Villavicencio, 24 de agosto del 2026

DATOS GENERALES DEL PROCESO	
Modalidad de selección	MINIMA CUANTIA
Clase de contrato	PRESTACIÒN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS
Objeto	PLAN DE MEDIOS PARA LA DIVULGACION DE INFORMACION, ACTIVIDADES Y/O EVENTOS DEL INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO EN EL MARCO DE LA PROMOCION DE LA MARCA VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO.
Plazo de ejecución	LOTE 1: TRES (3) MESES LOTE 2: UN (1) MES LOTE 3: TRES (3) MESES LOTE 4: TRES (3) MESES

NO	CÓDIGO UNSPSC	DESCRIPCIÓN
1	82101600	Publicidad difundida

Con el fin de dar cumplimiento a lo establecido en el Decreto 1082 de 2015 en el **Artículo 2.2.1.1.1.6.1. Deber de análisis de las Entidades Estatales.** La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde las perspectivas legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo.

La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso" y tomando como orientación la "Guía de Elaboración de Estudio del Sector –GEES –Versión 2" de Colombia Compra Eficiente, la entidad, después de identificar su necesidad, debe definir e investigar el sector al cual pertenece el bien o servicio requerido, las condiciones del mismo para poder identificar los requisitos habilitantes, para lo cual debe tener en cuenta las siguientes áreas:

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

La Entidad Estatal obtiene una idea general del mercado y revisa el escenario del sector relacionado con el bien, obra o servicio relevantes en el Proceso de Contratación, lo cual permite hacer un Perfilamiento del Mercado a nivel general.

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

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

a. **Sector primario o agropecuario:** Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.
b. **Sector secundario industrial:** Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.
c. **Sector terciario o de servicios:** Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.

Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo en tanto que no produce bienes tangibles, pero, sin embargo, contribuye a la formación el ingreso nacional y del producto nacional.
Aunque los sectores anteriormente indicados son aquellos que la teoría económica menciona como sectores de la economía, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización, como se menciona a continuación:

- ✓ Sector agropecuario: Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.
- ✓ Sector Industrial: Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.
- ✓ Sector Servicios: Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.
- ✓ Sector transporte: Hace parte del sector terciario, e incluye el transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.
- ✓ Sector comercio: Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, plazas de mercado y en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.
- ✓ Sector financiero: Hace parte del sector terciario de la economía, en este sector se incluyen todas aquellas organizaciones relacionadas con actividades bancarias y financieras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, seguros, etc.
- ✓ Sector de la construcción: Hace parte del sector secundario de la economía, En este sector se incluyen las empresas y organizaciones relacionadas con la construcción, al igual que los arquitectos e ingenieros, las empresas productoras de materiales para la construcción etc.
- ✓ Sector minero y energético: Hace parte del sector secundario de la economía, se incluyen en él, todas las empresas que se relacionan con la actividad minera y energética de cualquier tipo (extracción de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía, etc.
- ✓ Sector solidario: Hace parte del sector secundario de la economía, en este sector se incluyen las cooperativas, las cajas de compensación familiar, las empresas solidarias de salud, entre otras.
- ✓ Sector de comunicaciones: Hace parte del sector secundario de la economía, en este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios

de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.

Con el propósito de observar lo dispuesto en el artículo 2.2.1.2.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015, en relación con el estudio de mercado, la secretaria de Derechos Humanos y Paz identificó que el sector relativo al objeto de la presente contratación está integrado por el conjunto de empresas pertenecientes al sector terciario o de servicios, que incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarios para el funcionamiento de la economía.

A. Análisis Económico :

Identificación del sector económico al cual pertenece la necesidad

SECTOR DE SERVICIOS PUBLICITARIOS

La actualidad implica buscar la diversificación del uso de los medios de comunicación, para lograr llegar a todas las personas, pues se reconoce la existencia de una clasificación de los medios que usan de acuerdo a la edad, especialmente, en la actualidad la población joven se inclina por el uso de redes sociales y la publicidad digital, de ahí que estas lideran la captación de audiencias con un 72%, la televisión y la radio se ubican en un segundo lugar con un 62%.

En cuanto a las noticias impresas, estas han mantenido informados a 28% de los colombianos, reportando un crecimiento de cuatro puntos porcentuales en 2023 versus 2021.

Y según el Comisión de Regulación de Comunicaciones -CRC, en el semestre los lectores de prensa impresa crecieron 30% en el país. Estos resultados han hecho que tanto la radio como la televisión y la prensa sigan siendo atractivos para la pauta publicitaria y la transmisión de mensajes institucionales.

Debe entonces destacarse, que el desarrollo de las tecnologías ha incidido en la forma en que accedemos a la información, en la actualidad escuchar radio, ver contenidos, entre otros, es mucho más fácil por cuanto los dispositivos celulares permiten estas acciones, de ahí que la posibilidad de impactar y llegar a la población resulta ser mucho más efectivo en las actuales condiciones.

Debe destacarse que el desarrollo de las tecnologías ha tenido un impacto significativo en la humanidad, pues no solo ha sido herramienta transformadora en muchas áreas, incluyendo la medicina, la comunicación, la ciencia, en la industria, generando dinamismo económico y social, entre otros; en el caso de las comunicaciones la tecnología ha transformado la forma en que las personas interactúan y comparten información.
En ese contexto, debe decirse entonces que sin lugar a duda la revolución digital ha generado un aumento significativo en la creación y el consumo de medios digitales. Actualmente, se evidencia un incremento importante en el número de trabajadores dedicados a los medios digitales, frente al número a los periodistas que trabajan en los medios impresos. Esto refleja la creciente importancia de los medios digitales como fuentes primarias de información y noticias. No puede entonces negarse que la era digital ha traído consigo un conjunto de

oportunidades emocionantes para el periodismo, permitiendo a los profesionales de los medios explorar y aprovechar nuevas formas de contar historias e informar al público.

a. **Servicios incluidos en el sector**

En atención a lo anterior y considerando el alcance del objeto contractual, el presente proceso pertenece al **Sector terciario o de servicios,** que Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Los servicios de publicidad difundida, presentan una rápida evolución que se ve reflejada en la diversidad alternativas para la difucion de publicidad, lo cual genera rezago de las clasificaciones en relación con las dinámicas empresariales. Algunas actividades acarrean una dificultad en su clasificación a nivel de clase, ya que existen empresas con actividades que contemplan productos asociados a diferentes clases CIIU.

- Sección M "Actividades profesionales, científicas y técnicas, propiamente la clase **7310** **"PUBLICIDAD"**

SECCIÓN	NOMBRE DE LA SECCIÓN	DIVISIÓN	GRUPO	CLASE	DESCRIPCIÓN
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	73	731	7310	PUBLICIDAD

Fuente:https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2022.pdf

Esta clase incluye:

- El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.

- La creación y la realización de campañas de publicidad que incluyen: - Creación y colocación de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio, televisión, Internet y otros medios de difusión. - Creación y colocación de anuncios de publicidad exterior; por ejemplo, mediante carteles, carteleras, tableros, boletines, decoración de vitrinas, diseño de salas de exhibición con fines publicitarios, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, entre otros. - Representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios. - Publicidad aérea. - Distribución y entrega de material publicitario o muestras. - Alquiler de espacios publicitarios en vallas publicitarias, etcétera. - Creación de stands y otras estructuras y sitios de exhibición con fines publicitarios.

- El manejo de campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios, dirigidos a atraer y retener clientes: - Promoción de productos. - Comercialización en puntos de venta. - Publicidad directa vía correo. - Consultoría en comercialización.

- Sección M "Actividades profesionales, científicas y técnicas, propiamente la clase **7310** **"PUBLICIDAD"**

SECCIÓN	NOMBRE DE LA SECCIÓN	DIVISIÓN	GRUPO	CLASE	DESCRIPCIÓN
J	Información y comunicaciones	58	581	5813	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas

Fuente:https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2022.pdf

Esta clase incluye:

- La edición impresa o en formato electrónico, incluso por internet, de publicaciones periódicas tales como: - Periódicos, periódicos de anuncios publicitarios, periódicos de contenido técnico o general, tiras cómicas, boletines informativos, entre otros. - Edición de revistas y otras publicaciones periódicas, entre ellas las académicas, agrícolas, comerciales, financieras, juveniles, profesionales, religiosas, técnicas, con contenido para adultos, entre otras. - Edición de guías de programación de radio y televisión.

b. **Agentes que componen el sector**

- ✓ Agencias de Marketing y pulicidad
- ✓ Medios de difusiòn
- ✓ Creadores de contenidod
- ✓ Periodistas
- ✓ Influencers
- ✓ Diseñadores Graficos
- ✓ Publicistas
- ✓ Anunciantes

c. **Gremios que componen el sector**

- ✓ Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).
- ✓ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:
- ✓ Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO).
- ✓ Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia (ANDA),

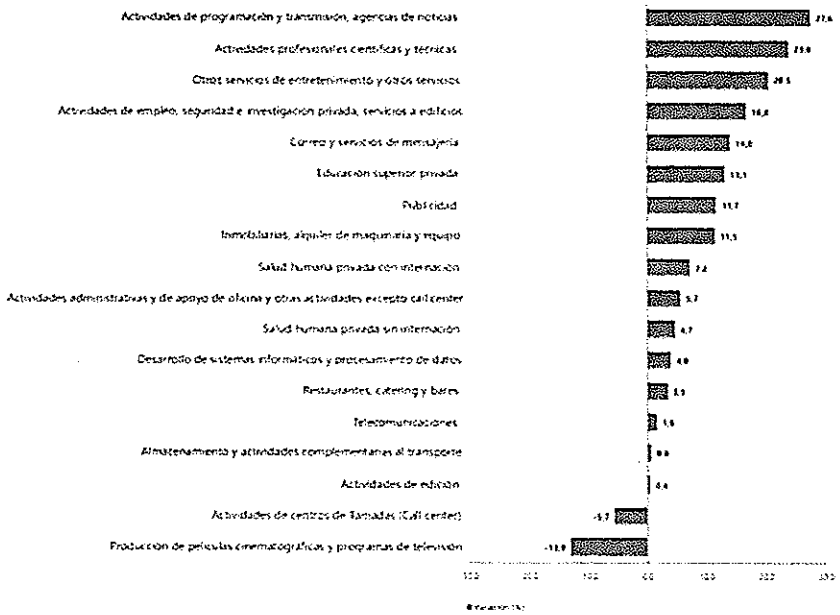
d. **Cifras totales de ventas:**

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

Encuesta Mensual de Servicios (EMS)
Junio de 2026[p]

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios
Total nacional
Junio (2026/2025)[p]



Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (Junio 2026p / Junio 2025), En junio de 2026, dieciséis de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con junio de 2025, entre esas actividades de programaciòn y transmisiòn, agencias de noticias, con una variaciòn del 27,6 % en comparación con junio de 2025.

Fuente: https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMS/bol-EMS-jun2026.pdf

e. **Variables económicas que afectan el sector**

IPC

En junio de 2026 la variación mensual del IPC fue 0,39%, la variación año corrido fue 4,77% y la anual 6,14%.

