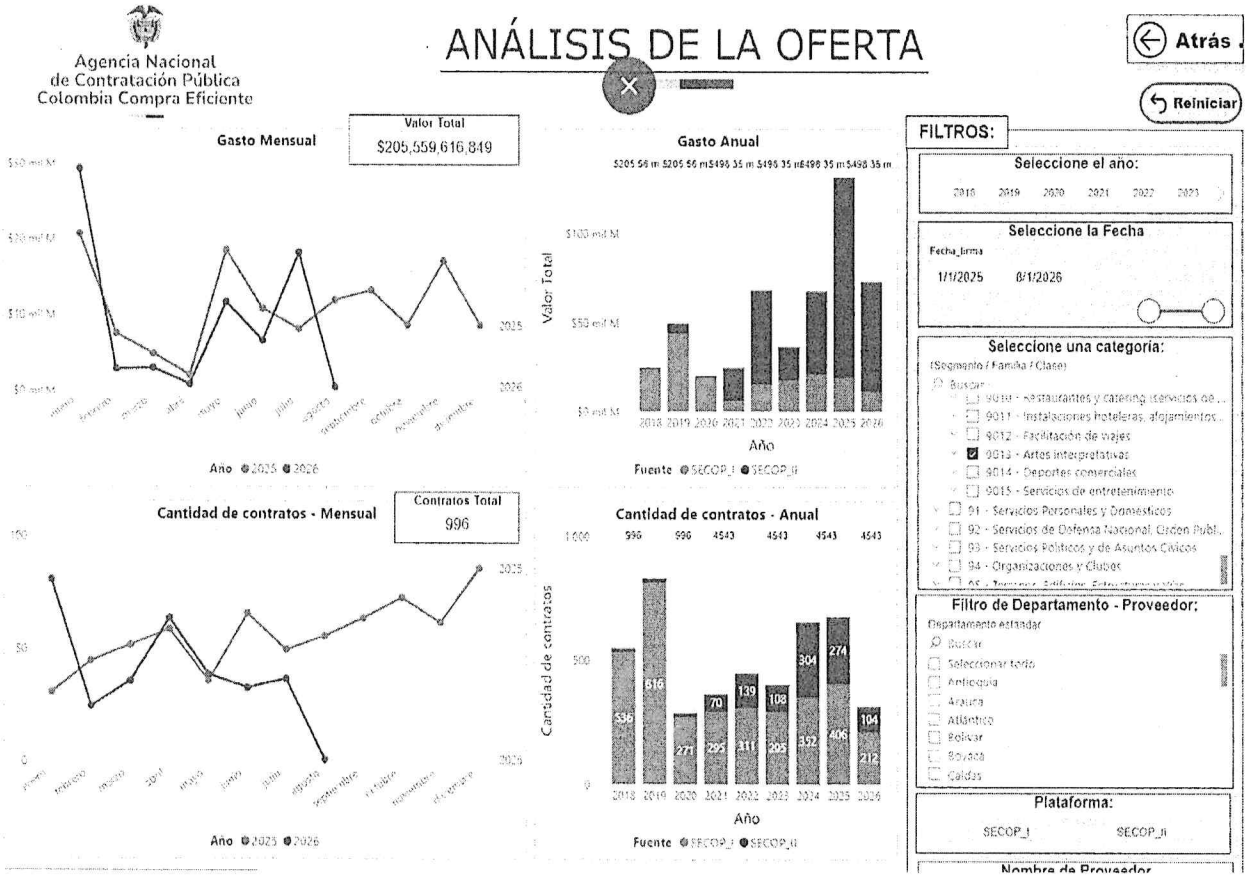
Número del proceso	VC-SG-CD-231 DE 2025
Entidad contratante	MUNICIPIO DE VILLANUEVA CASANARE
Contratista	CORPORACION PAIS REGION Y DESARROLLO CORPADESARROLLO
Objeto	CONTRATAR LOS SERVICIOS ARTÍSTICOS TIPO TEATRO MUSICAL Y SHOW ARTÍSTICO ITINERANTE EN EL MARCO DE LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DE LA NIÑEZ REALIZADO EN EL MUNICIPIO DE VILLANUEVA CASANARE
Plazo de ejecución	CINCO (5) DIAS
Valor	$56.000.000

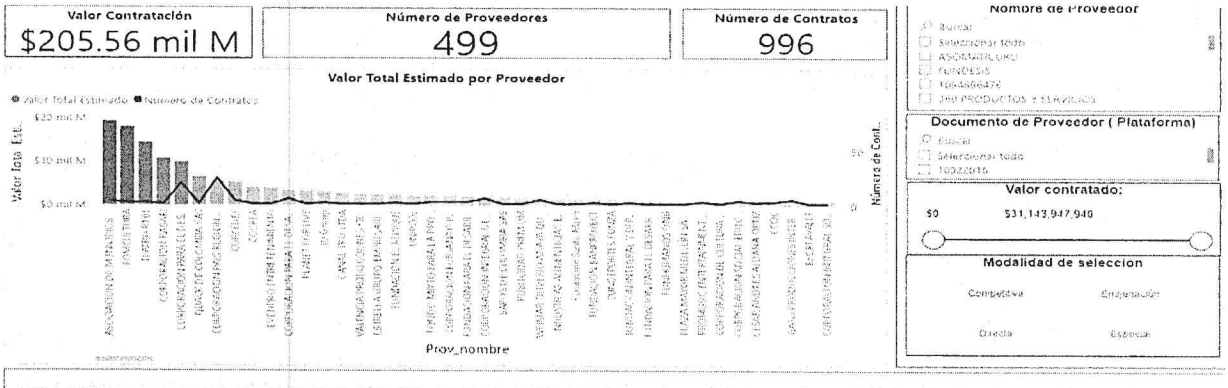
Número del proceso	SFP-CD-037-2024
Entidad contratante	DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA-SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA
Contratista	COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO
Objeto	CONTRATAR LA FUNCIÓN EXCLUSIVA DE UN SHOW DE TEATRO MUSICAL NAVIDEÑO DIRIGIDO A LOS HIJOS DE LOS FUNCIONARIOS DE LA GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA EN EL MARCO DEL PLAN DE BIENESTAR 2024.
Plazo de ejecución	SIETE (7) DIAS
Valor	$99.924.500

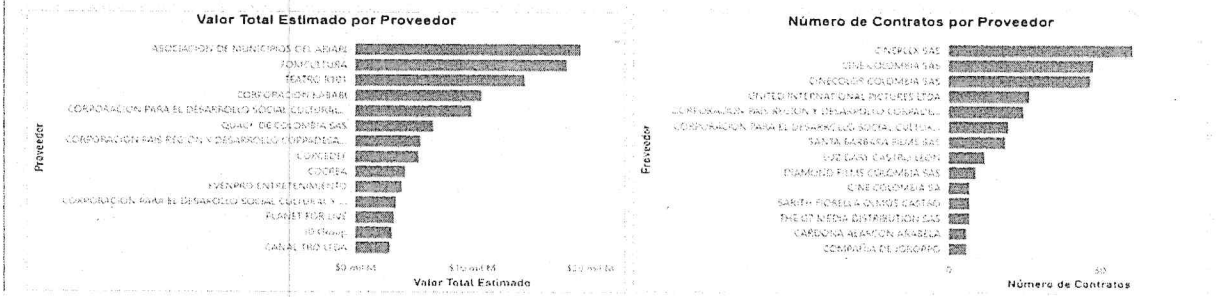
Número del proceso	CD-CPS-198-2024
Entidad contratante	ICTY
Contratista	LAURA CONSTANZA PARRA RIAÑO
Objeto	REALIZAR UN 1 SHOW ARTÍSTICO DE DANZA LLANERA CON LA OBRA DENOMINADA "ENTREVERAO" DE LA RECONOCIDA INSTRUCTORA LAURA CONSTANZA PARRA RIAÑO COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE YOPAL COMO DESTINO TURÍSTICO, INCENTIVANDO A LOCALES, VISITANTES Y TURISTAS A CONOCER Y APROPIAR LAS COSTUMBRES Y EL PATRIMONIO MATERIAL E INMATERIAL DEL MUNICIPIO DE YOPAL EN EL MARCO DEL PROGRAMA "YOPAL DESTINO PARA TODOS. DESCUBRE, VIVE Y DISFRUTA
Plazo de ejecución	TRES (3) DIAS
Valor	$35.000.000

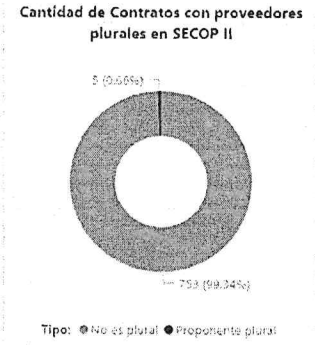
Número del proceso	CD-CPS-2024-112
Entidad contratante	ICTY
Contratista	JHOOL ALEXANDER MARIN MENDOZA
Objeto	REALIZAR UN (1) SHOW ARTÍSTICO Y CULTURAL DE DANZA LLANERA CON LA OBRA "CASANARE DOSCIENTOS AÑOS DE POSTCONFLICTO, LA HISTORIA QUE CUENTA EL JOROPO" CON EL RECONOCIDO DIRECTOR Y COREÓGRAFO JHOOL ALEXANDER MARIN MENDOZA Y SU AGRUPACIÓN "COMPAÑÍA ARTÍSTICA DANZA COLOMBIA (DANCO)", EN EL MARCO DEL DIA DE LA LLANERIDAD, A REALIZARSE EN EL MES MAYO EN EL MUNICIPIO DE YOPAL, CON EL FIN DE CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO, FOMENTO Y PRESERVACIÓN DE LAS EXPRESIONES CULTURALES Y EL PATRIMONIO DEL MUNICIPIO.

