PROCESO DE SELECCIÓN MODALIDAD CONTRATACIÓN DIRECTA
22/09/2026

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: **"PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA GARANTIZAR LA PRESENTACION DE UN SHOW MUSICO TEATRAL LLANERO CON EL FIN DE DIFUNDIR Y PROMOCIONAR LA MARCA META "SOMOS LA RUTA NATURAL" EN EL MARCO DEL EVENTO DENOMINADO RUEDA DE NEGOCIOS COLOMBIA NATURE TRAVEL MART 2026 EL CUAL TENDRA COMO SEDE OFICIAL LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO – META"**

JUSTIFICACIÓN

Mediante Ordenanza 026 del 29 de noviembre de 1986 se creó el Instituto de Cultura y Turismo del Meta, el cual fue transformado posteriormente mediante Acto administrativo número 305 del 27 de mayo de 1998, por la cual, entre otras disposiciones, se modificó la denominación a "Instituto de Turismo del Meta"; mediante Decreto 432 de 2014 se le otorgó facultades al Gobernador para organizar su estructura orgánica y funciones sobre su organización y funcionamiento.

El Instituto de Turismo del Meta, tiene como objetivo primordial en su misión liderar y promocionar el desarrollo turístico del departamento del Meta, planeando y ejecutando acciones que permita posicionarlo como destino turístico. Siguiendo los lineamientos del Gobierno departamental, el Instituto ha venido adelantando diferentes actividades encaminadas a engrandecer el sector turístico, a través de la adecuación y el mantenimiento de la infraestructura turística; con el objetivo de cumplir su visión la cual es posicionar el Departamento del Meta en una importante opción turística en el ámbito nacional e internacional

Así pues, en la Ordenanza 868 de 2014, (Política pública del turismo), el turismo es considerado como el camino hacia la paz y el desarrollo sostenible. En este sentido el Turismo, particularmente el segmento de naturaleza, enmarcado en la política de turismo comunitario, puede ser el motor que genere el desarrollo local a partir de la planificación y organización del sector, teniendo en cuenta que la región posee ventajas comparativas que le permite competir por el segmento de turistas que vive hastiado del ruido y la contaminación y que buscan para su descanso experiencias diferentes.

Colombia Nature Travel Mart (CNTM), es la rueda de negocios de turismo de naturaleza que para el año 2026 celebra su décimo cuarta edición, es un evento comercial que se ha venido consolidando como el principal escenario de encuentro de la oferta y demanda para este segmento durante los últimos años, permitiéndole al departamento del Meta posicionarse como destino de reuniones y al

mismo tiempo generar un escenario ideal para que empresarios, tanto nacionales como internacionales, conozcan gran parte de la oferta del turismo de naturaleza de la región.

Para este año se llevará a cabo del 29 de septiembre al 2 de octubre de 2026 en la ciudad de Villavicencio, Meta eligiendo como sede el Hotel Estelar, de manera presencial, y durante su realización se contará con espacios que permitan fortalecer las habilidades de los empresarios. Por esta razón, se desarrolla una alianza entre el Instituto de Turismo del Meta y ProColombia donde cada una de las partes aportará dicho evento.

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

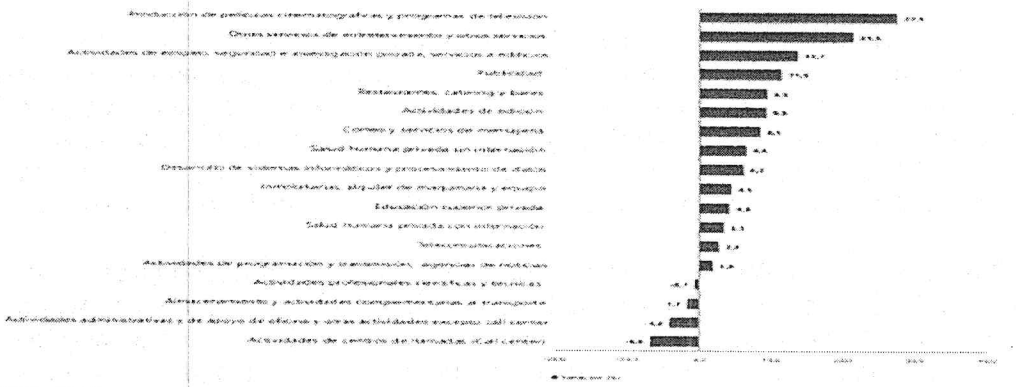
La Encuesta Mensual de Servicios es una operación estadística por medio de la cual el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) obtiene la información de las variables principales del sector servicios para el análisis de su evolución en el corto plazo.
En el proceso permanente de mejoramiento 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

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros Ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	-1,7	-2,1	-0,0	0,4
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	8,6	8,6	-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	9,3	8,9	-0,2	9,5
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	27,5	23,1	3,0	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	13,3	13,3	0,0	0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	18,2	18,9	-0,1	-0,6
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-0,8	-8,9	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 854	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	18,3	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	-1,0	0,2	
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	-7,1	-0,6	-1,0	-5,3	
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	-1,6	-0,5	-1,1	0,1	
J	División 58	Actividades de edición	-12,1	-6,0	-3,7	-1,5	
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	10,8	2,3	8,7	-0,2	
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-3,0	-0,5	-0,1	-2,4	
J	División 61	Telecomunicaciones	-8,4	-6,8	0,4	-2,0	
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	1,1	0,4	0,6	0,4	
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	-2,6	0,3	-0,2	-2,9	
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-0,1	0,0	-2,1	2,0	
M	Clase 7310	Publicidad	-5,2	-1,0	-4,7	0,4	
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	-1,8	1,0	-0,4	0,5	-2,9
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	18,0	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	0,00	-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	-3,4	-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	10,5	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	10,9	5,9	5,0	
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	20,7	7,6	13,1	
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	4,4	1,7	3,1	
J	División 61	Telecomunicaciones	4,5	2,3	2,2	
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	0,6	0,1	0,7	
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	11,3	5,6	5,6	
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	7,2	3,3	3,8	
M	Clase 7310	Publicidad	9,8	5,4	3,5	
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	2,3	5,8	
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	9,1	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	6,5	8,5	

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	9,5	-1,6	20,2
J	División 58	Actividades de edición	0,5	-11,1	7,6
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	18,0	9,6	14,8
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	7,9	8,2	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	6,3	-1,5	10,3
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, 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	10,6
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	-2,1	-8,9	20,1
P	Grupo 854	Educación superior privada	5,6	-0,9	6,1
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	4,8	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	-8,0	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

Indice (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.