En junio de 2026 la variación anual del IPC fue 6,14%, es decir, 1,32 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 4,82%.

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Variación mensual, año corrido y anual
Total nacional
2025 - 2026 (junio)

IPC	Junio					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,10	**0,39**	3,74	**4,77**	4,82	**6,14**

El comportamiento mensual del IPC total en junio de 2026 (0,39%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Alimentos y bebidas no alcohólicas. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,67%) y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,52%).
Fuente: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica

SALARIO MINIMO

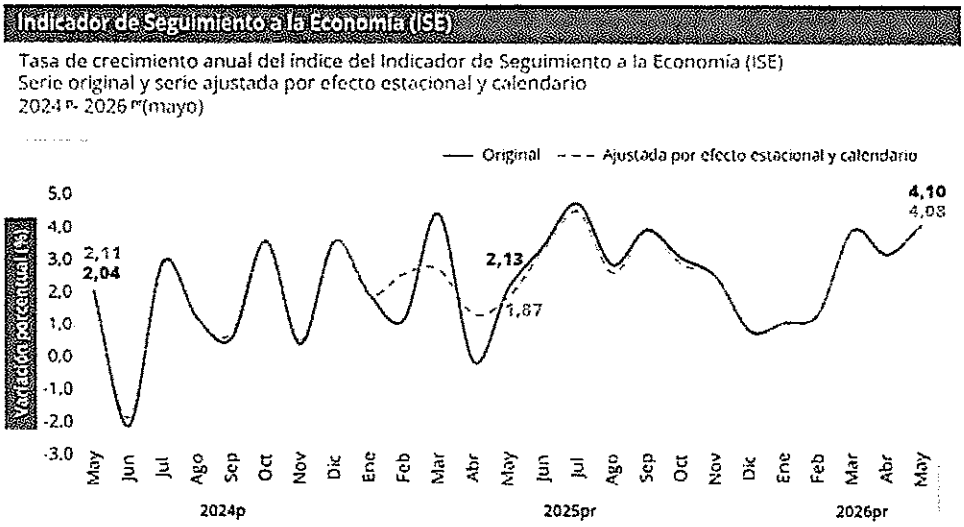
La variación de salario se refiere a cualquier cambio temporal o permanente en la remuneración de un trabajador, causado por factores como ascensos, bonificaciones esporádicas (variación transitoria) o ajustes por inflación (variación permanente), como el aumento anual del salario mínimo en Colombia para 2026, que subió un 23%. Es clave diferenciar entre una variación transitoria (pagos extra no habituales) y una variación permanente (cambio en el salario base), que afecta las cotizaciones y beneficios sociales, como se ve en los decretos que ajustaron el salario mínimo colombiano a $1.750.905 para 2026.

IMPACTO COMBINADO:
El impacto combinado de la inflación, la variación del SMMLV y la tasa de cambio puede tener efectos complejos en el sector. Por ejemplo, una alta inflación combinada con una depreciación del peso puede crear una espiral de precios donde los aumentos de costos se retroalimentan, llevando a ajustes constantes de precios y salarios. Esto puede crear incertidumbre

económica, lo que afecta la planificación y la inversión en el sector. Las empresas pueden ser reticentes a expandirse o invertir en nuevas tecnologías si no pueden prever con precisión sus costos y márgenes de beneficio.

Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)

Información mayo de 2026pr



El Indicador de seguimiento a la economía es un índice sintético cuyo fin es proporcionar una medida de la evolución de la actividad real de la economía en el corto plazo, el cual se ajusta a la metodología utilizada en las cuentas nacionales trimestrales; compuesto por un conjunto heterogéneo de indicadores mensuales representativos de las actividades económicas.

Para el mes de mayo de 2026pr, el ISE en su serie original se ubicó en 129,16, lo que representó un crecimiento de 4,10% respecto al mes de mayo de 2025pr.

Para el mes de mayo de 2026pr, el ISE en su serie ajustada por efecto estacional y calendario se ubicó en 129,91, lo que representó un crecimiento de 4,08% respecto al mes de mayo de 2025pr (124,81).
https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ISE/bol-ISE-may2026.pdf

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

- Déficit en la cualificación del recurso humano: Las dinámicas económicas de las regiones, son distintas en la región del país. Esto condiciona el talento humano para el el sector

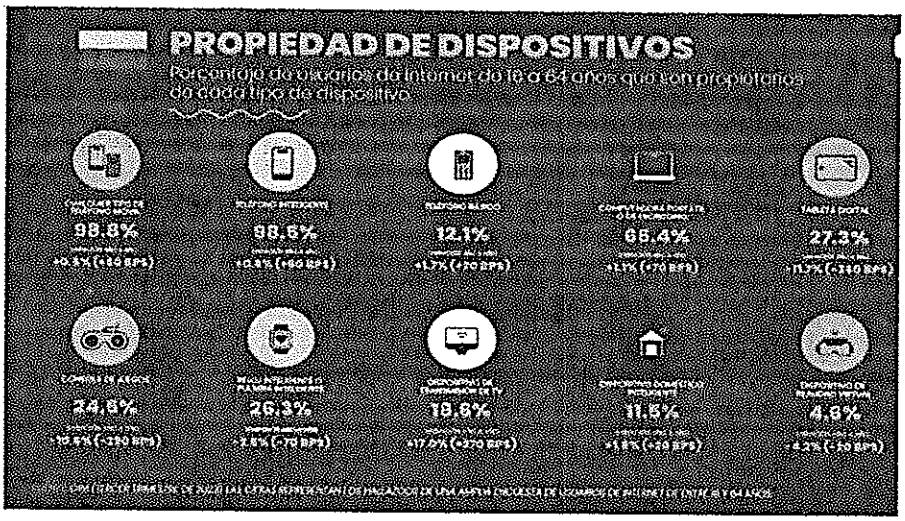
de servicios de consultoría, toda vez, que, para la ejecución de dichos servicios se requiere de personal calificado, especialista en las áreas necesarias para desempeñar el servicio, lo que en algunos casos condiciona el servicio a la poca disponibilidad de profesionales en áreas especificas, de los cuales existe poca oferta o muy costosa.

- Emergencia Sanitaria : La prestación de servicios personales ha sido uno de los sectores más afectados por la emergencia sanitaria tal por el riesgo de trasmisión del virus al tener contacto cercano con las personas.

2. ANÁLISIS TÉCNICO

El panorama digital en Colombia ha experimentado un notable dinamismo en los últimos años, evidenciado por un crecimiento sostenido en la adopción de tecnologías digitales y en el uso de Internet y redes sociales en todo el país. A nivel mundial, para inicios de 2026 más de 5.410 millones de personas utilizan redes sociales, lo que representa aproximadamente entre el 64 % y el 65 % de la población global. En promedio, los usuarios pasan más de dos horas y media al día en estas plataformas y utilizan entre 6,75 y 8 redes sociales diferentes al mes, principalmente con fines de interacción social, entretenimiento y acceso a información (DataReportal – Global Digital Insights, 2026).

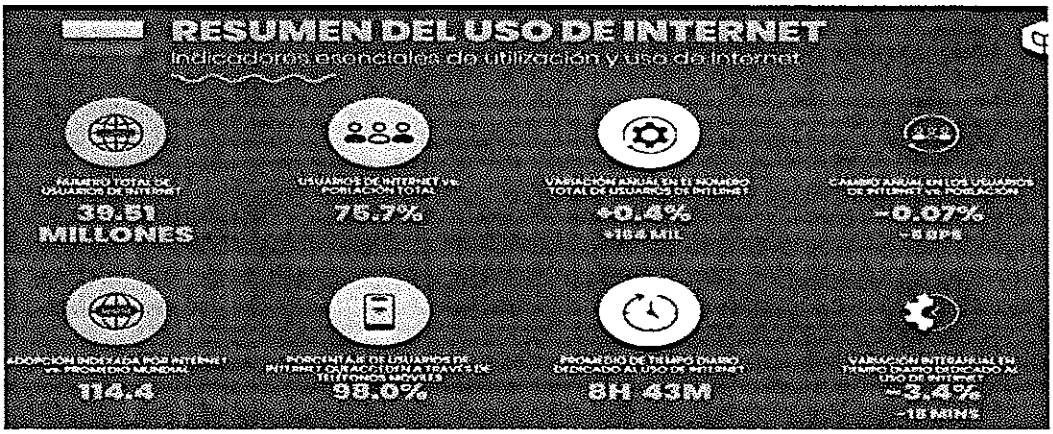
De igual manera, el informe Digital 2024: Global Overview Report, elaborado por We Are Social y Hootsuite, ofrece una visión integral de este avance con datos actualizados a enero de 2024. Dicho reporte evidencia que Colombia ha presentado transformaciones relevantes en materia de conectividad, hábitos de consumo digital y preferencias en el uso de plataformas, lo que refleja la rápida evolución del ecosistema digital y su creciente influencia en la comunicación, la promoción y el acceso a la información en el país.



De acuerdo con la gráfica anterior, se evidencia que un porcentaje significativo de población colombiana entre 16 a 64 años de edad, usa dispositivos móviles y tecnológicos, lo que significa que su consumo de información digital es superior. De acuerdo con los reportes

estadísticos el tiempo que los usuarios colombianos invierten en Internet y dispositivos digitales se administra en la conexión a internet en un promedio de 8 horas y 43 minutos, 3 horas y 23 minutos en redes sociales, entre otros. Es por ello que generar una estrategia de comunicación y promoción a través de medios digitales, resulta en la actualidad una manera de llegar a un público que no viene familiarizado con los medios tradicionales de comunicación, esto es radio, prensa o televisión, que por su desarrollo que esta generalmente asociado a la edad, está más interesado en explorar otros medios de información que resulten más acorde con su forma de informarse.

En Colombia el uso de internet ha venido siendo creciente



Según las cifras, existían 39,51 millones de usuarios de internet en Colombia, logrando así una penetración de internet del 75,7%, es decir se incrementó un 0,4% frente al año 2023. Son estas cifras las que obligan a las organizaciones a explorar nuevas formas de posicionar productos, marcas y en general dar información de ahí que para el Instituto resulte fundamental impactar al mayor número de personas usando para ello las herramientas y medios de comunicación diversos que existen, siendo el digital un de los más importante.

Esta forma de promocionar, busca que sea dinámica y corta, como lo son los espacios en la web, siendo así una forma de que los usuarios capten de una manera sencilla toda la información sobre la marca "Villavo Aquí está el Llano", con las diferentes gestiones, actividades y eventos que se realicen. Adicionalmente la información que se va a brindar en los espacios, de nuestra programación es para mantener a nuestros oyentes y seguidores informados de lo que ocurre en nuestra maravillosa ciudad, a todas las regiones de nuestro país y también el mundo, y conozcan todo lo que implica el decir "Villavo Aquí está El Llano".

Un aspecto importante es la gestión de la reputación y la imagen de las organizaciones, instituciones y marcas, es por ello por lo que los espacios digitales, nos pueden brindar el resultado de las estrategias de comunicación que promuevan la imagen positiva de la entidad y de sus seguidores estableciendo una relación sólida con el público. A través de la gestión de la comunicación, se puede fortalecer la confianza en las instituciones, fomentar la transparencia y brindar una respuesta efectiva en diferentes situaciones que se presenten.