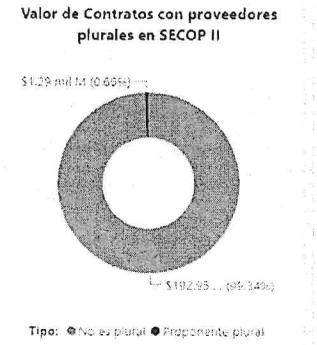
Plazo de ejecución	DOS (2) DIAS
Valor	$53.000.000

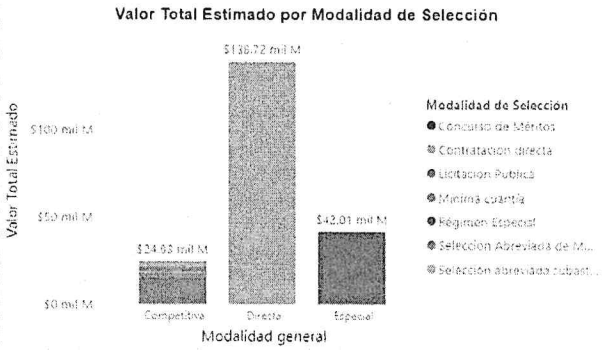


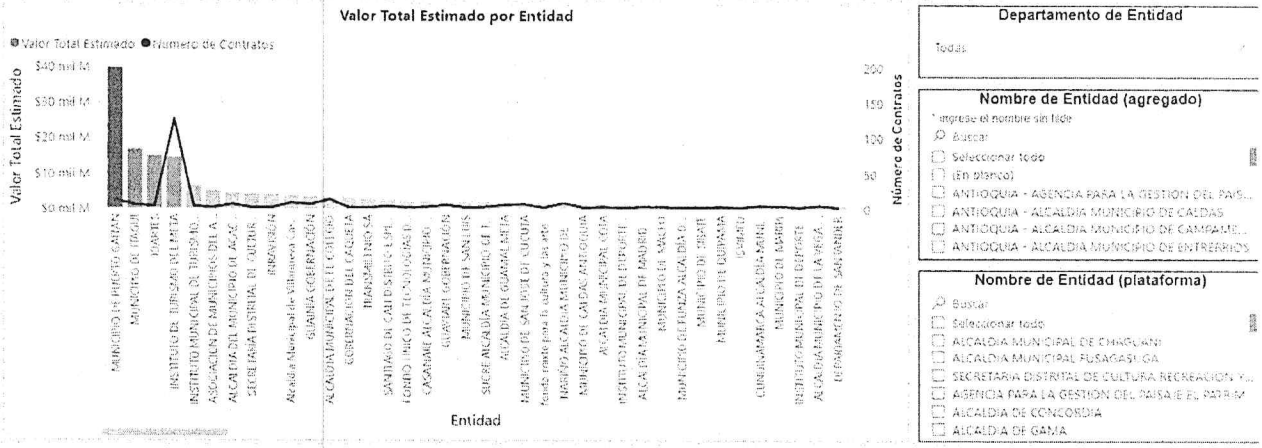

Valor Contratación
$205.56 mil M
Número de Proveedores
499
Número de Contratos
996
Valor Total Estimado por Proveedor
Valor Total Estimado
Número de Cont...
Prov_nombre
Nombre de Proveedor
Documento de Proveedor (Plataforma)
Valor contratado:
$0
$31,143,947,940
Modalidad de seleccion
Competitiva
Contratación directa
Directo
Especial


Valor Total Estimado por Proveedor
Proveedor
Valor Total Estimado
Número de Contratos por Proveedor
Proveedor
Número de Contratos


Cantidad de Contratos con proveedores plurales en SECOP II
Tipo: No es plural Proponente plural


Valor de Contratos con proveedores plurales en SECOP II
Tipo: No es plural Proponente plural


Valor Total Estimado por Modalidad de Selección
Valor Total Estimado
Modalidad general
Modalidad de Selección
Concurso de Méritos
Contratación directa
Licitación Pública
Mínima cuantía
Régimen Especial
Selección Abreviada de M...
Selección abreviada subast...


Valor Total Estimado por Entidad
Valor Total Estimado
Número de Contratos
Entidad
Departamento de Entidad
Nombre de Entidad (agregado)
Nombre de Entidad (plataforma)

Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2025			2026			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
9013 - Artes interpretativas	680	$132,499,222,283	64.46%	316	$73,060,394,566	35.54%	996	$205,559,616,849	100.00%
Total	680	$132,499,222,283	64.46%	316	$73,060,394,566	35.54%	996	$205,559,616,849	100.00%

4 PROPUESTA

El propósito fundamental de este estudio es salvaguardar los intereses de nuestra entidad al asegurar la idoneidad y capacidad legal de los contratistas, al tiempo que se garantiza la satisfacción de nuestras necesidades específicas en términos de bienes o servicios. La combinación de estos dos elementos contribuye a la ejecución exitosa de los contratos y al cumplimiento efectivo de nuestras responsabilidades como entidad contratante

De igual forma y de acuerdo con la experiencia adquirida en anteriores contrataciones, este estudio busca que la persona cumpla con los requerimientos establecidos en la parte previa del contrato.

No	COTIZANTE	CORREO – DIRECCIÓN - TELEFONO
1	**GUSTAVO VASQUEZ MALDONADO**	**Correo Electrónico**: grupocabrestero@hotmail.com **Dirección:** Cra 41 No. 8-14 Barrio Esperanza **Celular:** 3133907605

5 PRECIOS DE MERCADO/VALOR REMUNERACION

De acuerdo al análisis realizado es importante mencionar que para este mismo tipo de servicios la entidad en procesos anteriores ha solicitado varias cotizaciones previamente para poder determinar que el valor es acorde a los precios de mercado; teniendo en cuenta este ejercicio, la entidad para el presente proceso determino que los valores que constantemente se han cotizado en este tipo de servicios puede variar si se presenta un factor técnico adicional.

Por lo anterior y de acuerdo a los precios encontrados en los históricos de la entidad sobre la contratación realizada durante la vigencia 2025 para este tipo de servicios y teniendo en cuenta la trayectoria de los grupos de shows músico teatrales que se pretende contratar, se determinó que es apropiado y coherente establecer como valor a pagar sobre el perfil y las especificaciones técnicas solicitadas y que ha contratado históricamente la entidad de acuerdo con los contratos 021-2025, contrato 083-2025, contrato 084-2025, contrato 239-2025, y el incremento del IPC de 2025, la suma de: TREINTA Y TRES MILLONES SEISCIENTOS DIEZ MIL DOSCIENTOS DIECISEIS PESOS M/CTE ($33.610.216).

Por tratarse de un sistema de contratación que busca la selección del que ofrezca las mejores condiciones al Instituto de Turismo del Meta para la ejecución de un contrato de prestación de servicios, factores como los cambios en las formas de adquisición, fluctuaciones del valor de las materias primas, devaluación y otros índices económicos; no afectan el equilibrio económico del contrato.

De esta manera, de conformidad con lo establecido en el Decreto 1082 de 2015 en su artículo "Artículo 2.2.1.2.1.4.9. Contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, o

para la ejecución de trabajos artísticos que solo pueden encomendarse a determinadas personas naturales; las Entidades Estatales pueden contratar bajo la modalidad de contratación directa la prestación de servicios profesionales, artísticos y de apoyo a la gestión con la persona natural o jurídica que esté en capacidad de ejecutar el objeto del contrato, siempre y cuando la Entidad Estatal verifique la idoneidad o experiencia requerida y relacionada con el área de que se trate. *En este caso, no es necesario que la Entidad Estatal haya obtenido previamente varias ofertas,* de lo cual el ordenador del gasto debe dejar constancia escrita.

De igual forma y de acuerdo a la experiencia adquirida en anteriores contrataciones, este estudio busca que la persona cumpla con los requerimientos establecidos en la parte previa del contrato.

PRECIO HISTORICO – Tomado de los contratos 021-2025, contrato 083-2025, contrato 084-2025, contrato 239-2025.