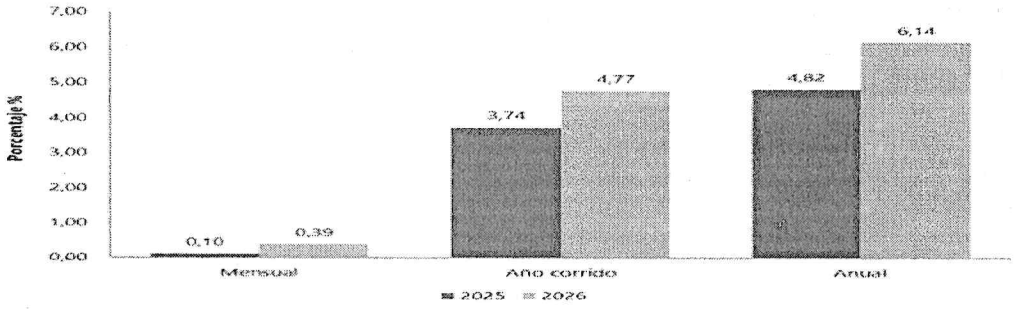
Mientras que, los salarios en mayo de 2026 presentaron un incremento de 15,9%, en comparación con mayo de 2025, que se explica por los incrementos de 20,1% en los salarios del personal temporal directo y de 13,9% en los salarios del personal permanente.

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

Divisiones de Gasto	Peso (%)	2025 Variación (%)	2025 Contribución Puntos Porcentuales	2026 Variación (%)	2026 Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	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	12,53	0,44	0,07	0,81	0,11
TOTAL	100,00	0,58	0,58	0,78	0,78
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,74	0,23	0,70	0,22
Salud	1,71	0,38	0,01	0,70	0,01
Bienes y servicios diversos	5,96	0,61	0,03	0,63	0,03
Recreación y cultura	3,70	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	3,98	0,40	0,01	0,45	0,01
Restaurantes y hoteles	9,43	0,80	0,07	0,34	0,03
Educación	4,41	0,03	0,00	0,07	0,00
Información y comunicación	4,33	-0,19	-0,01	-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	5,65	0,23	5,89	0,24
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	4,25	0,79	5,87	1,10
Restaurantes y hoteles	9,43	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	3,00	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	5,06	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	0,08
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	2,88	0,90	2,25	0,70
Recreación y cultura	3,79	1,39	0,04	2,06	0,05
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	2,93	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	8,31	0,09	8,21	0,14
Educación	4,41	7,36	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	3,98	1,84	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

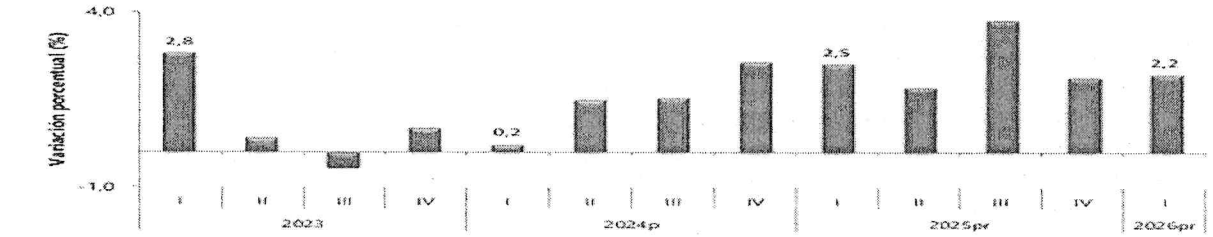
Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	9,64	0,73
Arriendo imputado	4,77	0,60
Transporte urbano	10,76	0,52
Arriendo efectivo	4,84	0,45
Carne de res y derivados	13,20	0,31
Frutas frescas	17,90	0,24
Comidas preparadas fuera 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]	1,2	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[1]	-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	DESCRIPCION	CANTIDAD PRESENTACIONES	TIEMPO X PRESENTACIÓN

1	de bodas ridículas, persecuciones, secretos, envenenados imaginarios, peleas familiares y un caos general que solo podría llamarse... **¡ZAPEROCO!**, ara esta versión se cuenta con la participación de 40 artistas así: entre músicos, cantantes y bailadores de joropo que actúan de manera interdisciplinar, incluyendo más 100 cambios de vestuario y escenografía como (flores de cayena, talanqueras, henos, monturas, cantinas, entre otros) y 4 personas de logística: (1. Directora general, 1. Operador de sonido, luces e iluminación, 1. Operador de pantallas, 1. Coreógrafo), además de utilería como (mesas de madera, pacas de heno, sillas de montar, imitación tipo mamona, imitación tipo lechona, manteles, taparos, sombreros, envases, canecas metálicas, cajones de madera, escobas de material vegetal, pilón, cantinas de leche, pancartas, radio viejo, cuatro musicales, rejos, entre otros). El vestuario de la obra, ha sido diseñado exclusivamente para ella, al igual que el diseño de peinados y maquillaje para los artistas.	1	NOVENTA (90) MINUTOS

SINOPSIS DEL ZAPEROCO

ACTO I – LA LLEGADA Y EL ACUERDO

En las tierras del Llano, donde los rumores corren de boca en boca y las historias se mezclan con rezos, secretos y deseos inesperados, la llegada de una misteriosa mujer comienza a alterar la tranquilidad de un pueblo.

Mientras crecen los comentarios alrededor de esta presencia y de su pasado, conocemos a Martín Machuca Rico, un joven llanero de vida sencilla, acostumbrado a sus labores y a las costumbres de su tierra. Su mundo comienza a transformarse cuando una inesperada llegada al fundo abre la puerta a nuevas oportunidades, intereses y decisiones.

Entre canciones, bailes, contrapunteos y situaciones cargadas de humor y picardía, Martín empieza a disfrutar de una inesperada bonanza. Los detalles, las atenciones y las nuevas posibilidades hacen que su vida tome un rumbo diferente, mientras su madre, Doña Mercedes, observa con curiosidad y preocupación los acontecimientos.

Un encuentro entre Martín y la Viuda, en medio de las sábanas y junto a la laguna, marca un momento decisivo. Entre miradas, promesas y un acercamiento que parece anunciar un futuro diferente, la historia queda encaminada hacia una decisión que cambiará el destino de todos.

El primer acto termina cuando Martín y la Viuda avanzan hacia un futuro que parece estar lleno de oportunidades, pero también de secretos que aún están por descubrir.

ACTO II – BODA, LOCURA Y SECRETOS

La noticia del compromiso no tarda en recorrer el pueblo. Mientras algunos celebran la aparente fortuna de Martín, otros cuestionan si existe suficiente dinero para aceptar semejante compromiso. Los rumores aumentan y la expectativa crece ante la llegada del gran día.
La boda reúne a familiares, amigos y habitantes del pueblo en medio de música, baile, tradiciones y celebración. Martín y la Viuda llegan al altar y comienza un nuevo capítulo en sus vidas. Sin embargo, detrás de la aparente felicidad empiezan a surgir situaciones que ponen a prueba la tranquilidad de la nueva unión.
En medio de la celebración y la vida cotidiana del pueblo, los enredos se multiplican. Un particular mercado, situaciones inesperadas y la llegada de La Sifrina, una mujer elegante y refinada llegada desde Europa, introducen nuevos personajes, miradas, celos y conflictos.
La historia se llena entonces de humor, picardía y situaciones cada vez más inesperadas. Entre un sancocho, un guayabo y nuevos enredos, comienzan a aparecer señales extrañas que nadie logra explicar. Una presencia del más allá se hace sentir y convierte las dudas en una inquietante búsqueda de la verdad.
El misterio aumenta con la aparición de El Espanto, mientras el veneno, los secretos y un inesperado robo llevan la historia hacia su desenlace.
Finalmente, todos los personajes se encuentran en un cierre cargado de humor, música y tradición llanera, donde las apariencias, los secretos y las situaciones vividas terminan convirtiendo esta historia en un verdadero ZAPEROCO.
La Viuda Millonaria es una experiencia escénica que combina teatro, danza, música, canto y humor para llevar al público por una historia de amor, ambición, misterio y picardía, inspirada en el universo de las tradiciones y costumbres del Llano colombiano.