Por lo anteriormente mencionado se hace necesario fortalecer la promoción y publicidad del proyecto en mención, para generar un gran impacto y de esta manera potencializar y visibilizar las diferentes actividades turísticas que se pueden realizar en el municipio, generando desarrollo y productividad a los actores de la cadena de valor del turismo.

De esta forma se reconoce que las comunicaciones desarrollan un papel central en la sociedad, su labor es esencial para garantizar una comunicación efectiva, combatir la desinformación, promover el diálogo y la participación ciudadana, así como para gestionar la reputación de organizaciones e instituciones.

En el caso de la necesidad actual del Instituto de Turismo de Villavicencio, es importante señalar que, aunque la entidad cuenta con redes sociales y página web institucional, los públicos o segmentos que acceden a otros portales digitales y plataformas informativas son diferentes. Por lo tanto, la realización de pauta en diversas páginas web y redes sociales, como Facebook, permite ampliar el alcance de la información promocional de la marca "Villavo, Aquí Está el Llano", logrando que los contenidos lleguen a un mayor número de usuarios y potenciales visitantes.

De igual manera, con el fin de difundir la información tanto a residentes como a turistas, el medio radial continúa siendo uno de los canales de comunicación con mayor alcance. En Colombia, aproximadamente el 86 % de la población escucha radio, lo que la consolida como uno de los medios con mayor penetración y confianza, especialmente en zonas rurales, andinas y amazónicas. Según el Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR), Radio Nacional de Colombia ha alcanzado uno de sus mejores desempeños en los últimos años. En la ola ECAR II-2025, la emisora registró un crecimiento del 89 %, pasando de 166.700 a 281.300 oyentes, lo que además representa un incremento del 37 % frente a la medición 2024-III.

Por tal motivo, se requiere contratar 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 y que cuente con espacios por medio de página web y redes sociales con relación a información noticiosa y medio radial, para que encadene y genere los espacios de divulgación de los productos y servicios que ofrece la ciudad para los turistas y propios, como también de las acciones y actividades que realice la entidad y de esta manera promocionar a Villavicencio como destino turístico y sus diferentes eventos realizados en los parques, circuitos y escenarios turísticos; que le permita a la entidad suplir la necesidad y dar cumplimiento a las metas y objetivos propuestos por el Instituto

Asimismo, el proceso contractual se organizó en cuatro (4) lotes diferenciados, atendiendo a la naturaleza de los servicios, los medios de divulgación y las especificaciones técnicas requeridas. La decisión de adelantar un único proceso de mínima cuantía, organizado en cuatro (4) lotes, obedece a que el objeto del contrato corresponde a la ejecución de un plan de medios integral para la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano". Aunque los servicios se distribuyen en diferentes canales de comunicación (impresos, radiales y digitales), todos forman parte de una misma estrategia institucional, lo que exige coherencia y articulación en su contratación.

Tramitar un solo proceso evita la duplicidad de actuaciones contractuales (publicaciones, estudios previos, actos administrativos, supervisión, informes), reduciendo tiempos y costos administrativos. Esto se ajusta al principio de economía previsto en la Ley 80 de 1993.

La consolidación en un único proceso permite mayor claridad en la distribución de recursos, ya que cada lote cuenta con un valor independiente dentro del presupuesto oficial, pero bajo un mismo marco contractual.

La modalidad por lotes permite que diferentes proveedores puedan participar y ser adjudicatarios de los servicios según su especialidad, sin fragmentar la estrategia global. De esta manera, se garantiza pluralidad de oferentes y se promueve la competencia.

Finalmente, la modalidad por lotes se enmarca en los principios de planeación, economía, transparencia y responsabilidad, al garantizar que la contratación responda a las necesidades institucionales, con claridad en las condiciones técnicas y presupuestales.

LOTE 1.

Item	Periodicidad	Cantidad	Condiciones técnicas del Medio Publicitario	Descripción del bien o servicio
1	Mensual	60	1. El proveedor deberá contar con un programa radial en frecuencia modulada, transmitido en el horario de 12:00 m a 1:00 p.m., de lunes a viernes, el cual deberá: • Contar con certificación del espacio radial. • Acreditar una trayectoria mínima de 10 años de emisión continua. 2. Transmisión simultánea en redes sociales: El programa radial deberá transmitirse de manera simultánea mediante transmisiones en vivo, al menos por la red social Facebook.	**Emisión de cuñas de carácter periodístico** en el espacio radial, con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", La cuña publicitaria será suministrada por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.
2	Mensual	6		Divulgación de cápsulas informativas de mínimo sesenta (60) segundos, máximo dos (2) minutos cada una, en el espacio radial, con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Las cápsulas informativas serán suministradas por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos, en caso de entrevista será previamente agendada por el supervisor del contrato.

LOTE 2.

Item	Periodicidad	Cantidad	Condiciones técnicas del Medio Publicitario	Descripción del bien o servicio
1	Mensual	1	1. El medio de comunicación deberá contar con reconocimiento y circulación regional, acreditando una trayectoria de 10 años en el mercado. 2. Cumplir con una edición impresa con un mínimo de cinco mil (5.000) ejemplares por edición. 3. Publicación de una (1) página impar a color, con dimensiones de 29 cm de alto por 23,7 cm de ancho, destinada a la divulgación de información institucional suministrada por la entidad. 4. El medio deberá contar con página web propia o disponer de autorización expresa para la publicación digital de la edición impresa contratada, alojada en un dominio y hosting vigentes durante la ejecución del contrato, con una trayectoria mínima de dos (02) años de funcionamiento continuo.	Servicio de publicación en periódico con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", en un periódico de reconocimiento regional, que cuente con una edición impresa con un tiraje mínimo de cinco mil (5.000) ejemplares por edición, debidamente certificado por el medio de comunicación. La publicación deberá realizarse en una (1) página impar del periódico, conforme a los lineamientos, contenidos e información suministrados por el supervisor del contrato o por la persona que este designe. Adicionalmente, la edición impresa deberá contar con publicación en formato digital a través de la página web del medio de comunicación, con el fin de ampliar el alcance y la cobertura de la información institucional.

LOTE 3.

Item	Periodicidad	Cantidad	Condiciones técnicas del Medio Publicitario	Descripción del bien o servicio
1	Mensual	5	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años. • Las redes sociales serán (Facebook e Instagram),	**Publicar boletines de carácter periodístico** en una página web y dos redes sociales, con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano",

			del proveedor, quien deberá tener minimo 240.000 seguidores, y una antigüedad de minimo 11 años por lo menos en una de las dos redes sociales	Los contenidos publicitarios serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.
2	Mensual	2	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria minimo de 5 años.	Publicar banner rotativo de en la pagina web de 1456px x 180px con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Los contenidos publicitarios serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.
3	Mensual	11	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años. • Las redes sociales serán (Facebook e Instagram), del proveedor, quien deberá tener mínimo 240.000 seguidores, y una antigüedad de mínimo 11 años por lo menos en una de las dos redes sociales.	**Publicar contenidos digitales** en una pá gina web y dos redes sociales de formatos audiovisuales y/o gráficos, tales como; videos, imágenes, reels, historias u otras piezas digitales, en el formato 16:9 y 9:16, alusivos a eventos, capacitaciones, actividades institucionales y acciones de promoción turística, orientados al posicionamiento de la marca **"Villavo Aquí Está el Llano"** Los contenidos digitales serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.

LOTE 4.

Item	Periodicidad	Cantidad	Condiciones técnicas del Medio Publicitario	Descripción del bien o servicio
1	Mensual	4	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años. • Las redes sociales serán (Facebook e Instagram), del proveedor, quien deberá tener minimo 360.000	**Publicar boletines de carácter periodístico** en una página web y dos redes sociales, con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Los contenidos publicitarios serán suministrados por el supervisor del

			seguidores, y una antigüedad de mínimo 7 años por lo menos en una de las dos redes sociales	contrato quien emitirá el lineamiento de estos.
2	Mensual	2	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años.	Publicar banner rotativo de en la pagina web de 1227x200px con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Los contenidos publicitarios serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.
3	Mensual	9	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años. • Las redes sociales serán (Facebook e Instagram), del proveedor, quien deberá tener mínimo 360.000 seguidores, y una antigüedad de mínimo 11 años por lo menos en una de las dos redes sociales.	**Publicar contenidos digitales** en una página web y dos redes sociales de formatos audiovisuales y/o gráficos, tales como; videos, imágenes, reels, historias u otras piezas digitales en el formato 16:9 y 9:16,, alusivos a eventos, capacitaciones, actividades institucionales y acciones de promoción turística, orientados al posicionamiento de la marca **"Villavo Aquí Está el Llano"** Los contenidos digitales serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.

PLAZO DE EJECUCIÓN: El plazo de ejecución del contrato sera de la siguiente manera, contados a partir de la suscripción del acta de inicio:

A) Lote 1: Tres (3) meses, contados a partir de la suscripción del acta de inicio.
B) Lote 2: Un (1) mes, contados a partir de la suscripción del acta de inicio.
C) Lote 3: Tres (3) meses, contados a partir de la suscripción del acta de inicio.
D) Lote 4: Tres (3) meses, contados a partir de la suscripción del acta de inicio.

3. ANÁLISIS REGULATORIO:

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

- La Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) vela por la protección del consumidor y la veracidad de la publicidad.

- LEY 1801 DE 2016. "Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana"
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA
- 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 1041 de 2022 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 1072 de 2015 Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo
- Ley 2069 de 2020 por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia
- Plan de Desarrollo Departamental "El Gobierno de la Unidad 2024 -2027"
- Plan de Desarrollo Municipal "Villavo somos todos 2024 – 2027"

De otra parte, están las normas generales establecidas en el Código Civil y el Código del Comercio, así como el Estatuto Tributario Nacional y sus modificaciones y el Estatuto Tributario Municipal que imponen cargas tributarias, tasas y contribuciones a quienes celebren contratos con las entidades públicas.

4. OTROS ASPECTOS:

Análisis para determinar los criterios diferenciales para Mipyme y emprendimientos y empresas de mujeres

La OIT manifiesta que, si bien las Mipyme son un elemento fundamental en la generación de empleo en América Latina, sus niveles de productividad tienden a ser menores en relación con otras regiones del mundo.

En este sentido, el ambiente de negocios en el que estas empresas operan en la región comúnmente frena su productividad e impide su desarrollo y competitividad.

Bajo esta perspectiva y en la búsqueda de fortalecer las Mipyme en Colombia, se expidió la Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020 "Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en

Colombia", la cual establece un marco regulatorio que propicia el emprendimiento, crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Según la exposición de motivos del proyecto que originó la Ley de Emprendimiento, esta norma "{...] propone facilitar el acceso de las Mipyme a la modalidad de contratación de mínima cuantía, la limitación de estos procesos a Mipyme, define la posibilidad de establecer criterios diferenciales a favor de las Mipyme en los procesos de contratación pública, amplía el ámbito de aplicación de las medidas de compras públicas a Entidades que hoy están excluidas, establece la creación de un sistema de información e indicadores para evaluar la efectividad de las medidas adoptadas y define la inclusión de factores de desempate en los procesos de contratación pública que priorizan este segmento".