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR HISTORICO	INCREMENTO IPC (5,10)	VALOR TOTAL
1	SHOW MUSICO TEATRAL: con 30 artistas así: Grupo base encargados de la puesta en escena musical compuesto por Arpista, cuatrista, maraquero y bajista, todos ellos con experiencia en la ejecución del show, 2 cantantes de reconocimiento Departamental (1 voz masculinas y 1 voz femenina), 6 parejas de baile tradicional y 6 parejas de baile estilizado o espectáculo. Duración: una (1) hora y 30 min. Lugar de ejecución: departamento del Meta..	Unidad	1	31.979.273	1.630.943	$ 33.610.216
SUB TOTAL						**$ 33.610.216**

TOTAL			**$ 33.610.216**

6 DESCUENTOS DEPARTAMENTALES

Las estampillas departamentales y/o tributos territoriales que, conforme a la normatividad vigente, resultan aplicables al eventual contrato a suscribir, tiene como finalidad advertir a los proponentes sobre las cargas tributarias de carácter territorial que deben ser consideradas dentro de la estructuración de su oferta económica.

Los descuentos Departamentales que aplica la entidad a los procesos y sus adicciones, dependiendo el tipo de contratación y la cuantía son los siguientes, aplicados sobre el valor antes de IVA si hay lugar a este:

TOTAL ESTAMPILLAS DEPARTAMENTALES		
DESCUENTO	**PORCENTAJE**	**MONTO**
PRODESARROLLO	2%	Sobre el 100%
PROCULTURA	2%	Sobre el 100%
PROTURISMO	2%	Sobre el 100%
PROUNILLANOS	1%	Sobre el 100%
PRO ADULTO MAYOR	2%	A partir de 2600 UVT
PRO DEPORTE	2%	Sobre el 100%
PRO HOSPITAL	1%	Igual o mayor al 10% de la menor cuantía sobre el valor total del contrato
ESTAMPILLA PARA LA JUSTICIA FAMILIAR	2%	Igual o superior a 10 SMLMV

NOTA 1: De acuerdo con la circular No 012-2025 de la secretaria de hacienda del Departamento del Meta, dirigida a ordenadores del gasto, supervisores, interventores, contratistas de la administración central e Institutos descentralizados, se insta al área administrativa y financiera revisar la normatividad y sus cambios para la aplicación del **IMPUESTO DE TIMBRE** según decreto 175 de 2025.

Hecho generador: de acuerdo con el artículo 519 del estatuto tributario, el impuesto de timbre se causa para el Departamento del Meta Nivel Central y sus entidades descentralizadas, cuando se cumplan los siguientes requisitos:

1. Suscripción de contratos cuya cuantía sea superior a 6.000 UVT ($298.794.000). Si es un valor inferior no se causa el impuesto.

2. Si en la vigencia 2025 se suscribe una adición que sumada al contrato inicial supere la cuantía en mención deberá autoliquidar el impuesto sobre la adición.

La tarifa corresponderá al 0,5% del valor del contrato o adición de la base gravable liquidada por el contratista.

El procedimiento para el pago o descuento del impuesto de timbre debe seguirse conforme a lo señalado en la circular No 012-2025 o cualquier procedimiento que sustituya el mismo bajo seguimiento de la Subdirección Administrativa y Financiera de la entidad.

El contratista deberá remitir el pago del impuesto realizado al supervisor.

Los demás impuestos, tasas, contribuciones y retenciones de orden nacional o territorial que legalmente resulten aplicables serán asumidos conforme a la normativa vigente al momento de su causación, (***Retención en la fuente, Reteiva y Reteico aplicables dependiente la calidad que tenga el contribuyente y de acuerdo a los porcentajes establecidos sobre los bienes y/o servicios prestados.)***

Es responsabilidad de cada proponente estructurar su oferta considerando la totalidad de obligaciones tributarias que le correspondan, de acuerdo con su régimen fiscal y la naturaleza del contrato.

DANIEL IVAN PARDO
SUBDIRECTOR TÉCNICO

NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	FIRMA
Elaboro: William Osma	Profesional CPS	

Meta Somos la ruta natural	ESTUDIO DE MERCADO	
	Proceso de Gestiòn Jurìdica y Contrataciòn	

OBJETO: "PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA GARANTIZAR LA PRESENTACIÓN DE UN SHOW ARTISTICO MUSICO TEATRAL A FIN DE PROMOCIONAR LA MARCA META "SOMOS LA RUTA NATURAL" EN EL DEPARTAMENTO DEL META".

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR HISTORICO	INCREMENTO IPC 5.5,10	PRESUPESTO OFICIAL	
						VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	SHOW MUSICO TEATRAL: con 30 artistas así: Grupo base encargados de la puesta en escena musical compuesto por Arpista, cuatrista, maraquero y bajista, todos ellos con experiencia en la ejecución del show, 2 cantantes de reconocimiento Departamental (1 voz masculinas y 1 voz femenina), 6 parejas de baile tradicional y 6 parejas de baile estilizado o espectáculo. Duración: una (1) hora y 30 min. Lugar de ejecución: departamento del Meta..	Unidad	1	31.979.273	1.630.943	$ 33.610.216	$ 33.610.216
SUB TOTAL						**SUB TOTAL**	**$ 33.610.216**
IVA						**IVA**	
TOTAL						**TOTAL**	**$ 33.610.216**

OBSERVACIONES: ***PARA EL PRESENTE PROCESO SE TUVO COMO REFERENCIA LOS PRECIOS HISTORICOS DE CONTRATOS 021,083,084,239 DE 2025.***

VALOR TOTAL PARA EL CONTRATO EN LETRAS: TREINTA Y TRES MILLONES SEISCIENTOS DIEZ MIL DOSCIENTOS DIECISEIS PESOS M/CTE ($33.610.216).

NOTA 1: Es importante señalar a los posibles interesados en el proceso de contratación; el valor de cada ítem no puede superar a lo destinado en el estudio de mercado y se encuentran contemplados todos los descuentos e impuestos aplicados por la Entidad.

WILLIAM FERNANDO OSMA BELTRAN
C.P.S Apoyo Profesional
Proyectó

	CERTIFICADO DEL BANCO DE PROGRAMAS Y PROYECTOS DE INVERSIÓN DEPARTAMENTAL – BPPID – EJECUCIÓN DE RECURSOS	CÓDIGO:	F-PE-19
		VERSIÓN:	01

EL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN DEPARTAMENTAL - DAPD GERENCIA DE INVERSIÓN PÚBLICA Y BANCO DE PROYECTOS DEL DEPARTAMENTO DEL META

En cumplimiento del Numeral 3.4.1.3 del Artículo 3° del Decreto 0460 de 2012 y el Artículo 20 del Decreto 032 de 2015,

Certifica que el Proyecto:

FORTALECIMIENTO DEL SECTOR TURISTICO MEDIANTE CNALES DE PROMOCIÓN EN EL DEPARTAMENTO DEL META

Se encuentra registrado en el Banco de Programas y Proyectos de Inversión Departamental BPPID bajo el número: **2024005500237**

Observaciones: POAI 2026.

En la fecha 26 de agosto de 2026, la Unidad Ejecutora ***INSTITUTO DE TURISMO DEL META*** ha solicitado certificación de Banco de Programas y Proyectos para ejecución de recursos, conforme a la siguiente información:

Estructura del Plan de Desarrollo "***El Gobierno de la Unidad 2024-2027***":

PILAR 2. EMPLEO, EMPRENDIMIENTO Y PRODUCTIVIDAD 2.1 EJE ESTRATÉGICO META COMPETITIVO, PRODUCTIVO Y GENERADOR DE EMPLEO 2.1.8 LÍNEA ESTRATÉGICA DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO	2.1.8.1 PROGRAMA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA.	2.1.8.1.1 Subprograma Política Pública y construcción e implementación de instrumentos de planeación	Sector 35 - Comercio, industria y turismo.	Meta 21081013502 Formular e implementar (1) un plan de marketing durante el cuatrenio en los mercados turísticos regional, nacional e internacional.

1.Actividad o componente a ejecutar: *apoyar y participar en eventos locales, nacionales para promocionar la marca Meta.*

Objeto del gasto: Garantizar la presentación de un show artístico musico teatral a fin de promocionar La Marca Meta "SOMOS LA RUTA NATURAL" en el departamento del Meta **Valor total $33,610,216.00.**

Fuente de Financiación: 20 RB Recursos del Balance Ingresos Corrientes de Libre Destinación

Obras o actividades adicionales: NO

Y con base en la solicitud remitida por el DR. Ronal Y6amid Lozano Delgado – Director del Instituto de Turismo del Meta entidad responsable de la iniciativa y respaldada por los anexos debidamente avalados por la mencionado Instituto y con los soportes presentados, disponibles en la carpeta del proyecto.