ELENCO Y PUESTA EN ESCENA

Para garantizar la correcta ejecución del show musical La Viuda Millonaria, se contará con un elenco artístico de 40 personas, quienes durante aproximadamente un año de preparación han trabajado en el desarrollo de una propuesta integral que combina música, danza, teatro y tradición llanera.
La producción contempla más de 100 cambios de vestuario, diseñados especialmente para acompañar la evolución de los diferentes momentos y personajes de la historia, aportando riqueza visual, dinamismo y autenticidad a cada escena.
El espectáculo contará con música en vivo y pistas musicales, integrando el talento de los artistas en escena con el acompañamiento del conjunto musical, creando una experiencia sonora que resalta la identidad y los sonidos propios del Llano.
Como apertura del espectáculo se presentará nuestra agrupación infantil Los Niños del Joropo, integrada por 6 parejas en escena, quienes estarán acompañadas por el conjunto musical en una puesta en escena inspirada en la vida, las costumbres y las tradiciones del Llano colombiano.
Esta apertura dará paso al desarrollo de La Viuda Millonaria, donde el público podrá disfrutar de una experiencia artística que integra diferentes lenguajes escénicos y recrea, a través de la música, la danza y el teatro, personajes, situaciones y momentos representativos de la vida llanera.
Una producción concebida para exaltar el talento artístico, preservar nuestras tradiciones y acercar al público a la riqueza cultural del Llano colombiano, a través de un espectáculo dinámico, colorido y de gran formato.

DESARROLLO SHOW 90 MINUTOS			
ACTO I – DE LA HACIENDA AL ENREDO			
Salidas	**Duración**	**Cuadro**	**Desarrollo**

Salida 1	2:00	**Apertura – Narración**	Introducción al universo de la historia: misterio, rumores, rezos y la llegada de una mujer cuyo pasado despierta la curiosidad del pueblo.
Salida 2	3:30	**Yegua Panda**	Primera aparición de la Viuda. Danza, atmósfera de misterio y presentación visual del personaje.
Salida 3	4:15	**Velorio**	Escena de velorio con Mercedes, Clefirte y los grupos Juvenil y Profesional. Se introduce el humor y la tradición alrededor de la muerte.
Salida 4	2:30	**El muerto al hoyo y el vivo al baile**	Cambio de ambiente hacia una escena festiva y picaresca.
Salida 5	1:30	**Narración – Martín Machuca Rico**	Se presenta a Martín, su vida sencilla y su tranquilidad en medio de las sabanas.
Salida 6	4:15	**Presentación joven Martín**	Conocemos al protagonista en su cotidianidad, acompañado de elementos propios de la vida del campo.
Salida 7	3:15	**Soy un hombre soltero**	Martín expresa su vida de soltero, acompañado por bailarines. Momento musical y de humor.
Salida 8	2:30	**Las chismosas**	Mercedes y las niñas del Profesional representan los rumores y comentarios que comienzan a circular.
Salida 9	1:00	**Narración – Llegada inesperada**	Se anuncia la llegada de una presencia distinguida y misteriosa al fundo.
Salida 10	3:45	**Llegada al fundo**	Aparición de la Viuda y primer encuentro con Martín y su familia.
Salida 11	3:15	**Llanero soy – La bicicleta**	Martín muestra su personalidad y su mundo llanero mediante música y movimiento escénico.
Salida 12	2:00	**La bicicleta – Diálogo mamá**	Conversación entre Martín y Mercedes sobre los nuevos acontecimientos y el cambio de vida.
Salida 13	1:00	**Narración – La bonanza**	Se evidencia cómo comienzan a llegar pequeñas sorpresas, oportunidades y atenciones para Martín.
Salida 14	3:15	**Laguna Vieja**	Martín y Mercedes en un momento de diálogo y reflexión.
Salida 15	2:45	**Contrapunteo**	Intercambio musical que aporta humor y picardía llanera.
Salida 16	1:15	**Momento íntimo**	Encuentro entre Martín y la Viuda que permite avanzar hacia el nuevo rumbo de la historia.

Salida 17	1:30	**Cierre Acto I**	Narración: el encuentro en la laguna y las decisiones que preparan el compromiso. **FIN DEL ACTO I.**
ACTO II – BODA, LOCURA Y SECRETOS			
Tiempo	**Duración**	**CUADRO**	**Desarrollo**
Salida 18	3:15	**Narración – El compromiso**	El pueblo conoce la noticia del compromiso. Aparecen felicitaciones, rumores y dudas sobre la fortuna de Martín.
Salida 19	1:00	**Como no voy a decir**	Inicio de la celebración y preparación para el matrimonio. Música y danza.
Salida 20	2:30	**Narración – Llegó el gran día**	La iglesia se prepara y crece la expectativa entre los habitantes del pueblo.
Salida 21	4:15	**Letanías**	Intervención de coros, cura, Martín, Mercedes y bailarines.
Salida 22	3:15	**Ingreso de novios y casorio**	Gran momento de la boda. Entrada de los novios, ceremonia, anillos y participación del elenco.
Salida 23	1:30	**Predestinación**	Celebración posterior al matrimonio, con ambiente festivo y llanero.
Salida 24	4:15	**Narración – El percance**	Se introduce el particular humor del pueblo: cualquier problema parece solucionarse con dinero.
Salida 25	1:00	**El mercado**	Participación del elenco completo. Cuadro dinámico, colorido y lleno de situaciones propias de la cotidianidad llanera.
Salida 26	3:15	**Narración – Llegada de La Sifrina**	Se anuncia una nueva presencia llegada desde Europa, que cambiará nuevamente el ambiente.
Salida 27	2:30	**Llegada La Sifrina**	Entrada del nuevo personaje, elegante y refinado, generando curiosidad entre los presentes.
Salida 28	2:45	**Más de uno ha suspirado**	Momento musical protagonizado por La Sifrina y los bailarines.
Salida 29	3:30	**La Sifrina**	Desarrollo del personaje a través de danza, música y contraste entre lo criollo y lo gomelo.
Salida 30	2:30	**Sancocho**	Escena humorística con Clefirte, Martín, La Sifrina y Mercedes. Surgen nuevas situaciones y sospechas.
Salida 31	1:30	**De guayabo en guayabo**	Martín y Clefirte protagonizan un momento de humor y complicidad.
Salida 32	3:00	**Narración – El misterio**	Comienzan a aparecer señales extrañas. Una presencia parece rondar la historia y revelar una verdad oculta.