Estos estímulos e incentivos construidos por la Ley 2069 de 2020, en especial, en su Capítulo 111 "Compras públicas" del Título I modifica varias disposiciones que regían el sistema de compra y contratación pública, las cuales tienen un impacto en distintas normas legales y reglamentarias. En efecto, para entender un poco de la importancia de las Mipyme es necesario acudir a diversos estudios realizados por diferentes Entidades gubernamentales y no gubernamentales sobre el desarrollo económico que generan este tipo de organizaciones en nuestro país y la necesidad de incentivarlos en el marco del desarrollo, crecimiento y reactivación económica.

Confecámaras presenta el informe de dinámica de creación de empresas, en el que se analiza el comportamientó de la constitución de sociedades y matrícula de personas naturales en el año 2024. La fuente de las estadísticas reportadas en este informe es el Registro Único Empresarial y Social (RUES) de las cámaras de comercio del país, el cual recoge información registral de las cámaras de comercio del país y permite hacer seguimiento a la demografía de empresas por organización jurídica, sectores y tamaño. De acuerdo con el tamaño de la empresa medido por el valor de sus activos, se evidencia que el conjunto de nuevas unidades productivas está conformado principalmente por microempresas (99,6%) seguido por las pequeñas (0,37%) y las medianas y grandes (0,03%). Estas cifras ratifican la importancia de las pequeñas unidades productivas en la economía del país y en consecuencia los esfuerzos de la Red de Cámaras para fortalecerlas.

RAZON SOCIAL	NIT	MUN-COMERCIAL	CIIU-1
LUIS ERNESTO MURILLO HERRERA	176237003	25530 - PARATEBUENO	M7310 ** Publicidad
LEMUR PUBLICIDAD ECOS DEL LLANO		25530 - PARATEBUENO	M7310 ** Publicidad
VARGAS QUIMBAYA ESPERANZA	265009226	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
PEÑA LOPEZ JESUS BAUDILIO	113746390	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
DIMENSION LITOGRAFIA & SUMINISTROS		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
PEÑALOZA ALMARIO OMAR ESNEIDER	791078011	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad

FIERRO GUAYARA MISAEL	81910362	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
RINCON SANABRIA LUIS FRANCISCO	171708084	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
HERNANDEZ HERNANDEZ LUIS AUGUSTO	790443792	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
MARINO CONTRERAS NELSON	173324135	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
N . M. C. PUBLICIDAD E IMPRESOS		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
GALINDO BETANCOURT OSCAR EDUARDO	173272794	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
ALCIDES ANTONIO JAUREGUI BAUTISTA	170667200	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
PROMOCIONES ALANJABA		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
BEDOYA HENAO HUMBERTO ANTONIO	701013906	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
PRODUCCIONES BE & MAR		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
CABALLERO GALINDO JAIME HERNANDO	793437039	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
URREGO WILLIAM OSWALDO	173412190	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
URREGO LOZANO FERNANDO	113794301	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
CESPEDES TOVAR JOSE ANTONIO	173225599	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
PEÑA CARLOS EDUARDO	860437692	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
ROMERO FAJARDO EDISON ANTONIO	790616459	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
VILLALOBOS TURRIAGO LUIS ANTONIO	860421461	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
ROCHA JIMENEZ RODRIGO	173241825	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
MONSALVE CASTELLANOS CESAR AUGUSTO	793651351	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
MANCERA PRIETO JOSE GILDARDO	173258454	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad

COBO JIMENEZ WILLIAM	173272676	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
ACOSTA TORRES GILBERTO OSWALDO	30103736	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
GUTIERREZ VARGAS GUILLERMO	173365378	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
GARZON LUIS JAIRO	173455677	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
PROGRAMAS RADIALES Y TELEVISION. EL GAVILAN VIAJERO LLANERATO SALSENATO NOTICIERO POPULAR DEL LLANO RADIO REVISTA CACHO EN LA MANGA		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
GOMEZ GALEANO GLORIA ESPERANZA	354008619	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
ROJAS JOSE DARIO	793456237	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
RODRIGUEZ DIEGO	173270236	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
JAIRO GONZALEZ GUEVARA	30238955	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
GOBAR DIGITAL		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
OLVEYN FERNANDO MARTINEZ GARZON	860532505	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
MOJICA LEON JAIRO	795700786	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
CASTAÑEDA PARRA ELIODORO	173450961	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
RAMIREZ ALTURO HECTOR MANUEL	142400951	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
ROA MARTINEZ ALEXANDER	860553344	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
RODRIGUEZ DUARTE LUIS EMILIO	794124284	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
AGUILAR CASTAÑEDA JOSE IVAN	173265841	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
JAINSSON MANUEL CRUZ SANABRIA	860672649	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad

LENGUA HERNANDEZ LUIS FERNANDO	791313874	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
RAMIREZ ARCILA LUZ IDALIA	300015005	50313 - GRANADA	M7310 ** Publicidad
MALAVER MALAVER CARLOS JULIO	193737354	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
SOLANO CUELLAR ALDEMAR	173215358	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
VALENZUELA ROMERO EDGAR	190154853	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
CORREDOR ARIAS ANA ISABEL	212330956	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
SANTOS CEDEÑO JUAN AGUSTIN	182626134	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
ROZO GUEVARA ADRIANA	404014911	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
JULIO EDUARDO SANTOS QUIROGA	173129391	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
JOSE FERNANDO MOENO SALINAS	860630834	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
MORALES GAITAN BRYAN MAURICIO	173886877	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad
PERIODICO VISION LLANERA		50006 - ACACIAS	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
REVISTA CLUSTER TOURISTIC & LIFE STYLE		50001 - VILLAVICENCIO	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
MONICA LILIANA CASTAÑEDA ARANDA	522242086	50001 - VILLAVICENCIO	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
SANCHEZ JOANNA PAOLA	526162293	50001 - VILLAVICENCIO	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
HUELLAS VEREDALES Y URBANAS		50001 - VILLAVICENCIO	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...

BRICEÑO MILLAN DIVAR	747704581	50313 - GRANADA	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
ACADEMY DIVARINGO		50313 - GRANADA	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
ARLEX NARVAEZ	164506918	50001 - VILLAVICENCIO	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
SERVICIOS MEDICOS INTEGRALES MEDICAL CORPUS S.A.S	9009748135	50001 - VILLAVICENCIO	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
GRUPO EDITORIAL HOY SAS	9009996121	50001 - VILLAVICENCIO	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
GRUPO EDITORIAL DEL LLANO S.A.S	9011902926	50001 - VILLAVICENCIO	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
MORALES ARANGUREN MAYRA ALEJANDRA	1,1219E+10	50001 - VILLAVICENCIO	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
PERIODICO VISION LLANERA		50006 - ACACIAS	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...
REVISTA CLUSTER TOURISTIC & LIFE STYLE		50001 - VILLAVICENCIO	J5813 ** Edicion de periodicos revistas...

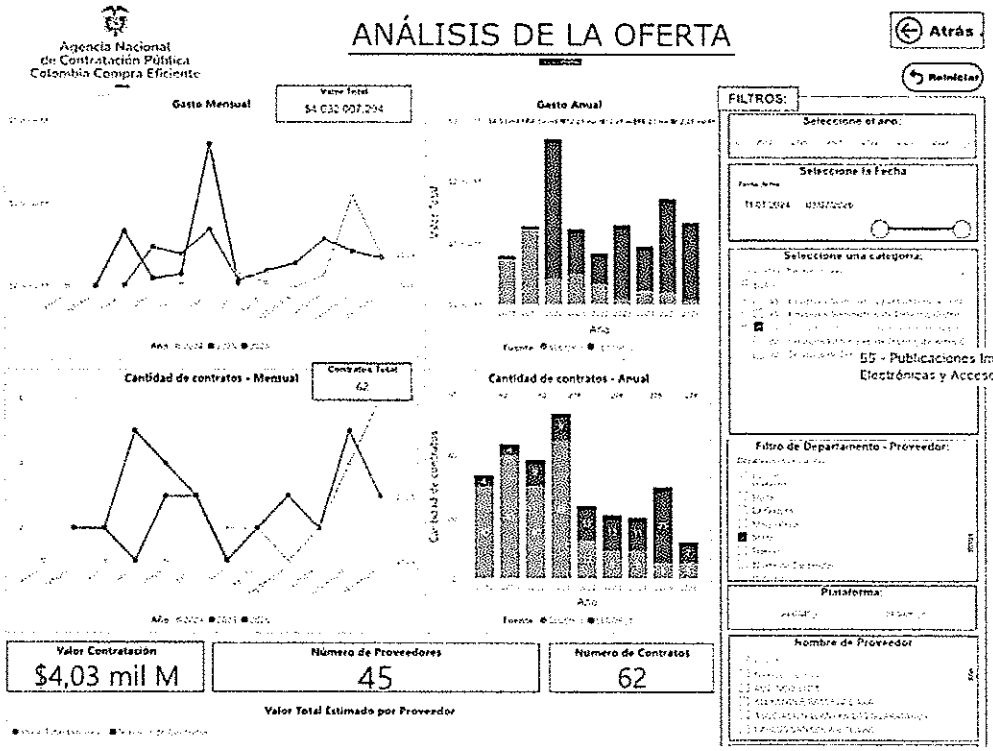
De conformidad con lo establecido en el artículo 3 del Decreto 1860 de 2021, en el presente proceso de Minima Cuantía, la Entidad Estatal incluirá condiciones habilitantes orientadas a incentivar la participación de emprendimientos y empresas de mujeres, así como de las MIPYMES con domicilio en el territorio nacional.

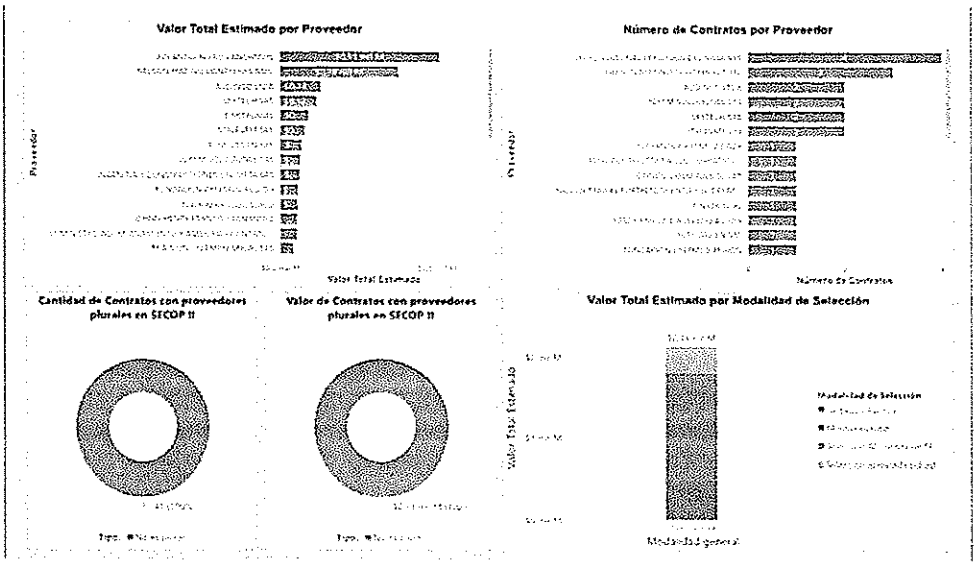
La asignación del puntaje correspondiente al criterio diferencial aplicable a las MIPYMES y a los emprendimientos y empresas de mujeres se encuentra establecida en el componente jurídico del estudio previo e invitacion publica..

5. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO

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

Como se observa en el gráfico siguiente, que desde la vigencia 2024 y lo corrido de la 2026 el gasto total a nivel Departamentall referentes a publicaciones impresas, publicaciones electronicas y accesorios es de $4.032.007.294 , para un total de 62 contratos de Servicios publicitarios integrales y 45 proveedores registrados.





A través del empleo del Modelo de Abastecimiento Estratégico de la Oferta, se ha llevado a cabo un análisis con el fin de identificar a los posibles oferentes que han sido contratados con mayor frecuencia para la provisión de los servicios relacionado con el presente proceso en el departamento del Meta. Este enfoque metodológico ha permitido discernir y evaluar de manera sistemática a aquellos proveedores que han demostrado un historial sólido y consistente en la ejecución de contratos similares.

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

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

Proceso de referencia No. 1

ENTIDAD	**INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO**
NUMERO DE PROCESO	CMC 122 DE 2023
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	**No 156 DE 2023**
OBJETO:	PRESTAR LOS SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE UN MEDIO RADIAL PARA LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE VILLAVICENCIO COMO DESTINO TURISTICO.
VALOR CONTRATO	**$2.200.000**
PLAZO DE EJECUCION	OCHO (08) DIAS
FORMA DE PAGO	El instituto de Turismo de Villavicencio pagara al contratista el valor que resulte de la oferta aceptada por cada modulo , mediante un unico pago una vez se halla cumplido con la ejecucion del 100% de las obligaciones contratadas
GARANTIAS	N / A
EXPERIENCIA REQUERIDA	Como factor hablitante de la propuesta, el proponente deberá acreditar experiencia en la ejecución de un (01) contrato con entidades públicas o privadas, cuyo objeto esté relacionado con el objeto y las actividades a realizar dentro del presente proceso, para lo cual el valor sumado sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial asignado para el presente proceso de selección.
CAPACIDAD FINANCIERA EXIGIDA	N/A N/A N/A N/A
No. DE OFERENTES	1
PROPONENTE ADJUDICATARIO	RCN RADIO S.A.S

https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.5278493

Proceso de referencia No. 2

ENTIDAD	**INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO**
NUMERO DE PROCESO	CMC 124 DE 2023
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	**No DE 2023**
OBJETO:	PRESTAR LOS SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE UN MEDIO RADIAL PARA LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE VILLAVICENCIO COMO DESTINO TURISTICO.
VALOR CONTRATO	**$2.200.000**
PLAZO DE EJECUCION	OCHO (08) DIAS
FORMA DE PAGO	El instituto de Turismo de Villavicencio pagara al contratista el valor que resulte de la oferta aceptada por cada modulo , mediante un unico pago una vez se halla cumplido con la ejecucion del 100% de las obligaciones contratadas
GARANTIAS	N / A
EXPERIENCIA REQUERIDA	Como factor habilitante de la propuesta, el proponente deberá acreditar experiencia en la ejecución de un (01) contrato con entidades públicas o privadas, cuyo objeto esté relacionado con el objeto y las actividades a realizar dentro del presente proceso, para lo cual el valor sumado sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial asignado para el presente proceso de selección.
CAPACIDAD FINANCIERA EXIGIDA	N/A N/A N/A N/A
No. DE OFERENTES	1
PROPONENTE ADJUDICATARIO	ORGANIZACIÒN RADIAL OLIMPICA

Proceso de referencia No. 3

ENTIDAD	**INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO**
NUMERO DE PROCESO	CMC 007 DE 2026
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	No DE 2023

OBJETO:	PLAN DE MEDIOS PARA LA DIVULGACION DE INFORMACION, ACTIVIDADES Y/O EVENTOS DEL INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO EN EL MARCO DE LA PROMOCION DE LA MARCA VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO.
VALOR CONTRATO	$48.000.000
PLAZO DE EJECUCION	Lote 1: Cuatro (4) meses Lote 2: Tres (3) meses Lote 3: Tres (3) meses Lote 4: Cuatro (4) meses
FORMA DE PAGO	El instituto de Turismo de Villavicencio pagara al contratista el valor que resulte de la oferta aceptada por cada lote , de la siguiente forma Lote 1: Dieciséis millones de pesos ($16.000.000 M/CTE), distribuidos en cuatro (desembolsos mensuales de cuatro millones de pesos ($4.000.000 M/CTE) cada uno. Lote 2: Nueve millones de pesos ($9.000.000 M/CTE), distribuidos en tres (desembolsos mensuales de tres millones de pesos ($3.000.000 M/CTE) cada uno. Lote 3: Nueve millones de pesos ($9.000.000 M/CTE), distribuidos en tres (desembolsos mensuales de tres millones de pesos ($3.000.000 M/CTE) cada uno. Lote 4: Catorce millones de pesos ($14.000.000 M/CTE), distribuidos en cuatro (desembolsos mensuales de tres millones quinientos mil pesos ($3.500.000 M/CTE) cad uno.
GARANTIAS	Amparo / Vigencia / Valor Asegurad Cumplimiento general del contrato y el pago de las multas y la cláusula penal pecuniaria que se le impongan. — Con una vigencia igual al plazo de ejecución del contrato, contado a partir de la fecha de su perfeccionamiento y cuatro (4) meses más — Por una equivalente al v del valor total d Calidad del servicio: — La vigencia será igual al plazo de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más. — Por una equivalente al v del valor del Cc
EXPERIENCIA REQUERIDA	Lote 1 El proponente deberá acreditar dos (2) contratos celebrados con entidades públicas o privadas, cuyo objeto o actividades haya sido la ejecución de campañas de promoción en redes sociales. Lote 2 El proponente deberá acreditar dos (2) contratos celebrados con entidades públicas o privadas, cuyo objeto o actividades haya sido la difusión de campañas de promoción en medios de comunicación digital. Lote 3 El proponente deberá acreditar dos (2) contratos celebrados con entidades públicas o privadas, cuyo objeto o actividades haya sido la difusión de campañas de promoción en medios de comunicación radial. Lote 4 El proponente deberá acreditar dos (2) contratos celebrados con entidades públicas o privadas, cuyo objeto haya sido la difusión de campañas de promoción/publicidad en medios radiales.
CAPACIDAD FINANCIERA EXIGIDA	N/A N/A N/A N/A
No. DE OFERENTES	4

PROPONENTE ADJUDICATARIO	ANDRES FELIPE CURVELO SEMMA LAURA MIGSONY CASAS RODRIGUEZ Juan Sebastian Ramirez Gomez

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

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

Proceso de referencia No. 1

ENTIDAD	**ALCALDIA MUNICIPIO DE VILLAVIENCIO**
NUMERO DE PROCESO	SMC-231-2005
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	**No 3743 DE 2025**
OBJETO:	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA DIFUSION RADIAL EN FRECUENCIA MODULADA (FM) DE CAPSULAS INFORMATIVAS SOBRE LA GESTIÓN, PROGRAMAS, PROYECTOS, EVENTOS Y NOTICIAS RELEVANTES DE LA ADMNISTRACIÓN MUNICIPAL DE VILLAVICENCIO
VALOR CONTRATO	**$33.000.000**
PLAZO DE EJECUCION	VEINTE (20) DIAS
FORMA DE PAGO	Pagos parciales conforme al servicio real y efectivamente prestado, de acuerdo a los valores unitarios por las capsulas contratadas de conformidad con el cronograma acordado con el supervisor, previo informe de actividades del contratista y la entrega de soportes de pago de seguridad social correspondiente al mes decutado, cuenta de cobro, informe del supervisor de cumplimiento a cabalidad de las obligacioles a cargo del contratista. El ultimo pago se realizará además con la presentación del acta de terminación y liquidación del contrato
GARANTIAS	N / A
EXPERIENCIA REQUERIDA	Como factor habilitante de la propuesta, el proponente deberá acreditar experiencia en la ejecución de un (01) contrato con entidades públicas o privadas, cuyo objeto esté relacionado con el objeto y las actividades a realizar dentro del presente proceso, para lo cual el valor sumado sea igual o superior
CAPACIDAD FINANCIERA EXIGIDA	N/A N/A N/A N/A
No. DE OFERENTES	1

PROPONENTE ADJUDICATARIO	CADENA SUPER S.A.S

https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.9157118

Proceso de referencia No. 2

ENTIDAD	**ALCALDIA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO**
NUMERO DE PROCESO	SMC- 009-2026
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	**No 2097 DE 2026**
OBJETO:	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN RADIAL EN FRECUENCIA MODULADA (FM) DE LOS PROGRAMAS, PROYECTOS Y DEMÁS TEMAS DE INTERÉS PÚBLICO DE LA ALCALDÍA DE VILLAVICENCIO
VALOR CONTRATO	**$20.000.000**
PLAZO DE EJECUCION	CUATRO (4) MESES
FORMA DE PAGO	CUATRO (4) mensualidades vencidas por la emisión de 125 comerciales de 30 segundos de conformidad con el cronograma acordado con el supervisor, previo informe de actividades del contratista y la entrega de soportes de pago de seguridad social correspondiente al mes ejecutado, cuenta de cobro, informe del supervisor de cumplimiento a cabalidad de las obligaciones a cargo del contratista. El Último pago se realizará además con la presentación del acta de terminación y liquidación del contrato
GARANTIAS	N / A
EXPERIENCIA REQUERIDA	Como factor habilitante de la propuesta, el proponente deberá acreditar experiencia en la ejecución de un (01) contrato con entidades públicas o privadas, cuyo objeto esté relacionado con el objeto y las actividades a realizar dentro del presente proceso, para lo cual el valor sumado sea igual o superior
CAPACIDAD FINANCIERA EXIGIDA	N/A
No. DE OFERENTES	1
PROPONENTE ADJUDICATARIO	JAMES ANDRES GARCIA

https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.10115659

6. ESTUDIO DE LA OFERTA

El sector de servicios publicitarios difundidos en Colombia, actualmente es uno de los sectores de mayor relevancia en el país, ya que en el se encuentran diversos subsectores que aportan positivamente a la economia Colombiana, en el presente proceso contractual se requiere el servicio de pautas publicitarias en medio impreso, pagina web, redes sociales, trasmisiones en vivo , cuñas y capsulas radiales necesaria para la realizacion del PLAN DE MEDIOS PARA LA DIVULGACION DE INFORMACION, ACTIVIDADES Y/O EVENTOS DEL INSTITUTO DE TURISMO DE VILLAVICENCIO EN EL MARCO DE LA PROMOCION DE LA MARCA VILLAVO AQUÍ ESTA EL LLANO. , con los requerimientos ya mensionados en la parte tecnica del presente proceso contractual.