Certificación expedida en la ciudad de Villavicencio, en la fecha: 26 de agosto de 2026

JEIMMY LISSED MOLANO MORENO
Gerente de Inversión Pública y Banco de Proyectos

Elaboro: Yolima Reyes

INSTITUTO DE TURISMO DEL META

CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL CDP

NUMERO: 000722

FECHA DE EXPEDICION :27 de Agosto de 2026
FECHA DE VENCIMIENTO:31 de Diciembre /2026

EL SUSCRITO SUBDIRECTORA GENERAL

C E R T I F I C A:

QUE EN EL PRESUPUESTO DE GASTOS DE INSTITUTO DE TURISMO DEL META VIGENCIA FISCAL DE 2026, EXISTE UN SALDO DISPONIBLE Y NO COMPROMETIDO PARA AMPARAR EL COMPROMISO QUE SE PRETENDE ASUMIR ASI:

RUBRO	DESCRIPCION	VALOR
2033502200004020308	servicios prestados a las empresas y servicios de produ	
BPIN 2024005500237	ccion	33,610,216.00
FTE FINANCIA: 1.3.3.3.20 (20RB)	SALD-RECURSOS DEL BALANCE	PRODUCTO:3500
CCPET: 2.1.2.02.02.008		

V A L O R : 33,610,216.00

BENEFICIARIO:
O B J E T O :
PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA GARANTIZAR LA PRESENTACIÓN DE UN SHOW ARTÍSTICO M USICO TEATRAL A FIN DE PROMOCIONAR LA MARCA META SOMOS LA RUTA NATURAL EN EL DEPARTAMENTO DEL META

NATALIA LEYVA QUIJANO
SUBDIRECTORA GENERAL

Elab: CELI HEBERT FERNANDO CELIS GRANADOS

Villavicencio, 28 de agosto de 2026.

En cumplimiento de lo dispuesto en los numerales 7º y 12º del artículo 25 y el numeral 3 del artículo 32 de la Ley 80 de 1993, adicionalmente atendiendo el Artículo 2.2.1.2.1.4.9. Contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión del decreto 1082 del 26 de mayo de 2015, se elabora el presente estudio previo para la prestación de servicios profesionales o de apoyo a la gestión.

1-DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD – JUSTIFICACIÓN

La Constitución Política de Colombia consagra en su artículo N°113 las ramas del poder público, en legislativa, ejecutiva y judicial; siendo responsabilidad de la rama ejecutiva desarrollar en forma coordinada todas las actividades administrativas que están al servicio de los intereses generales de la comunidad para el cumplimiento de los fines esenciales del estado, bajo este precepto y con base en la misionalidad del Instituto, este se asimila al concepto de ordenamiento territorial.

En ese mismo marco normativo, el Articulo 2. Menciona *Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación*...

Por otro lado, dentro del marco legal aplicable esta la Ley 80 de 1993, por medio de la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración PÚBLICA, aunado a otras normas como lo es la Ley 1150 de 2007, que consagra en su articulo 2 MODALIDADES DE SELECCIÓN, numeral 4, CONTRATACIÓN DIRECTA, literal h *Para la prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, o para la ejecución de trabajos artísticos que sólo puedan encomendarse a determinadas personas naturales;*

De conformidad con la normas que establecen y regulan la forma como se distribuye el poder público entre los diversos niveles político administrativos fue creado el Instituto de Cultura y Turismo del Meta mediante Ordenanza 026 del 29 de noviembre de 1986, transformado posteriormente mediante acto administrativo similar con número 305 del 27 de mayo de 1998, por el cual se modificó la denominación a "Instituto de Turismo del Meta"; siendo otorgadas mediante Decreto 432 de 2014 facultades al Gobernador para establecer la estructura orgánica y funciones del Instituto.

No obstante, el Instituto de Turismo del Meta es un establecimiento público del orden departamental, que cuenta con personería jurídica, autonomía administrativa, financiera y patrimonio propio, cuyo representante legal se encuentra facultado para expedir los actos administrativos, realizar las operaciones financieras y celebrar los contratos que se requieran para el buen funcionamiento del mismo, a través de las diferentes modalidades de contratación.

Por medio de la Ordenanza No. 868 de 2014, se adoptó como Política Pública De Turismo Del Meta, con un horizonte al año 2032, la estructura conformada por: Objetivo general, objetivos específicos, estrategias, actividades, competencias, horizonte, indicador y meta.

La señalada ordenanza, fijó como objetivo de la política, "Posicionar al Departamento del Meta en el mercado nacional e internacional como un destino de turismo de naturaleza y cultura llanera con una oferta estructurada de experiencias únicas fortaleciendo la organización empresarial, la valorización y preservación del patrimonio natural y cultural, generando oportunidades para la población e incrementando beneficios sociales, económicos y ambientales a través del diseño de productos especializados y diferenciados en los Municipios del departamento como respuesta a la consolidación de la paz y la convivencia, en el territorio."

En tal sentido el Instituto ha venido adelantando diferentes actividades encaminadas a engrandecer el sector turístico a través de la divulgación de los productos y servicios turísticos propios de esta zona del país en el desarrollo de estrategias autónomas y específicas, se pretende participar en actividades y festividades a nivel

nacional que tienen impacto no solo en Colombia, sino a nivel internacional, llevando un poco de lo que representa el departamento del Meta en su esencia folclórica, cultural y musical, aprovechando estos espacios como una vitrina para mostrar a Colombia y al mundo el destino turístico que se encuentra en proceso de consolidación y posicionamiento y nuestra marca Meta "SOMOS LA RUTA NATURAL"

El Instituto de Turismo en pro de posesionar y promocionar la Marca Meta "SOMOS LA RUTA NATURAL" implementa estrategias de participación en eventos de asistencia masiva, donde a través de demostraciones artísticas ya sea artistas, shows musicales, muestras culturales y otros, fortalecen el impacto de marca, quedando en las mentes de los asistentes e incentivando a vivir experiencias que el llano les puede ofrecer, una de ellas un departamento lleno de biodiversidad, cultura, folclor y naturaleza.

Por lo que busca la promoción de su marca y sus festividades a nivel nacional, departamental y municipal, participando de manera activa en los diferentes eventos como TERCERA EDICIÓN DE LA SEMANA DEL TURISMO GASTRONOMICO EN EL META, que se desarrollara en la CENTRAL DE ABASTOS DE VILLAVICENCIO.

Estos escenarios de gran representación turística, son plataformas perfectas de promoción, tanto para la marca meta "SOMOS LA RUTA NATURAL".

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El Instituto como ente encargado del turismo debe apoyar los eventos culturales y festividades que se desarrollen en el departamento del Meta, esto como herramienta de promoción y posicionamiento del destino a nivel nacional e internacional, a través de nuestra mara Meta "SOMOS LA RUTA NATURAL" por consiguiente, con el fin de dar cumplimiento a lo contemplado en el Plan de Desarrollo Departamental 2024-2027, aprobado mediante la ordenanza No 1256-2024, en el ejercicio misional de la entidad, el Instituto de Turismo cuenta con el siguiente proyecto inscrito en el Banco de Programas y Proyectos de Inversión:

Nombre.	FORTALECIMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO MEDIANTE CANALES DE PROMOCIÓN EN EL DEPARTAMENTO DEL META.
BPPID.	2024005500237
Actividad	APOYAR Y PARTICIPAR EN EVENTOS LOCALES, NACIONALES PARA PROMOCIONAR LA MARCA META.

Promocionar una marca es una estrategia de marketing que busca informar, convencer e influir en los consumidores para que elijan esa marca. El objetivo es crear interés en el producto o servicio y aumentar el conocimiento de la marca, por lo que la entidad a través de artísticas y participación en eventos da a conocer y promocionar la marca "SOMOS LA RUTA NATURAL"
Teniendo en cuenta todo lo anterior se hace necesario adelantar diferentes procesos de contratación, encaminados cada uno a ofrecer a los espectadores momentos inolvidables que permita generar en ellos un sitio para volver y ser recomendado como un factor multiplicador de buenas vivencias, el Meta se viste de folclor, gastronomía, cultura e invita no solo a los Colombianos sino a todo publico internacional que participe de todos los eventos que enmarcan todo lo que representa al departamento del Meta, Joropo, cultura, gastronomía, naturaleza, biodiversidad, todo un conjunto de experiencias que identifican la marca Meta.

CONTEXTO TERCERA EDICION DE LA SEMANA DEL TURISMO GASTRONOMICO DEL META

La tercera edición de la Semana del turismo gastronómico en el Meta, que se desarrolla en la central de abastos de Villavicencio, tiene como objetivo promover la riqueza gastronómica local, visibilizar a productores, cocineros tradicionales, restaurantes y emprendimientos del sector alimentario, así como fomentar el turismo gastronómico y la preservación del patrimonio culinario colombiano. A lo largo de sus II ediciones, esta iniciativa de la Corporación Clúster Gastroturístico del Meta ha contribuido significativamente a dinamizar la economía local, generar espacios de intercambio cultural y fortalecer la identidad territorial a través de la cocina.

En esta edición, además, participarán los 29 municipios del departamento, convirtiendo el evento en un espacio para resaltar la cocina tradicional como uno de los principales atractivos turísticos de la región. Como anfitrión de ciudad, el Instituto de Turismo de Villavicencio (ITV) se suma a esta iniciativa, articulando esfuerzos con entidades públicas y el sector privado para promover la gastronomía local.

Miguel Antonio Caro Zuluaga, presidente del Clúster Gastroturístico del Meta, explicó que la decisión de realizar este año el evento en Abastos busca integrar toda la cadena de valor de la gastronomía, desde los pequeños productores y agricultores hasta los restaurantes y cocineros que llevan los sabores del Meta a la mesa.
"Para esta edición tendremos un Máster de Cocina con la participación de todos los municipios del Meta, cada uno representado por un chef. Además, Cabuyaro será el municipio invitado de honor y presentará lo mejor de su cocina tradicional", señaló Caro Zuluaga.