Salida 33	3:00	**El Espanto**	Aparición sobrenatural que incrementa el misterio y el componente humorístico de la historia.
Salida 34	1:30	**El Veneno**	Clefirte, Mercedes y La Sifrina protagonizan una situación cargada de tensión y humor.
Salida 35	2:00	**El Ladrón**	Se desencadena el último gran enredo, con Martín, Clefirte, La Sifrina, Mercedes y los bailarines.
Salida 36	1:00	**FINAL**	Participación de todo el elenco. Cierre musical y festivo que reúne nuevamente a los personajes y celebra la identidad, la música y la alegría del Llano.

EXPERIENCIA

- 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 a nivel nacional.
- La persona jurídica 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) CIIU 9007.
- Soportar mínimo tres (3) reconocimientos entre nacional e internacional por su labor en el desarrollo de eventos artísticos exaltando la cultura llanera.
- El show debe ser autoría de la academia

EL DESARROLLO DEL SHOW CUENTA CON:

DISEÑO DE AUDIOVISUALES

- Desarrollo de contenido visual y multimedia único y exclusivo que acompaña el espectáculo en vivo de la academia, transmitiendo una experiencia inmersiva y coherente con la narrativa artística, el estilo visual y la propuesta conceptual del show.

El contenido de diseño de audiovisuales incluye:

- Visuales en pantallas LED (animaciones, videos, gráficos)
- Transiciones temáticas entre canciones
- Visuales sincronizadas con cues de iluminación y sonido
- VFX y loops personalizados para momentos clave del show
- Contenido interactivo en tiempo real
- Material para ensayo técnico (loopbacks, previews, stems visuales)

PRODUCCIÓN DEL SHOW:

- Dirección artística: Basado en el concepto general del show.
- Estilo visual: Basada en la cultura llanera y en base al espectáculo de bailadores.
- Paleta de colores
- Elementos obligatorios: Logos, símbolos, personajes, íconos asociados al artista.

STAFF

- Un Director general, con experiencia en creación y dirección artística de agrupaciones y proyectos musicales con trayectoria de mínimo tres (3) años.
- Un coreógrafo encargado de organizar y dirigir la realización del espectáculo, su montaje, planificación y ejecución, con mínimo dos (2) años de experiencia como instructor y/o coreógrafo.
- Operador de Sonido, luces e iluminación, con experiencia mínima de un (1) año en obras músico-teatrales.
- Un apoyo de audiovisuales que garantizan la sincronía de luces y videos durante el desarrollo del show con altos estándares de calidad, mínimo tres (3) meses de experiencia relacionada.

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.

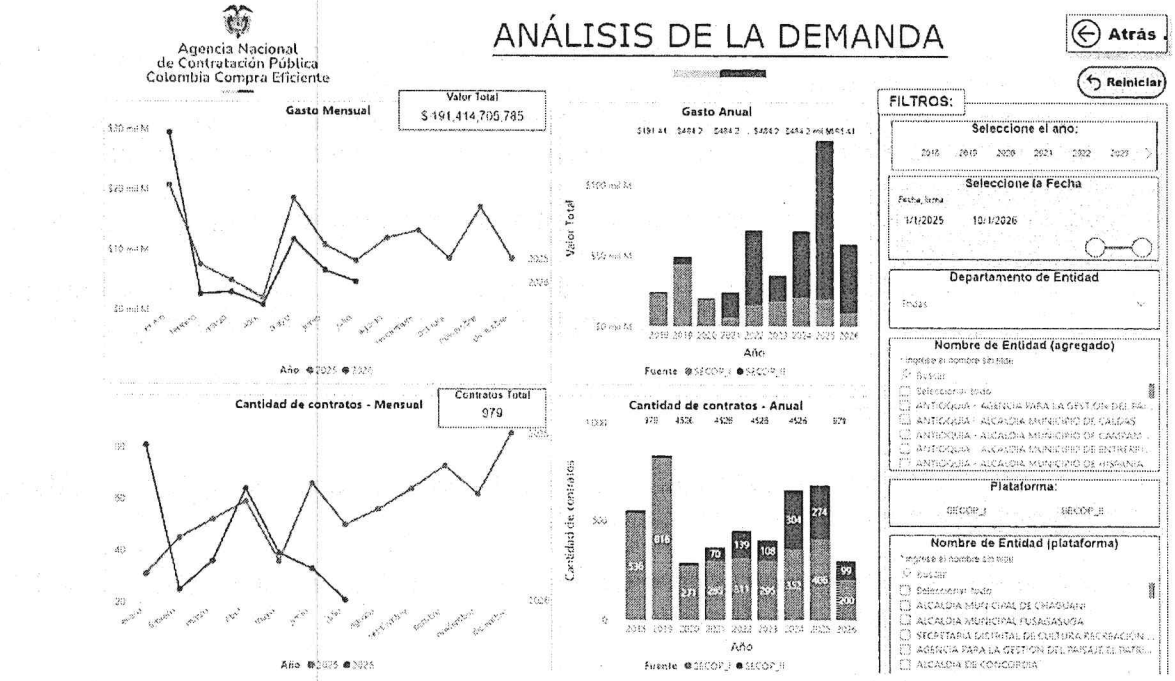
El contratista debe cumplir con el objeto y obligaciones contractuales durante un plazo de **OCHO (8) DÍAS**, a partir de la firma del acta de inicio.