En la necesidad, como se puede observar de conformidad al análisis del gasto histórico revisado anteriormente existen gran variedad de entidades públicas quienes realizan procesos similares, en donde se encuentra gran variedad de oferentes desde organizaciones sin ánimo de lucro, Personas naturales, empresas de marketing y publicidad como pequeñas, medianas y grandes, quienes manejan amplios portafolios de servicios. Es posible determinar la existencia de potenciales oferentes que pueden prestar los servicios necesarios descritos anteriormente.

a. ¿A quién se va a comprar?

El Instituto de Turismo del Villavicencio procedió a identificar aquellas personas naturales y/o jurídicas (pequeñas y grandes empresas) que ofrecen este tipo de servicios impulsando y promoviendo el mercado identificando cuales podrían ser potenciales proveedores en el presente proceso de selección y teniendo en cuenta lo establecido en el decreto 1082 de 2015 o la norma que lo modifique, sustituya o complemente, en cuanto al apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) para lo cual se tomó como muestra información reportada en la página del Registro Único Empresarial (RUES) como se refleja a continuación:

RAZON SOCIAL	NIT	MUN-COMERCIAL
ESPERANZA MARTINEZ PENAGOS	403813534	50001 - VILLAVICENCIO
ALMANZA BASTIDAS MILLER ALEXANDER	1,1219E+10	50001 - VILLAVICENCIO
HERNANDEZ PARIS LUZ MARIA	416202812	50001 - VILLAVICENCIO
SERVICIO COMERCIAL NACIONAL S.A.S	9010603278	50001 - VILLAVICENCIO
AVILES MOSQUERA MARIA CAMILA	1,1274E+10	50001 - VILLAVICENCIO
NOVOA ROMERO DIANA BETSABE	300814023	50001 - VILLAVICENCIO
APPEN FREE S.A.S	9010774897	50001 - VILLAVICENCIO
GRUPO LA INDEPENDENCIA S.A.S	9010920439	50001 - VILLAVICENCIO
BERNAL HERNANDEZ EDWIN ELIECER	860853747	50001 - VILLAVICENCIO
BRACHO HERNANDEZ ADOLFINA DE LA CRUZ	7001766043	50001 - VILLAVICENCIO

DIAZ ROJAS CRISTIAN YESID	1,1047E+10	50001 - VILLAVICENCIO
FIGUEREDO GAITAN CARLOS JAVIER	1,1219E+10	50001 - VILLAVICENCIO
GRUPO EMPRESARIAL ALTILLANURA DE COLOMBIA SAS	9011093644	50001 - VILLAVICENCIO
CARTUR LLANOS SA.S	9011103273	50001 - VILLAVICENCIO
HOYOS GUTIERREZ JENEY DENEY	1,1218E+10	50001 - VILLAVICENCIO
LORENA ARDILA PITA	281825264	50001 - VILLAVICENCIO
BAEZ DUEÑAS ESTEFAN	1,0224E+10	50001 - VILLAVICENCIO
HERNANDEZ RUBIO MARIA CONSTANZA	401896275	50001 - VILLAVICENCIO
IREGUI ALCANTARA LILIANA PATRICIA	403965851	50001 - VILLAVICENCIO
SIERRA TRUJILLO MIRO ALFONSO	32757553	50001 - VILLAVICENCIO
MARIO ALBERTO SALAZAR GOMEZ	808653925	50001 - VILLAVICENCIO
MEGA PRINT PUBLICIDAD		50001 - VILLAVICENCIO
GRUPO COMERCIAL EXPOFERIAS COLOMBIA SAS	9011488831	50001 - VILLAVICENCIO
LOPEZ OTALORA CARLOS ENRIQUE	173212582	50001 - VILLAVICENCIO
CEDIEL DE CASTAÑEDA LUZ MARINA	416468290	50001 - VILLAVICENCIO
TUNJANO JARA NAIDA MACIEL	527562713	50001 - VILLAVICENCIO
PORTELA CETAREZ RENE ALEJANDRO	1,0208E+10	50001 - VILLAVICENCIO
LA RUTA AGENCIA		50001 - VILLAVICENCIO
VELEZ CARDONA OSCAR MAURICIO	860472747	50001 - VILLAVICENCIO

MONICA LILIANA CASTAÑEDA ARANDA	522242086	50001 - VILLAVICENCIO
SANCHEZ JOANNA PAOLA	526162293	50001 - VILLAVICENCIO
HUELLAS VEREDALES Y URBANAS		50001 - VILLAVICENCIO
MONICA LILIANA CASTAÑEDA ARANDA	522242086	50001 - VILLAVICENCIO
SANCHEZ JOANNA PAOLA	526162293	50001 - VILLAVICENCIO
HUELLAS VEREDALES Y URBANAS		50001 - VILLAVICENCIO
MONICA LILIANA CASTAÑEDA ARANDA	522242086	50001 - VILLAVICENCIO
SANCHEZ JOANNA PAOLA	526162293	50001 - VILLAVICENCIO
HUELLAS VEREDALES Y URBANAS		50001 - VILLAVICENCIO
ARLEX NARVAEZ	164506918	50001 - VILLAVICENCIO
SERVICIOS MEDICOS INTEGRALES MEDICAL CORPUS S.A.S	9009748135	50001 - VILLAVICENCIO
GRUPO EDITORIAL HOY SAS	9009996121	50001 - VILLAVICENCIO
GRUPO EDITORIAL DEL LLANO S.A.S	9011902926	50001 - VILLAVICENCIO
MORALES ARANGUREN MAYRA ALEJANDRA	1,1219E+10	50001 - VILLAVICENCIO
ARLEX NARVAEZ	164506918	50001 - VILLAVICENCIO

7. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una herramienta que permite, por un lado, establecer el precio de un determinado bien o servicio, y, por el otro, estructurar y sustentar el presupuesto estimado de un proceso de contratación.

El Estudio de mercado permite comprender la dinámica de los precios y establecer el presupuesto oficial de la contratación. Este comprende la realización de un análisis de los diferentes precios de los bienes o servicios a contratar en los diferentes mecanismos:

1) Solicitud de cotizaciones
2) Consulta en bases de datos especializadas.
3) Análisis de precios históricos.

Para la elaboración del presente estudio de mercado, se debe tener en cuenta los lineamientos de la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, donde se utilizo el mecanismo de análisis por Solicitud de cotizaciones y Consulta de Bases de Datos especializada.

ANÁLISIS DE PRECIOS POR COTIZACIONES.

Para el presente estudio se establecieron cuatro (4) lotes con los requerimientos publicitarios, para determinar el costo de los servicios de cada lote se requirió cotizaciònes a dos (02) proveedores por lote, que tinen relacion con la actividad economica , el servicio requerido y con objeto del presente proceso, con el fin de establecer el valor de los servicios correspondientes según especificaciones técnicas por lote.

Las empresas cotizantes adjuntaron los siguientes documentos:

a. Cotizaciòn con Descripción de los bienes y servicios a cotizar debidamente diligenciados, el cual se encuentra anexo al presente estudio de mercado.
b. Registro Único Tributario: se debe evidenciar que está vigente y que cuenta con la actividad económica requerida (7310, 5813).

LOTE 1

Proveedor (Razón Social/NIT)	**Dirección Teléfonos E-mail**
YENNY AUDREY DAZA BACCA	Calle 56 Sur N 35 A 27 Brasilia Cel: 3124541992 E-mail: yennybacca@hotmail.com
MONICA DEL PILAR LINARES GUTIERREZ	CL 35 N 20 A 55 BARRIO VAINILLA CEL: 3118868198 E-MAIL: mona-79@hotmail.com

Así, el estudio de mercado del LOTE 1 que refiere a Medio radial, emisión de cuñas, boletines informativos y entrevistas en programas radiales con trayectoria certificada, transmitidos en horarios específicos y con difusión simultánea en plataformas digitales, para lo cual se análizaron dos cotizaciones solicitadas a programas radiales. Es importante destacar que fue necesario validar el nivel de audiencia mediante la presentación del Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR), es por lo anterior que se evidencia una constante en los precios cotizados frente al lote 1, debido a que según la adiencia tienen rangos de precios de mercado establecidos, como se muestra en la siguiente información:

CNC

Centro Nacional de Consultoría S.A.
Nit 800 011 951-9
Calle 82 N° 6-51
+ 571 339 45 88
Bogotá – Colombia
cnc@cncol.com

Bogotá, 6 de febrero de 2026

A QUIEN PUEDA INTERESAR

El Centro Nacional de Consultoría en su calidad de operador del ECAR (Estudio Continuo de Audiencia de Radio) desde el año 2008 y compañía certificada en las normas ISO 9001, ISO 20252 se permite certificar que:

Los siguientes resultados del estudio **ECAR 2-2025** publicado durante el mes de **noviembre de 2025**, correspondiente a la segunda de dos mediciones en el año, a nivel de la VARIABLE DE CONSUMO ALGUNA VEZ (ULTIMOS 30 DIAS - LUNES A DOMINGO -INCLUYE 9 FRANJAS QUE REPRESENTAN LAS 24 HORAS DE UN DÍA) en el target de TOTAL POBLACIÓN corresponden correctamente con el software de consulta y SOLO CONTIENE INFORMACIÓN PARA LAS 20 EMISORAS CON MÁS OYENTES EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO.