La Semana de Turismo Gastronómico ha registrado un crecimiento constante en la asistencia. Mientras que en 2024 reunió cerca de 5.000 visitantes, en 2025 alcanzó los 10.000. Para esta tercera edición, los organizadores proyectan la participación de aproximadamente 15.000 personas.

CONTEXTO FERIAS Y FESTIVIDADES

El sector turístico es muy importante para la generación de ingresos y flujo de la economía, además de ser parte del desarrollo sostenible. El departamento del Meta gracias a su riqueza natural ha logrado un crecimiento exponencial, todo esto, por su turismo de naturaleza enfocado también en el turismo sostenible que busca el aprovechamiento de los recursos naturales teniendo en cuenta el cuidado del medio ambiente, pero además de esto, el turismo cultural el cual ha generado el interés por conocer la cultura llanera por parte del turista, aunado el turismo recreativo que busca captar cada vez más la atención de turistas, lo que hace que desde la subdirección de fomento y desarrollo turístico, se determine como estrategia de promoción y difusión de la marca Meta, la participación de diferentes eventos en el territorio municipal, departamental y nacional.

A través de un interpretación majestuosa de la cultura llanera, joropo, cantos, instrumentos, relatos, color en cada vestuario, son la representación de lo que este departamento Meta puede ofrecer a través de shows musico teatrales, que recrea las costumbre y tradiciones de la región, este espectáculo promueve los valores culturales de los llaneros, donde se abarca las tradiciones comunes a nuestra cultura, estas incluyen tradiciones orales, como cuentos, leyendas, proverbios, acompañada de música tradicional y cultural material.

SHOWS MUSICO TEATRALES

Los shows hacen parte de este entorno de las festividades las cuales son el cuerpo expresivo de la cultura compartida por un grupo particular de personas; abarca las tradiciones comunes a esa cultura, subcultura o grupo. Estas incluyen tradiciones orales, como cuentos, leyendas, proverbios, chistes, música tradicional y cultura material, que va desde los estilos de construcción tradicionales hasta los juguetes hechos a mano.

Tan esencial como la forma, el folclore también abarca la transmisión de estos elementos de una región a otra o de una generación a otra. El folclore no es algo que se pueda obtener a través de un currículo escolar formal o del estudio de las bellas artes; estas tradiciones se transmiten de manera informal de un individuo a otro, ya sea a través de la instrucción verbal o la demostración.

Por su parte, la música, el folclor y muestras culturales, presentan mil engranajes de carácter social, se inserta profundamente en la colectividad humana, recibe múltiples estímulos ambientales y crea, a su vez, nuevas relaciones entre los hombres. Las canciones y melodías que llevamos dentro de nuestro equipaje cultural implican determinadas ideas, significaciones, valores y funciones que relacionan íntimamente a los sonidos con el tejido cultural que los produce, más aún si se presentan a través de la presentación folclóricas mediante las danza y acompañada del canto para promocionar el torneo estas actividades buscan la remembranza de folclor y cultura llanera y ahí promocionamos y el cual con llevan mezclas de música popular bailable, balada,

urbano, vallenato, llanero como género que identifica la cultura y tradiciones del departamento, tienen sus arraigaos en distintas partes del país aún sean ritmos de otros países Colombia se caracteriza por su variedad musical, con distintos ritmos que enriquecen y diversifican nuestra música.

Bajo todo lo expresado, se sustenta la necesidad de contratar el siguiente objeto: **"PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA GARANTIZAR LA PRESENTACIÓN DE UN SHOW ARTISTICO MUSICO TEATRAL A FIN DE PROMOCIONAR LA MARCA META "SOMOS LA RUTA NATURAL" EN EL DEPARTAMENTO DEL META".**

1.1- FUENTE RECURSO PRESUPUESTAL

Para la presente contratación se cuenta con recursos de inversión, respaldados por el banco de programas y proyectos con BPPID número **2024005500237**, denominado: **FORTALECIMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO MEDIANTE CANALES DE PROMOCIÓN EN EL DEPARTAMENTO DEL META.** Actividad: Apoyar y participar en eventos locales, nacionales para promocionar la marca meta. Meta: Formular e implementar (1) un plan de marketing durante el cuatrienio en los mercados turísticos regional, nacional e internacional.

2-IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD A CONTRATAR:

"PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA GARANTIZAR LA PRESENTACIÓN DE UN SHOW ARTISTICO MUSICO TEATRAL A FIN DE PROMOCIONAR LA MARCA META "SOMOS LA RUTA NATURAL" EN EL DEPARTAMENTO DEL META".

3- IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO - Contrato de prestación de servicios de apoyo a la gestión - Modalidad Contratación Directa.

CÓDIGO UNSPSC	CLASE O PRODUCTO
90131500	Actuaciones en vivo

4- FUNDAMENTOS JURÍDICOS

De conformidad con la necesidad identificada, el contrato a celebrarse es uno de prestación de servicios, cuya modalidad es la contratación directa teniendo en cuenta lo dispuesto por el numeral 3 del artículo 32 de la ley 80 de 1993, el artículo 2 numeral 4, el literal H de la ley 1150 de 2007, los artículos 2.2.1.2.1.4.9 y 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015.

5-PERFIL REQUERIDO:

Aspectos técnicos requeridos, para el desarrollo del presente contrato.

FICHA TÉCNICA

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
1	SHOW ARTISTICO MUSICO TEATRAL El show y/o puesta en escena debe garantizar como mínimo un numero de treinta (30) artistas en escena con vestuario adecuado para cada presentación, dentro de los cuales se cuente con grupo base, cantantes de música llanera género masculino y femenino, bailadores de joropo tradicional y joropo estilizado. Se deberá garantizar la promoción de la marca meta "Somos la Ruta Natural" y cumplir con los requerimientos logísticos, sonido y ambientación escénica para cada show. Duración del show: Una (1) hora y treinta (30) minutos.	1

JOROPO SIN FRONTERAS: es un espectáculo que celebra la esencia misma del joropo. En cada acorde de arpa, en el zapateo de los bailadores y en el canto de las maracas, se despliega la historia de un pueblo que vive y respira al ritmo de su música. Un viaje apasionante a través de las vastas llanuras, donde los colores vibrantes de los trajes típicos se mezclan con la energía desbordante de los bailadores.

.DESARROLLO DEL ESPECTÁCULO – 90 MINUTOS	
Introducción del Show (6 minutos)	Introducción musical ejecutada por cuatro intérpretes, arpa, cuatro, maracas y bajo, acompañados 6 parejas de baile de espectáculo que harán un montaje coreográfico para dar inicio a nuestro espectáculo. Seguido a ellos las notas del arpa acompañados de nuestra voz femenina, interpretando un gran éxito del joropo conectaran con el público el cual será incluido en el espectáculo con diferentes dinámicas.
Salida 1 (9 minutos)	Seguido de la introducción, se da paso al fragmento "EL JOROPO ES MUJER" donde se resalta el valor de la mujer en el baile del joropo, en un espectáculo interpretado por una bailarina solista y apoyado por 5 bailadoras de joropo espectáculo, donde la elegancia, el escobillado y el bordoneo del arpa serán los protagonistas.
Salida 2 (18 minutos)	En una respuesta contundente del escobillado de las bailadoras, se da paso al joropo tradicional con una coreografía espectáculo, que recibe al joropo tradicional con zapateos y jolgorios, 6 parejas de baile haciendo muestras y cortinas coreográficas alternadas con el canto criollo y sabanero, hacen alegorías a los trabajos de llano.
Salida 3 (15 minutos)	En este momento se realizan muestras coreográficas de joropo espectáculo y tradicional, creadas y desarrolladas con altos estándares de dificultad, coordinación y creatividad, las cuales son interpretadas por 24 bailadores en escena.

Salida 4 (19 minutos)	Finalizando la muestra coreográfica se da paso a una nueva intervención musical, con la interpretación de nuestro Cantante masculino quien, en compañía de los músicos, harán un show de solos musicales para la presentación individual de cada uno de los integrantes de la agrupación musical, para así y con el acompañamiento musical del cuatro, dar paso a un Show de zapateos en donde doce zapateadores harán una muestra del joropo tradicional y espectáculo.
Salida 5 (12 minutos)	En este momento, realizara la invitación al público asistente a visitar el departamento del Meta con la canción "EL META ES JOROPO" composición elaborada especialmente para este espectáculo.
Salida 6 (7 minutos)	Se dará paso a la intervención de un carrusel de bailadores alternados en 6 parejas de baile espectáculo y 6 parejas de baile tradicional, que brindaran una gran experiencia artística al público.
FINAL (10 minutos)	Finalizaremos el espectáculo, con una gran coreografía con la participación de nuestras 12 parejas de baile las cuales alternaran con baile de joropo tradicional y espectáculo, acompañadas por los músicos y cantantes, quienes además del show de danza, terminaran con un gran parrando llanero, en el cual participaran las personas y publico asistentes a cada uno de los eventos.