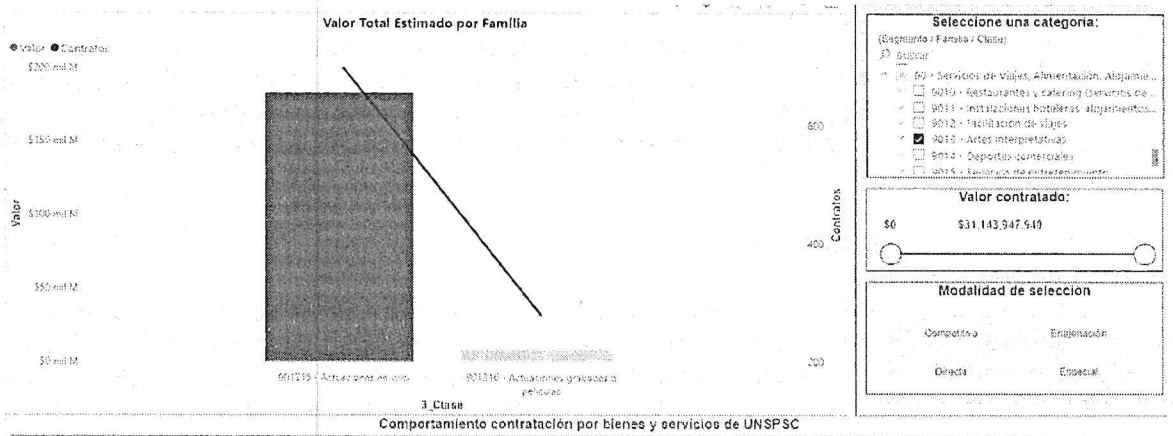
2 OBJETIVO DEL ESTUDIO

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

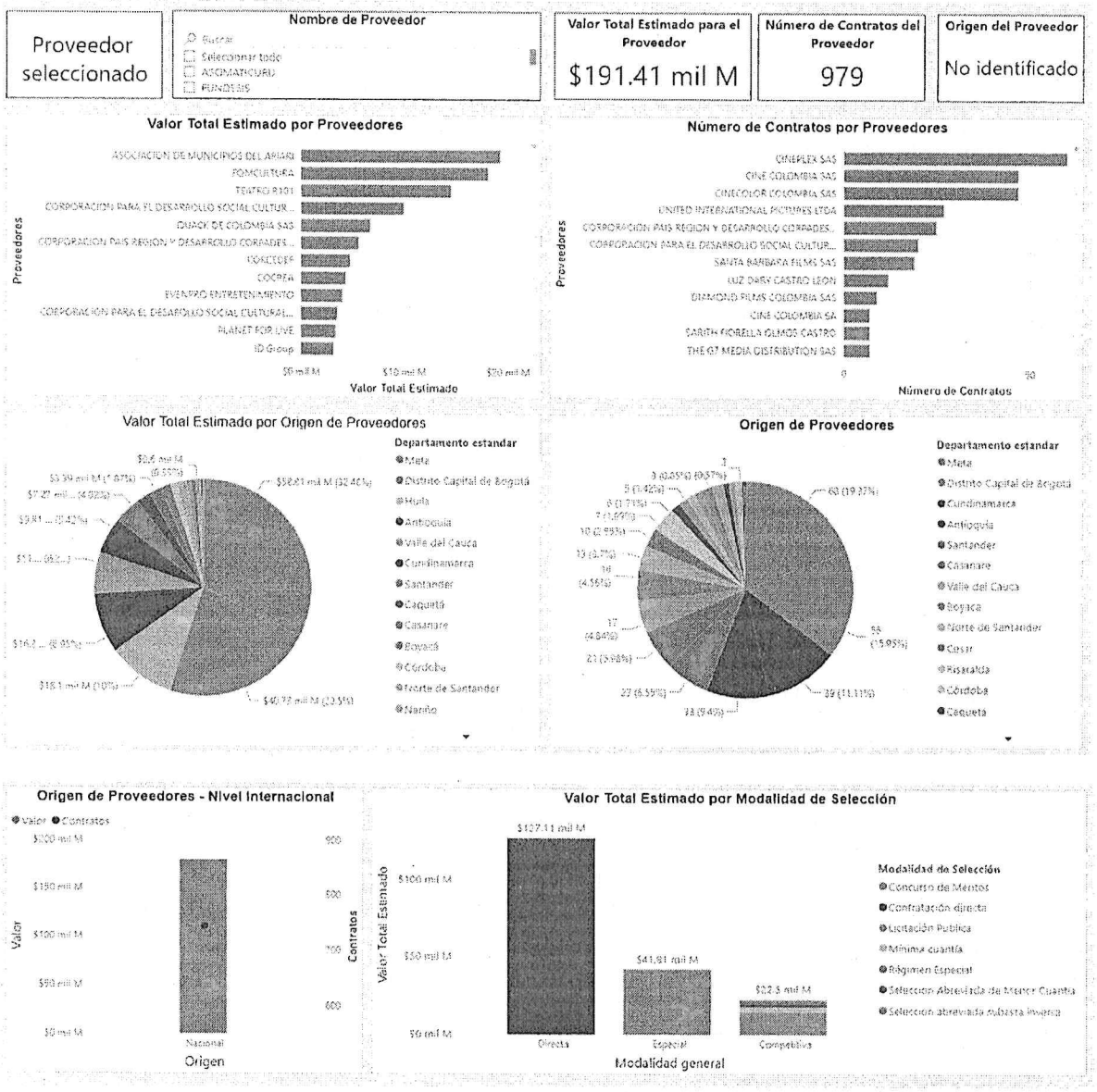
Este numeral tiene como propósito analizar el tipo de consumidor en el sector objeto de estudio: clientes o empresas que hayan utilizado el producto o servicio y posibles consumidores o utilizadores del producto o servicio. Para el efecto, se realizó una búsqueda en el Sistema Electrónico de Contratación 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	PRESTACIÓN 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

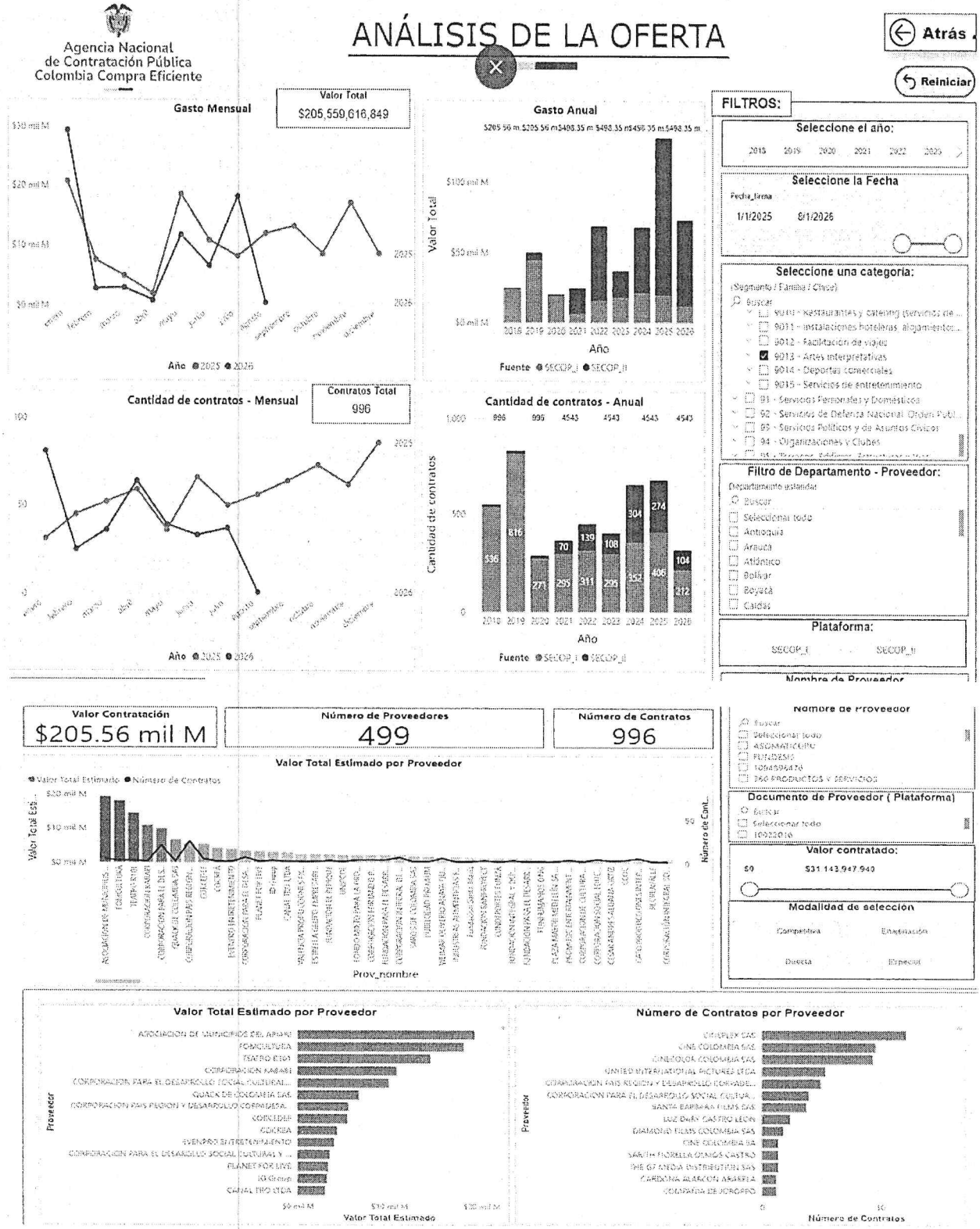
Número del proceso	VC-SG-CD-231 DE 2025
Entidad contratante	MUNICIPIO DE VILLANUEVA CASANARE
Contratista	CORPORACION PAIS REGION Y DESARROLLO CORPADESARROLLO
Objeto	CONTRATAR LOS SERVICIOS ARTÍSTICOS TIPO TEATRO MUSICAL Y SHOW ARTÍSTICO ITINERANTE EN EL MARCO DE LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DE LA NIÑEZ REALIZADO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