EMISORA	ECAR 2 2025
1363-OLÍMPICA STEREO	134.453
1366-BLU RADIO	82.459
1353-RADIO UNO	69.038
1378-TROPICANA STEREO	58.940
1352-LA MEGA	56.715
1360-LOS40 URBAN BY OXÍGENO	48.765
1379-VILLAVO 97.3 FM	23.074
1359-POLICÍA NACIONAL	21.171
1358-W RADIO	17.643
4354-LA KALLE (WWW)	14.040
1356-RADIO NACIONAL DE COLOMBIA	13.395
1368-LA VOZ DE LOS LLANEROS	12.862
1301-LA VOZ DE LOS CENTAUROS DE CARACOL	11.777
1303-ALERTA (3) / RCN RADIO (9)	10.289
1304-LA FM (3) / LA VOZ DEL LLANO LA CARIÑOSA (9)	5.796
4338-BESAME (WWW)	3.094
1374-LA DOBLE L	3.059
4301-RADIOACKTIVA (WWW)	3.013
1322-ONDAS DEL META	2.571
4320-VIBRA (WWW)	2.454
1362-CANDELA STEREO	1.669
4346-TOLIMA STEREO (WWW)	1.253
1370-MARANDUA ESTERO	1.222
4311-LA X (WWW)	1.216
4326-RADIOMICA (WWW)	1.017
1323-LUX DEI	1.122

CNC

Centro Nacional de Consultoría S.A.
Nit 800 011 951-9
Calle 82 N° 6-51
+ 571 339 45 88
Bogotá – Colombia
cnc@cncol.com

1372-LA EXITOSA	698
4341-LA CARIÑOSA (WWW)	646
4323-VIDA (WWW)	555
1325-RADIO AUTÉNTICA	473
4336-LA REINA (WWW)	400
4353-RADIO RED (WWW)	356

A continuación, la ficha técnica del estudio para la entrega correspondiente:

Población objetivo	Hombres y mujeres entre 12 años y 74 años de edad (12 a 74)
Universo	20.592.672 personas
Tamaño de la muestra	15.504 encuestas
Marco muestral	Base de teléfonos de viviendas con suscripción activada y marco geográfico actualizados con cartografía DANE 2021
Técnica	Encuesta Telefónica Asistida por Computador (CATI) mixtomóvil y telefónica, vía web, presencial en hogares e intercepción en puntos estratégicos (exclusivamente para mercados de ocio)
Diseño muestral	Estratificado en tres etapas (Hogares, Manzanas de viviendas y Personas miembros del hogar) con cuotas por sexo y edad a nivel de la población en el rango
Precisión	Se estima un error de estimación por debajo del 2% para el total, por debajo del 3% para Bogotá, por debajo del 4% para las ciudades de Cali, Medellín y Barranquilla y por debajo del 5% para el resto de mercados
Cobertura geográfica	Bogotá, Cali, Medellín, Bucaramanga, Pereira, Cartagena, Ibagué, Neiva, Santa María, Armenia, Cúcuta, Manizales, Villavicencio y Gran Bogotá (Son las ciudades más importantes para un total de 15 mercados) (Gran Bogotá contiene a Tunja, Duitama y Sogamoso)
Periodo de realización	Mayo de 2025 a octubre de 2025 para las ciudades de: Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla Noviembre de 2024 a octubre de 2025 para las ciudades de: Bucaramanga, Pereira, Cartagena, Cúcuta, Manizales, Ibagué, Villavicencio, Santa María, Neiva, Armenia y Sur Oriente (Tunja, Duitama y Sogamoso)
Estratificación de resultados	Amplia desagregación geográfica y sociodemográfica
Técnica de recolección	Entrevista telefónica en hogares, asistida por web, presencial en hogares e intercepción en puntos estratégicos

Como adición a esta ficha técnica se especifican los municipios que configuran la cobertura asociada a cada una de las ciudades para las que se entregan resultados:

Ciudad Medida	Municipios incluidos
Armenia	Calarcá, La Tebaida
Barranquilla	Malambo, Puerto Colombia, Soledad
Bogotá	Cajicá, Chía, Facatativá, Funza, Madrid, Mosquera, Soacha, Zipaquirá
Bucaramanga	Floridablanca, Girón, Piedecuesta
Cali	Jamundí, Palmira, Yumbo
Cartagena	
Cúcuta	Los Patios, Villa del Rosario
Ibagué	
Manizales	Chinchiná, Villamaría
Medellín	Bello, Caldas, Copacabana, Envigado, Girardota, Itagüí, La Estrella, Rionegro, Sabaneta
Neiva	
Popayán	
Santa Marta	
Tunja	Duitama, Sogamoso
Villavicencio	

LOTE 1						YENNY BACCA DAZA C.C. 40.417.931	MONICA LINARES GUTIERREZ C.C. 35.260.744	VALOR UNITARIO PROMEDIO	VALOR MES	VALOR TOTAL
ITEM	PERIODICIDAD	CANTIDAD X MES	TIEMPO	CONDICIONES TECNICAS MEDIO PUBLICITARIO	DESCRIPCIÒN DEL BIEN O SERVICIO	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO			
1	Mensual	60	3 MESES	1. El proveedor deberá contar con un programa radial en frecuencia modulada, transmitido en el horario de 12:00 m a 1:00 p.m., de lunes a viernes, el cual deberá: • Contar con certificación del espacio radial. • Acreditar una trayectoria mínima de 10 años de emisión continua. 2. Transmisión simultánea en redes sociales: El programa radial deberá transmitirse de manera simultánea mediante transmisiones en vivo, al menos por la red social Facebook.	Emisión de cuñas de carácter periodístico en el espacio radial, con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", La cuña publicitaria será suministrada por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.	$ 38.000	$ 42.000	$ 40.000	$ 2.400.000	$ 7.200.000
2	Mensual	6	3 MESES		Divulgación de cápsulas informativas de mínimo sesenta (60) segundos, máximo dos (2) minutos cada una, en el espacio radial, con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Las cápsulas informativas serán suministradas por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos, en caso de entrevista será previamente	$ 90.000	$ 110.000	$ 100.000	$ 600.000	$ 1.800.000

					agendada por el supervisor del contrato.					
VALOR TOTAL LOTE 1						$ 128.000	$ 152.000	$ 140.000	$ 3.000.000	$ 9.000.000

LOTE 2

El estudio de mercado del LOTE 2 que refiere a un medio impreso, publicación de boletines periodísticos y de promoción, que cuente también con periódico digital, con requisitos mínimos de trayectoria y número de seguidores. para lo cual se analizaron dos cotizaciones solicitadas a periódicos que cumplen con las características técnicas solicitadas

Proveedor (Razón Social/NIT)	Dirección Teléfonos E-mail
LLANO AL MUNDO NIT 52224208-6	TV 25 No 39 A – 38 Villavicencio Cel: 3143894147 Email:llanoalmundo@gmail.com
EDITORIAL LA REPUBLICA NIT 901017183-2	Carrera 13 A No 37-32 Bogota D.C CEL: 3103207451 E-mail:mgarzon@larepublica.com.co

LOTE 2						LLANO AL MUNDO NIT 52224208-6	EDITORIAL LA REPUBLICA NIT 901017183-2	VALOR UNITARIO PROMEDIO	VALOR MES	VALOR TOTAL
ITEM	PERIODICIDAD	CANTIDAD X MES	TIEMPO	CONDICIONES TECNICAS MEDIO PUBLICITARIO	DESCRIPCIÒN DEL BIEN O SERVICIO	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO		

1	Mensual	1	1 MES	1. El medio de comunicación deberá contar con reconocimiento y circulación regional, acreditando una trayectoria de 10 años en el mercado. 2. Cumplir con una edición impresa con un mínimo de cinco mil (5.000) ejemplares por edición. 3. Publicación de una (1) página impar a color, con dimensiones de 29 cm de alto por 23,7 cm de ancho, destinada a la divulgación de información institucional suministrada por la entidad. 4. El medio deberá contar con página web propia o disponer de autorización expresa para la publicación digital de la edición impresa contratada, alojada en un dominio y hosting vigentes durante la ejecución del contrato, con una trayectoria mínima de dos (02) años de funcionamiento continuo.	Servicio de publicación en periódico con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", en un periódico de reconocimiento regional, que cuente con una edición impresa con un tiraje mínimo de cinco mil (5.000) ejemplares por edición, debidamente certificado por el medio de comunicación. La publicación deberá realizarse en una (1) página impar del periódico, conforme a los lineamientos, contenidos e información suministrados por el supervisor del contrato o por la persona que este designe. Adicionalmente, la edición impresa deberá contar con publicación en formato digital a través de la página web del medio de comunicación, con el fin de ampliar el alcance y la cobertura de la información institucional.	$2.800.000	$ 3.200.000	$3.000.000	$3.000.000	$3.000.000
VALOR TOTAL LOTE 2						**$2.800.000**	**$ 3.200.000**	**$3.000.000**	**$3.000.000**	**$3.000.000**

LOTE 3 y 4

El estudio de mercado del LOTE 3 y 4, que refiere a publicaciones en paginas web y redes sociales reconocidas, con cantidad de seguidores que logren el alcance requerido, la frecuencia mensual de las publicaciones de contenidos digitales, transmisiones y emisiones.

LOTE 3

Proveedor (Razón Social/NIT)	**Dirección Teléfonos E-mail**
LAURA CASAS RODRIGUEZ	CL 14 C No 39- 15 Cel: 3115074016 Email: lauramig94@gmail.com
CAROLINA DEL PILAR DIAZ CORDOBA	CR 35 A No 29 – 04 sur CEL: 3114612035 E-mail:zhuechia@gmail.com

LOTE 3						LAURA CASAS NIT.1121909816-6	CAROLINA DEL PILAR DIAZ NIT. 40340145-3	PROMEDIO	VALOR MES	VALOR TOTAL
ITEM	PERIODICIDAD	CANTIDAD X MES	TIEMPO	CONDICIONES TECNICAS MEDIO PUBLICITARIO	DESCRIPCIÒN DEL BIEN O SERVICIO	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO		

1	Mensual	5	3 MESES	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años. • Las redes sociales serán (Facebook e Instagram), del proveedor, quien deberá tener mínimo 240.000 seguidores, y una antigüedad de mínimo 11 años por lo menos en una de las dos redes sociales	Publicar boletines de carácter periodístico en una página web y dos redes sociales, con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Los contenidos publicitarios serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.	$ 262.200	$ 255.000	$ 258.600	$ 1.293.000	$ 3.879.000
2	Mensual	2	3 MESES	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años.	Publicar banner rotativo de en la pagina web de 1456px x 180px con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Los contenidos	$ 580.000	$ 600.000	$ 590.000	$ 1.180.000	$ 3.540.000

					publicitarios serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.						
3	Mensual	11	3 MESES	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años. • Las redes sociales serán (Facebook e Instagram), del proveedor, quien deberá tener mínimo 240.000 seguidores, y una antigüedad de mínimo 11 años por lo menos en una de las dos redes sociales.	Publicar contenidos digitales en una página web y dos redes sociales de formatos audiovisuales y/o gráficos, tales como; videos, imágenes, reels, historias u otras piezas digitales, en el formato 16:9 y 9:16, alusivos a eventos, capacitaciones, actividades institucionales y acciones de promoción turística, orientados al posicionamiento de la marca "Villavo Aquí Está el Llano" Los contenidos digitales serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.	$ 270.000	$ 250.000	$ 260.000	$ 2.340.000	$ 9.360.000
VALOR TOTAL LOTE 3						**$ 1.112.200**	**$ 1.105.000**	**$ 1.108.600**	**$ 5.333.000**	**$ 15.999.000**	

LOTE 4

Proveedor (Razón Social/NIT)	Dirección Teléfonos E-mail
ELIZABETH BARRERA MUÑOS	CL 35 D No 20 E – 21 Jordan Cel: 3214219509 Email:eliza860830@gmil.com
JUAN GUZMAN MARTINEZ	CL 36 A BIS No 14 A – 60 Prados de Siberia CEL: 3102006065 E-mail:juanguzman220388@gmail.com

LOTE 4						ELIZABETH BARRERA NIT. 1121416367-4	JUAN FRANCISCO GUZMÀN NIT. 1121841765-4	PROMEDIO	VALOR MES	VALOR TOTAL
ITEM	PERIODICIDAD	CANTIDAD X MES	TIEMPO	CONDICIONES TECNICAS MEDIO PUBLICITARIO	DESCRIPCIÒN DEL BIEN O SERVICIO	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO		