Tiempo total estimado para el Show "JOROPO SIN FRONTERAS" es de 1 hora y 30 minutos

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
BAILADORES DE JOROPO PROFESIONALES EN ESCENA	Bailadores, con experiencia en la ejecución del show, que usan el movimiento de sus cuerpos y expresiones corporales para contar y narrar una historia, interpretando la música y la coreografía de modo artístico, lo que les ayuda a comprender al personaje que deben interpretar. Estos bailadores poseen más de un talento y, en ocasiones, usan sus habilidades interpretativas o de canto durante su actuación y estas actuaciones pueden ser en grupo, en pareja o en solitario.
AGRUPACIÓN MUSICAL LLANERA	Agrupación musical de música llanera, con experiencia en la ejecución del show, conformada por los instrumentos de arpa, cuatro, maracas y bajo y sus respectivos músicos de gran trayectoria en la danza y música llanera, con una sólida formación musical y de gestión, fundamentada en el dominio de la teoría y las competencias interpretativas de sus instrumentos en espectáculos musicales.
CANTANTE DE MÚSICA LLANERA	2 cantantes de reconocimiento Departamental (1 voces masculinas y 1 voz femenina, quien estará a acompañado de la agrupación musical llanera, quien a su vez apoyará a los bailadores del show de la obra teatro-musical y a su vez estará amenizando a los asistentes presentes del evento, así como la presentación de los sitios de interés turísticos a promocionar por el Instituto.
AMBIENTACION	Se realizará la promoción de la marca meta "Somos la Ruta Natural" y cumplirá con los requerimientos logísticos, de ambientación y amplificación de sonido para cada show.

EXPERIENCIA INTEGRANTES SHOW

GRUPO BASE: Agrupación musical llanera, integrado por músicos profesionales de nuestra región, ejecutantes del Arpa, Cuatro, Maracas y Bajo, con una gran experiencia en la ejecución y musicalización de shows artísticos.

CANTANTES: 2 cantantes, intérpretes del folclor llanero de reconocimiento departamental e internacional, una voz femenina y voz masculina, quienes alternaran en el espectáculo con canciones que son grandes éxitos de la música llanera, lo que permitirá que el público se conecte con el show, además de brindarnos la posibilidad de escuchar las interpretaciones en estilos totalmente diferentes como son el criollo y estilizado.

PAREJAS DE BAILE: Dicho espectáculo, contará con la participación de 12 parejas de baile divididas en 6 parejas de baile de joropo espectáculo y 6 parejas de baile de joropo tradicional, bailadores de gran trayectoria artística catalogados como los grupos folclóricos más reconocidos del país; ellos realizarán piezas de baile individual y coreográfico, show de zapateos y escobillados.

PERFILES MUESTRA CULTURAL Y/O ARTISTICA:

- Academia/grupo de baile con participación en eventos de reconocimiento nacional con muestras folclóricas y show llaneros.
- La academia y/o la agrupación debe adjuntar como mínimo 3 soportes que sustenten presentaciones artísticas en otros departamentos.
- Uno de los cantantes de música llanera debe contar con catorce (14) años de trayectoria artística y como mínimo dos (2) producciones discográficas.
- Uno de los cantantes de música llanera debe contar con diez (10) años de trayectoria relacionada; experiencia en eventos de asistencia masiva donde se exalten las costumbres llaneras (mínimo 3 soportes) y experiencia discográfica.
- El show debe ser autoría de la academia.
- El espectáculo debe contar con un coreógrafo (soportar 2 años de formación de danzas tradicional llanera), y un director del mismo (soportar 2 años de formación de danza).

PERFIL DEL TITULAR

- Experiencia certificada mínimo tres (3) contratos y/o certificaciones en contratación estatal y/o privada garantizando la prestación de servicios relacionados al actual objeto contractual.
- La persona debe acreditar en su registro mercantil y/o certificado de existencia y representación legal dentro de su objeto social el desarrollo de (Actividades de espectáculos musicales en vivo).

6-DESCRIPCIÓN LUGAR DE EJECUCIÓN, VALOR Y FORMA DE PAGO:

6.1-TÉRMINO Y LUGAR DE EJECUCIÓN: El contrato tendrá un término de ejecución de **CINCO (05) DÍAS**, este tiempo será contado a partir de la firma del Acta de Inicio, la cual debe ser firmada siguiente a la fecha de designación del supervisor, previo el cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y legalización. **EL LUGAR DE EJECUCIÓN** del presente contrato será en el municipio de Villavicencio, pactando como domicilio contractual el municipio de Villavicencio.

PARÁGRAFO: El Instituto de Turismo del Meta se reserva el derecho a disminuir el plazo de ejecución y el valor a contratar, dando cumplimiento al artículo 12 del Decreto 111 de 1996, por el cual se estableció el Estatuto Orgánico de Presupuesto, son principios del sistema presupuestal entre otros el de la anualidad, razón por la cual el plazo de los contratos no puede superar la vigencia fiscal correspondiente; situación que acepta el proponente con la presentación de la propuesta.

6.2- VALOR DEL CONTRATO: El presupuesto estimado para el contrato es la suma de **TREINTA Y TRES MILLONES SEISCIENTOS DIEZ MIL DOSCIENTOS DIECISEIS PESOS M/CTE ($33.610.216)** e incluido impuestos, tasas, retenciones y gastos en los que incurra el contratista en la ejecución del objeto.

PARÁGRAFO PRIMERO: Dentro del valor estipulado, está incluida la totalidad de los costos que demande su ejecución, utilidad del contratista, costos directos e indirectos relacionados con la prestación del servicio.

6.3- FORMA DE PAGO: El Instituto de Turismo del Meta pagará al contratista el valor de ejecución del contrato de la siguiente manera: **UN (01) ÚNICO PAGO** de conformidad con la presentación efectiva que realice y acorde a lo establecido en la ficha técnica, pagaderos una vez presentado cada informe de actividades, certificado del supervisor, acreditación de pagos de aportes al sistema de seguridad social integral y demás requeridos por la entidad.

7- RUBRO / PRESUPUESTO: Los gastos que se ocasionen del presente contrato se pagarán con cargo al:

No. CDP	FECHA EXPEDICIÓN	RUBRO PRESUPUESTAL	VALOR CDP	VALOR A EJECUTAR
000722	27-08-2026	2033502200004020308	$36.610.216	$36.610.216
TOTALES			**$36.610.216**	**$36.610.216**

8- ANÁLISIS Y SOPORTE DEL VALOR:
Para determinar el valor del contrato se tienen en cuenta las siguientes variables:

8.1- ESTUDIOS ECONÓMICOS Y DE MERCADO: El Valor estimado del contrato corresponde a la suma de **TREINTA Y TRES MILLONES SEISCIENTOS DIEZ MIL DOSCIENTOS DIECISEIS PESOS M/CTE ($33.610.216)**

Justificación: Para la futura contratación, el valor estimado del contrato está fundamentado en el análisis del mercado mediante la solicitud de cotizaciones de persona naturales o jurídicas que desarrollan este tipo de actividades, y de esta manera establecer un precio apropiado y coherente con la necesidad. Por tratarse de un sistema de contratación que busca la selección a la persona natural o jurídica que en las mejores condiciones ofrezca al Instituto de Turismo del Meta la ejecución de un contrato de Prestación de Servicios de apoyo a la gestión, factores como los cambios en las formas de adquisición, fluctuaciones del valor de las materias primas, devaluación y otros índices económicos; no afectan el equilibrio económico del contrato.

Aunado a lo anterior, la entidad para establecer el valor del contrato tomó en consideración el valor de los precios encontrados en los históricos de la entidad sobre la contratación realizada durante la vigencia 2025 para este tipo de servicios, teniendo en cuenta la trayectoria de eventos culturales que se pretende contratar, se determinó que es apropiado y coherente establecer como valor a pagar sobre el perfil mencionado en las especificaciones técnicas que ha contratado históricamente el instituto, la suma de **TREINTA Y TRES MILLONES SEISCIENTOS DIEZ MIL DOSCIENTOS DIECISEIS PESOS M/CTE ($33.610.216),** por cada show.

Por tratarse de un sistema de contratación que busca la selección del que ofrezca las mejores condiciones al Instituto de Turismo del Meta para la ejecución de un contrato de prestación de servicios, factores como los cambios en las formas de adquisición, fluctuaciones del valor de las materias primas, devaluación y otros índices económicos; no afectan el equilibrio económico del contrato.

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR HISTORICO	INCREMENTO IPC (5,10)	VALOR TOTAL

1	SHOW MUSICO TEATRAL: con 30 artistas así: Grupo base encargados de la puesta en escena musical compuesto por Arpista, cuatrista, maraquero y bajista, todos ellos con experiencia en la ejecución del show, 2 cantantes de reconocimiento Departamental (1 voz masculinas y 1 voz femenina), 6 parejas de baile tradicional y 6 parejas de baile estilizado o espectáculo. Duración: una (1) hora y 30 min. Lugar de ejecución: departamento del Meta..	Unidad	1	31.979.273	1.630.943	$ 33.610.216
SUB TOTAL						**$ 33.610.216**
TOTAL						**$ 33.610.216**

(SE ADJUNTA FICHA TÉCNICA CON PRESUPUESTO).