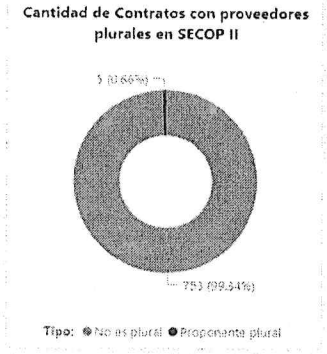
Número del proceso	SFP-CD-037-2024
Entidad contratante	DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA-SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA
Contratista	COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO
Objeto	CONTRATAR LA FUNCIÓN EXCLUSIVA DE UN SHOW DE TEATRO MUSICAL NAVIDEÑO DIRIGIDO A LOS HIJOS DE LOS FUNCIONARIOS DE LA GOBERNACIÓN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

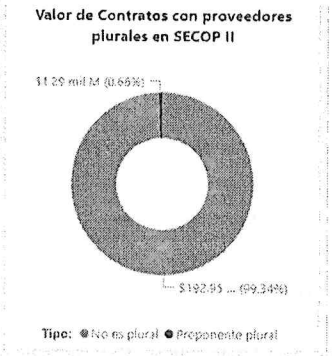
Número del proceso	CD-CPS-198-2024
Entidad contratante	ICTY
Contratista	LAURA CONSTANZA PARRA RIAÑO

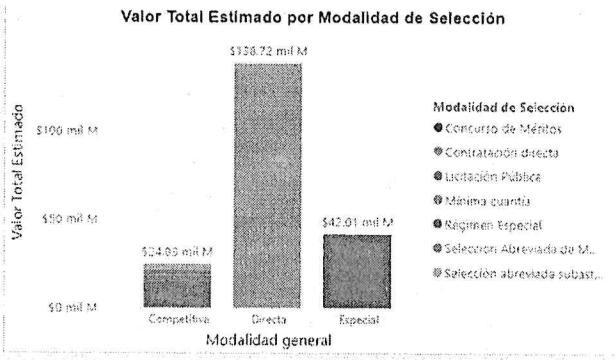
Objeto	REALIZAR UN 1 SHOW ARTÍSTICO DE DANZA LLANERA CON LA OBRA DENOMINADA "ENTREVERAO" DE LA RECONOCIDA INSTRUCTORA LAURA CONSTANZA PARRA RIAÑO COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE YOPAL COMO DESTINO TURÍSTICO, INCENTIVANDO A LOCALES, VISITANTES Y TURISTAS A CONOCER Y APROPIAR LAS COSTUMBRES 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

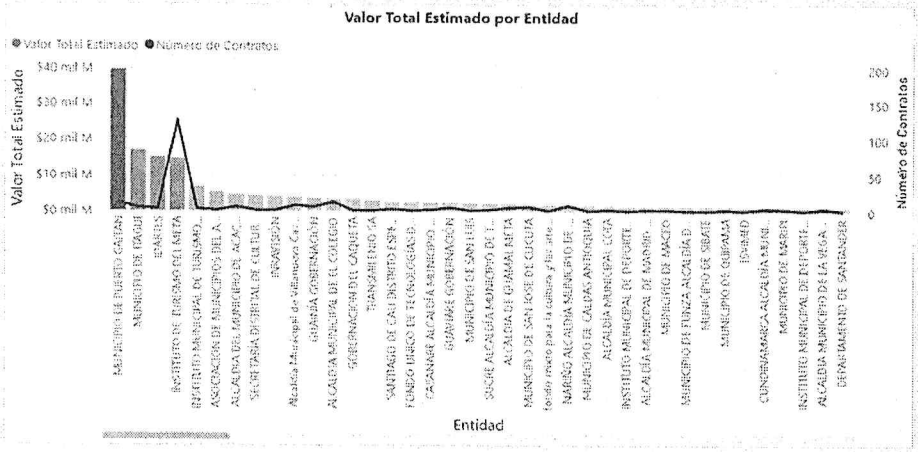
Número del proceso	CD-CPS-2024-112
Entidad contratante	ICTY
Contratista	JHOOL ALEXANDER MARIN MENDOZA
Objeto	REALIZAR UN (1) SHOW ARTÍSTICO Y CULTURAL DE DANZA LLANERA CON LA OBRA "CASANARE DOSCIENTOS AÑOS DE POSTCONFLICTO, LA HISTORIA QUE CUENTA EL JOROPO" CON EL RECONOCIDO DIRECTOR Y COREÓGRAFO JHOOL 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

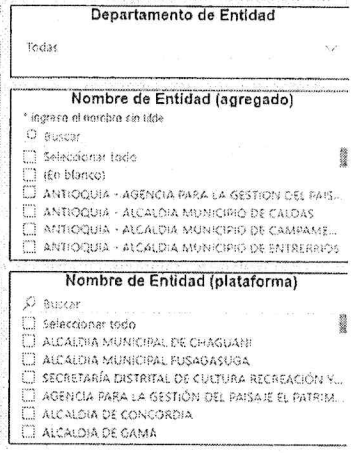

Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente
ANÁLISIS DE LA OFERTA
Atrás
Reiniciar
Gasto Mensual
Valor Total
$205,559,616,849
Gasto Anual
Cantidad de contratos - Mensual
Contratos Total
996
Cantidad de contratos - Anual
FILTROS:
Seleccione el año:
Seleccione la Fecha
1/1/2025
8/1/2026
Seleccione una categoría:
Filtro de Departamento - Proveedor:
Plataforma:
SECOP_I
SECOP_II
Valor Contratación
$205.56 mil M
Número de Proveedores
499
Número de Contratos
996
Valor Total Estimado por Proveedor
Nombre de Proveedor
Documento de Proveedor (Plataforma)
Valor contratado:
$0
$31.143.947.940
Modalidad de selección
Competitiva
Colaboración
Directa
Especial
Valor Total Estimado por Proveedor
Número de Contratos por Proveedor
Valor Total Estimado
Número de Contratos











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	**CORPORACION CULTURAL LLANERA LUIS ARIEL Y GIL ARIALDO REY ROA**	**Correo Electrónico**: corculla1@gmail.com **Dirección:** Calle 44 No. 56-21 Barrio Galán **Celular:** 3115521837

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 desde la vigencia 2023, para este tipo de servicios y teniendo en cuenta la trayectoria de 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 476-2023 y 393-2023, con algunas variables como lo son la puesta en escena de 40 artistas.