1	Mensual	4	3 MESES	. • Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años. • Las redes sociales serán (Facebook e Instagram), del proveedor, quien deberá tener mínimo 360.000 seguidores, y una antigüedad de mínimo 7 años por lo menos en una de las dos redes sociales	Publicar boletines de carácter periodístico en una página web y dos redes sociales, con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Los contenidos publicitarios serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.	$ 380.000	$ 390.000	$ 385.000	$ 1.540.000	$ 4.620.000
2	Mensual	2	3 MESES	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años.	Publicar banner rotativo de en la pagina web de 1227x200px con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Los contenidos publicitarios serán suministrados por el supervisor del contrato	$ 695.000	$ 740.000	$ 717.500	$ 1.435.000	$ 4.305.000

					quien emitirá el lineamiento de estos.					
3	Mensual	9	3 MESES	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años. • Las redes sociales serán (Facebook e Instagram), del proveedor, quien deberá tener mínimo 360.000 seguidores, y una antigüedad de mínimo 7 años por lo menos en una de las dos redes sociales	Publicar contenidos digitales en una página web y dos redes sociales de formatos audiovisuales y/o gráficos, tales como; videos, imágenes, reels, historias u otras piezas digitales en el formato 16:9 y 9:16,, alusivos a eventos, capacitaciones, actividades institucionales y acciones de promoción turística, orientados al posicionamiento de la marca "Villavo Aquí Está el Llano" Los contenidos digitales serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.	$ 390.000	$ 430.000	$ 410.000	$ 3.690.000	$ 11.070.000
VALOR TOTAL LOTE 4						**$ 1.465.000**	**$ 1.560.000**	**$ 1.512.500**	**$6.665.000**	**$ 19.995.000**

1. PRESUPUESTO OFICIAL

Analizada la información recaudada de las persona naturales y empresas que prestan esta clase de servicios publicitarios para contratar, se pudo constatar que los servicios se encuentran en las condiciones y precios establecidos en el mercado, ya que se tomó el promedio de dos cotizaciones de cada uno de los LOTES para establecer el precio unitario, con el fin de proyectar las cantidades mensuales y el tiempo (meses) durante el cual se prestaran los servicios. Dado lo anterior se establece el presupuesto oficial por LOTES.

LOTE 1								
ITEM	PERIODICIDAD	CANTIDAD X MES	TIEMPO	CONDICIONES TECNICAS MEDIO PUBLICITARIO	DESCRIPCIÒN DEL BIEN O SERVICIO	VALOR UNITARIO PROMEDIO	VALOR MES	VALOR TOTAL
1	Mensual	60	3 MESES	1. El proveedor deberá contar con un programa radial en frecuencia modulada, transmitido en el horario ce 12:00 m a 1:00 p.m., de lunes a viernes, el cual deberá: • Contar con certificación del	Emisión de cuñas de carácter periodístico en el espacio radial, con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aqui Está el Llano", La cuña publicitaria será suministrada por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.	$ 40.000	$ 2.400.000	$ 7.200.000

2	Mensual	6	3 MESES	espacio radial. • Acreditar una trayectoria mínima de 10 años de emisión continua. 2. Transmisión simultánea en redes sociales: El programa radial deberá transmitirse de manera simultánea mediante transmisiones en vivo, al menos por la red social Facebook.	Divulgación de cápsulas informativas de mínimo sesenta (60) segundos, máximo dos (2) minutos cada una, en el espacio radial, con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano". Las cápsulas informativas serán suministradas por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos, en caso de entrevista será previamente agendada por el supervisor del contrato.	$ 100.000	$ 600.000	$ 1.800.000
VALOR TOTAL LOTE 1						**$ 140.000**	**$ 3.000.000**	**$ 9.000.000**
LOTE 2						**PROMEDIO**		
ITEM	**PERIODICIDAD**	**CANTIDAD X MES**	**TIEMPO**	**CONDICIONES TECNICAS MEDIO PUBLICITARIO**	**DESCRIPCIÒN DEL BIEN O SERVICIO**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR MES**	**VALOR TOTAL**
1	Mensual	1	1 MES	1. El medio de comunicación deberá contar con reconocimiento y circulación regional, acreditando una trayectoria de 10 años en el mercado. 2. Cumplir con una edición impresa con un mínimo de cinco mil (5.000) ejemplares por edición.	Servicio de publicación en periódico con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", en un periódico de reconocimiento regional, que cuente con una edición impresa con un tiraje mínimo de cinco mil (5.000) ejemplares por edición, debidamente certificado por el medio de comunicación. La publicación deberá realizarse en una (1) página impar del periódico, conforme a los	$ 3.000.000	$ 3.000.000	$ 3.000.000

				3. Publicación de una (1) página impar a color, con dimensiones de 29 cm de alto por 23,7 cm de ancho, destinada a la divulgación de información institucional suministrada por la entidad. 4. El medio deberá contar con página web propia o disponer de autorización expresa para la publicación digital de la edición impresa contratada, alojada en un dominio y hosting vigentes durante la ejecución del contrato, con una trayectoria mínima de dos (02) años de funcionamiento continuo.	lineamientos, contenidos e información suministrados por el supervisor del contrato o por la persona que este designe. Adicionalmente, la edición impresa deberá contar con publicación en formato digital a través de la página web del medio de comunicación, con el fin de ampliar el alcance y la cobertura de la información institucional.			
VALOR TOTAL LOTE 2						**$ 3.000.000**	**$ 3.000.000**	**$ 3.000.000**
LOTE 3						**PROMEDIO**		
ITEM	**PERIODICIDAD**	**CANTIDAD X MES**	**TIEMPO**	**CONDICIONES TECNICAS MEDIO PUBLICITARIO**	**DESCRIPCIÒN DEL BIEN O SERVICIO**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR MES**	**VALOR TOTAL**
1	Mensual	5	3 MESES	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del	Publicar boletines de carácter periodístico en una página web y dos redes sociales, con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el	$ 258.600	$ 1.293.000	$ 3.879.000

				proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años. • Las redes sociales serán (Facebook e Instagram), del proveedor, quien deberá tener mínimo 240.000 seguidores, y una antigüedad de mínimo 11 años por lo menos en una de las dos redes sociales	Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Los contenidos publicitarios serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.			
2	Mensual	2	3 MESES	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años.	Publicar banner rotativo de en la pagina web de 1456px x 180px con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Los contenidos publicitarios serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.	$ 590.000	$ 1.180.000	$ 3.540.000
3	Mensual	11	3 MESES	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una	Publicar contenidos digitales en una página web y dos redes sociales de formatos audiovisuales y/o gráficos, tales como; videos, imágenes, reels, historias u otras piezas digitales, en el formato 16:9 y 9:16, alusivos a eventos, capacitaciones, actividades institucionales y acciones de promoción turística, orientados al	$ 260.000	$ 2.860.000	$ 8.580.000

				trayectoria mínimo de 5 años. • Las redes sociales serán (Facebook e Instagram), del proveedor, quien deberá tener mínimo 240.000 seguidores, y una antigüedad de mínimo 11 años por lo menos en una de las dos redes sociales.	posicionamiento de la marca "Villavo Aquí Está el Llano" Los contenidos digitales serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.			
VALOR TOTAL LOTE 3						$ 1.108.600	$ 5.333.000	$ 15.999.000
LOTE 4						PROMEDIO		
ITEM	PERIODICIDAD	CANTIDAD X MES	TIEMPO	CONDICIONES TECNICAS MEDIO PUBLICITARIO	DESCRIPCIÓN DEL BIEN O SERVICIO	VALOR UNITARIO	VALOR MES	VALOR TOTAL
1	Mensual	4	3 MESES	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años. • Las redes sociales serán (Facebook e Instagram), del proveedor, quien deberá tener mínimo 360.000	Publicar boletines de carácter periodístico en una página web y dos redes sociales, con información sobre: las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Los contenidos publicitarios serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.	$ 385.000	$ 1.540.000	$ 4.620.000

				seguidores, y una antigüedad de mínimo 7 años por lo menos en una de las dos redes sociales				
2	Mensual	2	3 MESES	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años.	Publicar banner rotativo de en la pagina web de 1227x200px con información sobre las diferentes actividades y eventos desarrollados por el Instituto de Turismo de Villavicencio, relacionados con la promoción de la marca "Villavo Aquí Está el Llano", Los contenidos publicitarios serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.	$ 717.500	$ 1.435.000	$ 4.305.000
3	Mensual	9	3 MESES	• Página WEB de propiedad o con autorización expresa del uso del proveedor, la cual debe contar con hosting y dominio vigente, con una trayectoria mínimo de 5 años. • . Las redes sociales serán (Facebook e Instagram), del proveedor, quien deberá tener mínimo 360.000 seguidores, y una antigüedad de mínimo 7 años por lo menos en una de	Publicar contenidos digitales en una página web y dos redes sociales de formatos audiovisuales y/o gráficos, tales como; videos, imágenes, reels, historias u otras piezas digitales en el formato 16:9 y 9:16,, alusivos a eventos, capacitaciones, actividades institucionales y acciones de promoción turística, orientados al posicionamiento de la marca "Villavo Aquí Está el Llano" Los contenidos digitales serán suministrados por el supervisor del contrato quien emitirá el lineamiento de estos.	$ 410.000	$ 3.690.000	$ 11.070.000

				las dos redes sociales				
VALOR TOTAL LOTE 4						$ 1.512.500	$ 6.665.000	$ 19.995.000
VALOR TOTAL (SUMATORIA DE LOTE 1, 2 , 3 Y 4)							$ 17.998.000	$ 47.994.000

Con base en los análisis expuestos y los escenarios desarrollados, se establece como presupuesto oficial el valor de **CUARENTA Y SIETE MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y CUATRO MIL PESOS MONEDA CORRIENTE.,** incluido IVA si hay lugar a este, impuestos, costos directos, indirectos, tasas y demás contribuciones de ley.

1.1 DESCUENTOS Y ESTAMPILLAS

***Nota:** Los descuentos que aplica la entidad a los procesos dependiendo el tipo de contratación y la cuantía son los siguientes:*

ESTAMPILLAS		
DESCUENTO	**PORCENTAJE**	**MONTO**
JUST FAMILIAR	2%	Se excluye contratos de prestación de servicios, cuyo pago mensual sea inferior a 10SMLMV.
DEPORTE	1,5%	La estampilla PRO DEPORTE (1.5%), no aplica para contratos de prestación de servicios liberales suscritos con personas naturales, fundaciones o corporaciones sin ánimo de lucro, cuyo objeto sea cultura o deporte
ANCIANATO	2%	Aplica para todos los contratos celebrados
CULTURA	2%	Aplica para todos los contratos celebrados
TURISMO	2%	Aplica para todos los contratos celebrados
UNILLANOS	1%	Se excluye contratos de prestación de servicios profesionales y no profesionales

GILBERTO ZULUAGA ORTEGA
SUBDIRECTOR DE PLANEACIÓN, DESARROLLO Y PROMOCION TURÍSTICA

Nombre	Cargo	Firma
Elaboró: Eduardo Hilarión	Contratista del componente financiero y económico	