9 -JUSTIFICACIÓN DE LOS FACTORES DE SELECCIÓN:

Conforme a lo estipulado en el artículo 2.2.1.2.1.4.9 del Decreto 1082 de 2015, los servicios profesionales y de apoyo a la gestión de la entidad, pueden contratarse mediante la modalidad de contratación directa, con la persona natural o jurídica que esté en capacidad de ejecutar el objeto del contrato y que haya demostrado la idoneidad y experiencia directamente relacionada con el área de que se trate, sin que sea necesario que haya obtenido previamente varias ofertas.

En consecuencia, la justificación de los factores de selección que permitan identificar la propuesta más favorable para la entidad, conforme a lo estipulado en el artículo 2.2.1.1.2.2.2 del Decreto 1082 de 2015, no se determinará en el presente estudio previo, toda vez que la modalidad de contratación directa para la prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, no requiere la escogencia entre varias ofertas.

10-OBLIGACIONES DEL INSTITUTO: En cumplimiento del objeto del contrato el Instituto se compromete a:

1. Constituir la Reserva Presupuestal que garantice el giro de los recursos del contrato.
2. Cancelar el valor pactado en el contrato en las condiciones establecidas siempre y cuando el supervisor certifique el cumplimiento del objeto contractual.
3. Evaluar y aprobar a través del supervisor del contrato los informes presentados por el contratista establecidos para tal fin.
4. Vigilar que se ejecute y sean efectivas las obligaciones del contrato.
5. Concurrir a la Finalización y/o Liquidación del contrato en el término legal.
6. Entregar la información necesaria para el cumplimiento del presente objeto a contratar.
7. Las demás estipuladas por la Ley y las que se desprendan de la naturaleza del contrato.

11.-OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA: Sin perjuicio de las obligaciones que de suyo tiene a cargo, en virtud de la naturaleza del contrato, del objeto pactado y del marco que se genera del Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, le corresponde al CONTRATISTA la observancia de las siguientes

111- OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA:

1. Acatar las sugerencias de la supervisión encaminadas a mejorar el proceso.
2. Utilizar todos sus conocimientos en el apoyo al Instituto y ejercer sus actividades con honestidad, eficiencia y calidad, dentro de un ambiente de cordialidad y respeto para los demás.
3. Guardar la debida reserva y confidencialidad sobre los documentos que le sean entregados o tenga conocimiento con ocasión de la ejecución del contrato.
4. Las actividades no se pueden realizar con personas o material que pueda interpretarse como mensajes de inclinación política, social, racial, religiosa o cualquier otro que pueda ofender o causar agravio a un grupo de personas.
5. Pagar y asumir los impuestos a que haya lugar, así como las demás obligaciones legales y tributarias que le competan de acuerdo con el marco normativo.
6. El contratista dentro del monto del contrato debe garantizar los gastos de transporte, materiales, insumos de apoyo logístico necesarios para el desarrollo del objeto del contrato.
7. Garantizar la afiliación y permanencia ante el sistema integral de seguridad social en los términos de la ley 100 de 1993 (EPS, AFP, ARL), en calidad de cotizante y de las demás personas que el contratista relacione en cumplimiento del objeto contractual.
8. Realizar los pagos mensuales por concepto de seguridad social integral, sobre el 40% bruto del valor mensual. En ningún caso la base gravable podrá ser menor al salario mínimo mensual legal vigente.
9. Entregar al supervisor del contrato junto con el informe mensual, copia legible del comprobante de pago del aporte mensual al Sistema de Seguridad Social integral en los términos señalados en la Ley
10. El contratista debe demostrar buen manejo de las relaciones interpersonales, ser diligente y responsable.
11. Suscribir las actas correspondientes para el desarrollo del objeto contractual y realizar los cobros de acuerdo con lo establecido con la cláusula de la forma de pago.
12. En caso de ser asignado correo(s) institucional (es) deberá utilizarlo (s) para las actividades que se deriven de la ejecución del contrato.
13. No acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la ley con el fin de hacer u omitir algún hecho.
14. Responder por sus actuaciones u omisiones derivadas de la celebración del presente contrato y de la ejecución del mismo.
15. Asumir todos los costos que genere la legalización del presente contrato.
16. Dar noticia inmediata al supervisor de las novedades que puedan ocasionar la parálisis en la ejecución del contrato.
17. Coordinar la entrega de los elementos e información física y digital utilizada para desarrollar el objeto del contrato al supervisor.
18. Publicar en la plataforma de sistema electrónico para la contratación pública SECOP II, los documentos y actuaciones que desarrollen en la ejecución del contrato.
19. Dar cumplimiento a los lineamientos y directrices de los Sistemas de Gestión del Instituto de turismo del Meta y demás normatividad legal aplicable a los sistemas de gestión estatal.
20. Dar cumplimiento a la Ley 594 de 2000 ley general de archivo y las demás que los reglamenten.
21. Desempeñar las demás actividades relacionadas con el objeto contractual que le sean asignadas por el supervisor del Contrato o por el ordenador del gasto.

11.2- OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA:

1. Ejecutar el objeto del contrato en las condiciones de calidad, oportunidad obligaciones establecidas y todo lo técnico solicitado en la ficha técnica consagrada en los estudios previos y allegado en la propuesta.
2. Garantizando la difusión y promoción de la Marca Meta **"SOMOS LA RUTA NATURAL"**; y la promoción de la **TERCERA EDICION DE LA SEMANA DEL TURISMO GASTRONOMICO DEL META** mediante cualquiera de las siguientes actividades:

a. realizar difusión a través de algunas de sus redes sociales Instagram o Facebook, difunda el apoyo del Instituto al evento y promocione la Marca Meta "Somos La Ruta Natural".

b. Durante su presentación a viva voz, realice la promoción de la marca Meta "Somos La Ruta Natural" la cual se evidenciará mediante video.

3. Atender los requerimientos, instrucciones y/o recomendaciones que durante el desarrollo del contrato le imparta el supervisor del contrato, en especial algún cambio necesario en el itinerario y/o personal solicitado, de tal manera que contribuya a la correcta ejecución del mismo.
4. Asumir por su cuenta y riesgo, el servicio de transporte de elementos e insumos para la ejecución contractual, sin erogación alguna adicional de la ya contemplada dentro de las condiciones técnicas por parte del Instituto, sin que se constituya una relación laboral con el personal que llegue a requerir para la ejecución.
5. Entregar evidencia en registro fotográfico y videos de cada una de las presentaciones artísticas establecidas en la ficha técnica.
6. Asumir los descuentos de Ley.

12- SUPERVISIÓN DEL CONTRATO

La supervisión del contrato estará a cargo de la funcionaria **DANIEL IVAN PARDO** de la **SUBDIRECCIÓN DE FOMENTO Y DESARROLLO TURISTICO** en el cargo de **SUBDIRECTOR TECNICO**, quien velará por los intereses del mismo y tendrá las funciones que por índole y naturaleza del contrato le sean propias, entre otras:

1. Rendir informes escritos los cuales deben contener el resumen del desarrollo del contrato.
2. Suscribir Actas de Inicio, Finalización y/o Liquidación del contrato.
3. Informar oportunamente a la Dirección cualquier anomalía o incumplimiento por parte del contratista.
4. Todas aquellas actividades que garanticen la normal ejecución y cumplimiento del contrato de acuerdo con el programa establecido y las demás contenidas en la ley.
5. Los supervisores responderán disciplinaria, civil y penalmente por sus acciones y omisiones en la actuación contractual en los términos de la constitución y la ley (artículo 51 de la Ley 80 de 1993 y artículo 84 del Estatuto Anticorrupción - Ley 1474 de 2011).
6. Dar cumplimiento a los lineamientos y directrices de los Sistemas de Gestión del Instituto de turismo del Meta y demás normatividad legal aplicable a los sistemas de gestión estatal.
7. Dar cumplimiento al Manual de Contratación y Manual de Supervisión e Interventoría del Instituto de Turismo del Meta que se encuentren vigentes.
8. El supervisor deberá entregar en medio magnético la información de todo el proceso precontractual, contractual y pos contractual hasta la liquidación.
9. Revisar los pagos de seguridad social de acuerdo con las condiciones establecidas en la ley.
10. Publicar en la plataforma de sistema electrónico para la contratación pública SECOP II, los documentos y actuaciones que desarrollen en la ejecución del contrato.
11. Verificar el cumplimiento de los lineamientos y directrices de los Sistemas de Gestión del Instituto de turismo del Meta y demás normatividad legal aplicable a los sistemas de gestión estatal.