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.

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD PRESENTACIONES	TIEMPO X PRESENTACIÓN	VALOR PRESENTACION
1	de bodas ridículas, persecuciones, secretos, envenenados imaginarios, peleas familiares y un caos general que solo podría llamarse... ara esta versión se cuenta con la participación de 40 artistas así: entre músicos, cantantes y bailadores de joropo que actúan de manera interdisciplinar, incluyendo más 100 cambios			

	cantinas, entre otros) y 4 personas de logística: (1. Directora general, 1. Operador de sonido, luces e iluminación, 1. Operador de pantallas, 1. Coreógrafo), además de utilería como (mesas de madera, pacas de heno, sillas de montar, imitación tipo mamona, imitación tipo lechona, manteles, taparos, sombreros, envases, canecas metálicas, cajones de madera, escobas de material vegetal, pilón, cantinas de leche, pancartas, radio viejo, cuatro musicales, rejos, entre otros). El vestuario de la obra, ha sido diseñado exclusivamente para ella, al igual que el diseño de peinados y maquillaje para los artistas.	1	NOVENTA (90) MINUTOS	40.000.000

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	

	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 CANALES 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 22 de septiembre 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 musico teatral Llanero con el fin de difundir y promocionar la Marca Meta "SOMOS LA RUTA NATURAL" en el marco del evento denominado rueda de negocios Colombia NATURE TRAVEL MART 2026 el cual tendrá como sede oficial la ciudad de Villavicencio.* **Valor total $40,000,000.00.**

Fuente de Financiación: 6 Estampilla Pro-turismo

Obras o actividades adicionales: NO

Y con base en la solicitud remitida por el Dra. Mariluz Bernal – directora 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: 22 de septiembre de 2026

MARIA PAULA CASTAÑO VILLAMIL
Gerente de Inversión Pública y Banco de Proyectos

Elaboro: Yolima Reyes

INSTITUTO DE TURISMO DEL META

CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL CDP

NUMERO: 000763

FECHA DE EXPEDICION :24 de Septiembre /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	40,000,000.00
FTE FINANCIA: 1.2.1.0.00 (06	ESTAMPILLA PROTURISMO	PRODUCTO:3500
CCPET: 2.1.2.02.02.008		

V A L O R : 40,000,000.00

BENEFICIARIO:
O B J E T O :
PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA GARANTIZAR LA PRESENTACION DE UN SHOW MUSICO TEATRAL LLANERO CON EL FIN DE DIFUNDIR Y PROMOCIONAR LA MARCA META SOMOS LA RUTA NATURAL EN EL MARCO DEL EVENTO DENOMINADO RUEDA DE NEGOCIOS COLOMBIA NATURE TRAVEL MART 2026 EL CUAL TENDRA COMO SEDE OFICIAL LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO - META .

NATALIA LEYVA QUIJANO
SUBDIRECTORA GENERAL

Elab: CELI HEBERT FERNANDO CELIS GRANADOS

Villavicencio, 25 de septiembre 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-DESCRIPCION 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.

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.

Dentro de la política se encuentra la linea estratégica **"4 PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DEL DESTINO TURÍSTICO"** Literal b plan de promoción y comercialización del Meta como destino turístico.

En muchas ocasiones nos es solo vender un paquete turístico de naturaleza, folclore, gastronomía, productos autóctonos de la región, sino junto con él, un servicio que va en busca de la mejor calidad. Vivir experiencias, genera un recuerdo inmemorable, que más adelante generara **"el querer volver a él".**

Bajo todo lo expresado el Instituto en su tarea ardua por posesionar el destino y hacer la promoción marca meta "SOMOS LA RUTA NATURAL" se evidencia un escenario de gran importancia para el impulso del sector.

Colombia Nature Travel Mart (CNTM), es la rueda de negocios de turismo de naturaleza que para el año 2026 celebra su décimo cuarta edición, es un evento comercial que se ha venido consolidando como el principal escenario de encuentro de la oferta y demanda para este segmento durante los últimos años, permitiéndole al departamento del Meta posicionarse como destino de reuniones y al mismo tiempo generar

un escenario ideal para que empresarios, tanto nacionales como internacionales, conozcan gran parte de la oferta del turismo de naturaleza de la región.

*Para este año se llevará a cabo del 29 de septiembre al 2 de octubre de 2026 en la ciudad de Villavicencio, Meta eligiendo como sede el **Hotel Estelar**, de manera presencial, y durante su realización se contará con espacios que permitan fortalecer las habilidades de los empresarios.*

*La elección del **Hotel Estelar de Villavicencio** como sede del evento responde a que su propuesta satisface integralmente los requerimientos técnicos exigidos para la correcta ejecución del encuentro corporativo. Asimismo, su ubicación estratégica resulta idónea al considerar el **perfil demográfico y la procedencia de los asistentes nacionales**, quienes se desplazan mayoritariamente desde **Bogotá**. Al ser Villavicencio la principal puerta de entrada a la Orinoquía, la cercanía vial y la infraestructura del hotel mitigan la fatiga del viaje terrestre para este nicho ejecutivo de alto nivel, permitiéndoles una transición inmediata hacia las actividades comerciales. Esta optimización de la movilidad mitiga tiempos de traslado dentro de la ciudad, garantiza los más altos estándares de seguridad y centraliza el flujo logístico de los **215 participantes diarios**. Lo anterior permite ampliar la disponibilidad de agenda para las citas de negocios de la rueda, potenciando directamente las oportunidades comerciales de los empresarios y maximizando el impacto del departamento del Meta como destino de reuniones de talla internacional.*

A su vez es importante tener en cuenta otros factores como:

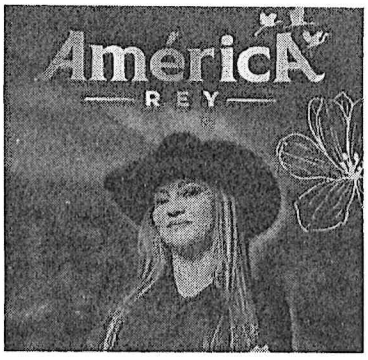
***Ubicación Estratégica y Conectividad** (La "Puerta al Llano") Cercanía con el principal centro corporativo: Al encontrarse a tan solo 86 kilómetros de Bogotá (aproximadamente 2.5 a 3 horas de viaje terrestre), la ciudad facilita el desplazamiento inmediato de los empresarios nacionales, tomadores de decisiones y entidades gubernamentales basados en la capital de la República.*

***Epicentro de Turismo de Naturaleza** El destino es el producto: Al tratarse de una rueda de negocios enfocada en turismo de naturaleza, alojar el evento en el departamento del Meta ofrece un entorno vivo y contextualizado. Atractivos de clase mundial: El departamento es referente global en ecoturismo, avistamiento de aves, turismo comunitario y paisajes fluviales icónicos (como el Cañón del Río Güejar, el Cañón del Río Guape o la cercanía a Parques Nacionales Naturales). Esto permite que los 55 compradores internacionales experimenten de primera mano la oferta que vienen a negociar.*