13-SOPORTE QUE PERMITA LA TIPIFICACIÓN, ESTIMACIÓN Y ASIGNACIÓN DE LOS RIESGOS:

No.	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción (Que puede pasar y como puede Ocurrir)	Consecuencia de la Ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Valoración del Riesgo	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/ Controles a ser implementados	Impacto después del Tratamiento				¿Afecta el equilibrio económico del Contrato?	Persona responsable por implementar el tratamiento	Monitoreo y revisión	
													Probabilidad	Impacto	Valoración del Riego	Categoría			¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad ¿Cuándo?
1	Específico	Interno	Selección	Operacional	Que el expediente no se conforme correctamente	Falta de información completa dentro del proceso	Improbable	Insignificante	3	Bajo	Contratista	Capacitación del personal	Raro	Insignificante	2	Bajo	No	Subdirección General	Seguimiento en la conformación del expediente	Cronograma del proceso
2	General	Externo	Contratación	Operacional	La no suscripción del contrato sin justa causa por parte del proponente Seleccionado.	Imposibilita la ejecución del contrato haciendo que la necesidad que se pretendía conjurar persista	Raro	Insignificante	2	Bajo	Contratista	Seguimiento para la suscripción del contrato	Raro	Mayor	5	Medio	Si	Subdirección General	Verificación suscripción	Diaria
3	General	Interno	Contratación	Operacional	Riesgo asociado con el incumplimiento de la publicación o el registro presupuestal del contrato	Que los recursos destinados a la financiación del compromiso se desvíen a otro fin.	Raro	Moderado	4	Bajo	Entidad	Seguimiento en el requisito de ejecución	Raro	Menor	3	Bajo	Si	Subdirección General y supervisor designado entidad	Vigilancia estricta de la reserva presupuestal	Cronograma del proceso
4	Específico	Externo	Ejecución	Riesgo social o político	Alteración del orden público que afecte la prestación del servicio	Que no se tomen las medidas necesarias para salvaguardar la seguridad de la entidad.	Posible	Moderado	6	Alto	Contratista	Implementación de protocolos de seguridad	Improbable	Moderado	5	Medio	Si	Subdirección General, supervisor designado entidad y contratista	Seguimiento protocolo de seguridad	Trimestral
5	Específico	Interno	Ejecución	Operacional	Incumplimiento del objeto contratado	Paralización de la ejecución del contrato.	Improbable	Mayor	6	Alto	Contratista	Supervisión contrato	Raro	Mayor	5	Medio	Si	Subdirección General, supervisor designado	Seguimiento en el informe de supervisión	Trimestral
6	Específico	Externo	Ejecución	Operacional	Mora en el pago por parte del Instituto	Conflicto entre las partes	Posible	Menor	5	Medio	Contratante	Requerir tramitar y agilizar los procedimientos para el respectivo pago	Raro	Menor	3	Bajo	No	Supervisores, subdirección general y tesorería	Seguimiento a los procedimientos de pago	Diaria

No.	7	8	9	10	11
Clase	General	General	Especifica	General	General
Fuente	Externo	Interno	Interno	Externo	Externo
Etapa	Ejecución	Ejecución	Planeación	Contractual	Contractual
Tipo	Operacional	Operacional	Financieros	Operacional	Operacional
Descripción (Que puede pasar y como puede Ocurrir)	Incumplimiento de las obligaciones a cargo del contratista	Se presenta cuando la Información suministrada por la entidad es errónea o desactualizada.	Se presenta cuando existe la estimación inadecuada de costos	Entrega tardía del bien o servicio	Falta de calidad en el servicio o el bien
Consecuencia de la Ocurrencia del evento	No cumplimiento de las obligaciones contractuales	Puede variar el resultado	Desequilibrio económico del contrato	No cumplimiento de objeto contractual y Controversias post-contractuales (liquidación)	Servicio: afecta la institucionalidad. Bien: Puede Variar el resultado
Probabilidad	Posible	3- Posible	Improbable	Probable	Posible
Impacto	Menor	Catastrófica	Menor	Mayor	Moderado
Valoración del Riesgo	5	Extremo	Bajo	Medio	Alto
Categoría	Medio	Alta	¡Menor	Alta	Alta
¿A quién se le asigna?	Contratista	ITM	ITM	Contratista	Contratista
Tratamiento/ Controles a ser implementados	Requerir el cumplimiento en el contrato.	Verificación de la información suministrada por el contratista y la entidad	Verificación cuidadosa de los documentos aportados por el contratista.	Realizar una adecuada supervisión, control y monitoreo a los contratos.	Realizar una adecuada revisión de la calidad del bien o de las aptitudes de quien desarrolle el servicio.
Impacto después del Tratamiento: Probabilidad	Raro	Raro	Raro	Raro	Raro
Impacto	Menor	Menor	Menor	Insignificante	Insignificante
Valoración del Riego	3	3	3	2	Bajo
Categoría	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	2
¿Afecta el equilibrio económico del Contrato?	Si	No	No	No	No
Persona responsable por implementar el tratamiento	supervisor	Subdirección donde surge la necesidad de contratación y Supervisores	Grupo de Contratos y Adquisiciones, Subdirección donde surge	Supervisor	Subdirección Administrativa / Supervisor
Monitoreo y revisión: ¿Cómo se realiza el monitoreo?	Seguimiento a las actividades del contrato	Verificar mediante una confrontación de los documentos aportados.	Verificar mediante una confrontación de los documentos aportados, presupuesto	Monitorear constantemente la ejecución de los contratos a supervisar	Realizar un análisis detallado de los documentos aportados por el contratista. Y verificar la calidad del bien al momento de la entrega
Periodicidad ¿Cuándo?	Diaria	Cada vez que se presente la necesidad.	Cada vez que se presente la necesidad.	Cada vez que se presente la necesidad.	Cada vez que se presente la necesidad.

14- GARANTÍAS:

El contratista se obliga a constituir a favor del **INSTITUTO DE TURISMO DEL META-ITM** con **NIT 892000563-1** las garantías que se solicitan a continuación, y que consistirán en pólizas expedidas por compañías de seguros legalmente autorizadas para funcionar en Colombia. Para la ejecución del presente contrato se requiere de la aprobación de la garantía única que deberá amparar cada uno de los siguientes riesgos

AMPARO	SUFICIENCIA	VIGENCIA (TÉRMINO)
Cumplimiento del Contrato	Por Valor equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato	Por el terminó de ejecución del mismo y cuatro (4) meses más
Pago de salarios	Por Valor equivalente al cinco por ciento (5%) del valor total del contrato	Por el terminó de ejecución del mismo y 3 años más

15- MODALIDAD DE CONTRATACIÓN

En consideración al objeto de la contratación y su cuantía y de acuerdo con lo establecido en el artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 numeral 4 literal h, la contratación se adelantará mediante la modalidad de selección: "Contratación Directa". En este sentido el artículo 32 de la Ley 80 de 1993, en el numeral 3° define los Contratos de prestación de Servicios como los que: *"Celebran las entidades estatales para desarrollar actividades relacionadas con la administración o funcionamiento de la entidad, estos contratos, solo podrán celebrasen con personas naturales cuando dichas actividades no puedan realizarse con personal de planta o requieran conocimientos especializados. En ningún caso estos contratos general relación laboral ni prestaciones sociales y se celebran por el término estrictamente indispensable.".*

A su vez, el Decreto 1082 de 2015 en su artículo 2.2.1.2.1.4.9. prevé: "*Contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, o para la ejecución de trabajos artísticos que solo pueden encomendarse a determinadas personas naturales. Las entidades estatales pueden contratar bajo la modalidad de contratación directa la prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión con la persona natural o jurídica que esté en capacidad de ejecutar el objeto del contrato, siempre y cuando la entidad estatal verifique la idoneidad o experiencia requerida y relacionada con el área de que se trate. En este caso, no es necesario que la entidad estatal haya obtenido previamente varias ofertas, de lo cual el ordenador del gasto debe dejar constancia escrita.*

Los servicios profesionales y de apoyo a la gestión corresponden a aquellos de naturaleza intelectual diferentes a los de consultoría que se derivan del cumplimiento de las funciones de la entidad estatal, así como los relacionados con actividades operativas, logísticas, o asistenciales. (…)

Con fundamento en la información antes mencionada se puede determinar que la modalidad de selección "contratación directa" y los fundamentos jurídicos descritos justifican el contrato de prestación de servicios.

16- ANÁLISIS DEL SECTOR.

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del decreto 1082 de 2015 acerca del deber de análisis del sector relativo al objeto del proceso de contratación y con el fin de materializar los principios de planeación, responsabilidad, y transparencia, se identificó que el sector relativo al objeto del presente proceso de contratación está integrado por el conjunto de personas que tengan experiencia en la ejecución de las actividades descritas en el objeto y obligaciones de este. La contratación de estas personas no está sujeta a requisitos particulares de índole legal, salvo las propias del ejercicio de las actividades descritas y es diversa en cada entidad estatal de acuerdo con sus necesidades. La determinación del perfil del posible contratista y de quien lo cumple está relacionada con el conocimiento previo de las condiciones de la persona y la experiencia en contratos ejecutados por el posible contratista, aunado el poder otorgado para contratar y las

cotizaciones allegadas por ellos, dan origen al valor del presente contrato.

17- INDICACIÓN DE SI LA CONTRATACIÓN RESPECTIVA SE ENCUENTRA COBIJADA POR UN ACUERDO INTERNACIONAL O UN TRATADO DE LIBRE COMERCIO.

Una vez verificada la página web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se encontró que el presente proceso de selección SI __ o NO **X** se encuentra relacionado en los Tratados Internacionales vigentes.

DANIEL IVAN PARDO
SUBDIRECTOR TÉCNICO

NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	FIRMA
V°B Juridico: Fidela Lucia Toscano Beleño	Asesora Jurídica ITM	
Proyección Jurídica: Brisnith Turriago Suarez	Abogada CPS	