***Infraestructura y Capacidad para grandes eventos** Villavicencio se ha venido consolidando firmemente como un destino emergente para el turismo MICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Exposiciones). Cuenta con una robusta planta hotelera instalada, servicios gastronómicos de alta cocina local y proveedores técnicos calificados.*

***Garantía logística centralizada** Sedes como el Hotel Estelar demuestran que la ciudad posee la capacidad de albergar eventos masivos corporativos cumpliendo exigentes estándares de seguridad, conectividad tecnológica y confort para más de 215 asistentes diarios.*

***Riqueza Cultural e Identidad** La fuerte identidad llanera (su música, la danza del joropo y su tradición gastronómica) le añade un componente de "turismo de experiencia" al encuentro comercial. Actividades complementarias en la agenda transforman una negociación fría en un intercambio memorable de alto impacto comercial.*



CONTEXTO AMERICA REY

Artista de música llanera, Administradora de Empresas, Gestora Cultural, especialista en gerencia de Mercadeo y Alta Gerencia, compositora y productora de eventos.

Nacida en Villavicencio – Meta, durante varios años, estuvo ausente de las tarimas. Regresó al canto, el día en que una de las cantantes de su espectáculo no llegó al show y fue ella quien tuvo que improvisar y reemplazarla.

América Rey, digna representante de las nuevas generaciones llaneras, y por cuya estirpe corre la sangre de dos de nuestros más reconocidos artistas y compositores: Luis Ariel, el 'Jilguero del llano' y Gil Arialdo Rey, tío y padre respectivamente.

Es artista, cantante, compositora, productora de espectáculos, docente y, tal vez, la más grande gestora, emprendedora y difusora de la cultura llanera colombiana, de las últimas épocas.
Desde su adolescencia ha estado vinculada a los procesos de formación de música y danza llanera.
Es la primera mujer homenajeada en un TORNEO INTERNACIONAL DEL JOROPO. Un título esquivo durante 53 años, para las mujeres folcloristas. Goza de un sin número de reconocimientos nacionales e internacionales.

Artista, productora y gestora, quien en su tierra ha sido la creadora de las más numerosas estrategias y diversos emprendimientos de que se haya tenido noticia en la historia regional, para enseñar y difundir nuestra música y nuestro folclor; pero que, además, ha llevado a grandes eventos de Colombia y a diversos países del mundo, las más exquisitas muestras infantiles, con su grupo Los niños del joropo, Show joropo y su musical VIVE ZAPEROCO, EL GRAN MUSICAL DEL LLANO COLOMBIANO.

Desde el año 2000, más de 17.000 niños y jóvenes, se han formado a través de su escuela folclórica CORCULLA, en barrios vulnerables, municipios y colegios. Ha podido llegar a la población rural con su escuela rodante EL JOROPO – MOVIL CORCULLA.

Ha liderado con su ONG, entre otros, los proyectos: centro temático La casa del joropo, la escuela rodante el Joropo móvil, la Red Rico (Red de Instituciones en convenio con Corculla).

En el tema de formación e investigación, ha publicado la colección de cuadernos y cartillas El ABC de nuestra tierra llanera. En los últimos tiempos ha implementado en su sede, nuevos proyectos que se complementan con los que vienen desde sus inicios, todos pioneros y exitosos. Entre otros están: Carpa show para espectáculos llaneros; escuela de folclor y la tienda Mundo llanero.

El 12 de octubre del 2021, retomo oficialmente a su carrera como cantante de música llanera. Desde entonces, ha lanzado 3 sencillos musicales y 1 colaboración.

YO TENGO UN AMOR BONITO
Autor: Joseito Oviedo – 12-10-2021 LLANERA 100% Autor: Joseito Oviedo – 1-06–2022 EL SOMBRERO PELO E GUAMA Autor: Julio centeno – 22-09-2022 HAY SI SI VERSIÓN 70.0 AÑOS en colaboración con Dumar ALjure, Jhon Onofre, Yaneth Vargas, Joseito Oviedo y Virginia Rocha.
Autor: Luis Ariel Rey – 4-11-2022
NO LE LLORO A CABRONES
Autores: Eddy Castillo y Jonathan Vizcarra.

CONTEXTO DE CORCULLA

Ver morir a mi padre, me marco para siempre y a él, le prometí en el lecho de su muerte, dedicarme con todas las fuerzas de mi corazón a llevar en alto su legado musical y folclórico. (GIL ARIALDO REY ROA, compuso Ay si si, Zulma, Guayabita verde, el negrito José María y mi tío LUIS ARIEL REY, fue el primer

artista que grabó nuestra música llanera, entre ellos Carmentea, guayabo negro y otros clásicos. Quiero que lo sepan, porque me llenan de orgullo mis ancestros).

En el año 2000, junto a mi esposo y algunas personas interesadas en la consolidación de este proyecto, decidimos conformar la CORPORACION CULTURAL LLANERA "Luís Ariel & Gil Arialdo Rey Roa". Nuestro inicio se dio de manera 100% social, abrimos la escuela folclórica CORCULLA e iniciamos el desarrollo de programas y proyectos gratuitos, para favorecer a las comunidades más vulnerables. Conseguimos una sede en comodato. Realizamos una campaña, llamada una "casita para el folclor", yo iba de lunes a jueves de ferretería en ferretería, pidiendo los materiales que requeríamos para la obra de remodelación, bioagrícola nos prestaba un camión el día viernes y Marco Antonio Franco Informando, nos echaba la cuñita y el agradecimiento diario, para recoger el dinero de la mano de obra, hicimos bingos, hayacadas, sancochos, en fin muchísimos eventos que nos ayudaron a organizar nuestra casita CORCULLERA. Pero 4 años más tarde el INVÍAS, (quién nos había entregado en comodato), nos solicitó comprar la casa o desocuparla. Y allí empezamos nuevamente una lucha para recaudar estos recursos. Hoy en ese terreno, hemos consolidado un gran ECOSISTEMA CULTURAL, que nos llena de orgullo y que se encuentra al servicio de nuestra tierra.

Corculla, es la sigla de Corporación Cultural Llanera Luis Ariel & Gil Arialdo Rey Roa.

En estos 24 años de trabajo, hemos impactado más de 17.000 niños, jóvenes y adultos, en programas de artes social, en barrios, veredas y colegios, ha donde llegamos con nuestro mejor talento CORCULLERO.

Nuestro proyecto de educación artística nace desde la primera infancia, forma niños y jóvenes, especializa adultos y circula por grandes escenarios de Colombia y el mundo, a donde hemos llegado.

Tenemos testimonios maravillosos de vida, en comunidades, donde prevalece la violencia, microtráfico y la delincuencia, de allí han sobresalido, maravillosos talentos, que hoy se consolidan como maestros de folclor, profesionales, y seres humanos útiles a la sociedad.

Nuestra acción formativa está ubicada principalmente en el departamento del Meta, pero el resultado de estos procesos consolidados en agrupaciones artísticas, han circulado por extraordinarios escenarios del Mundo.

Con nuestra labor de arte social generamos empleo digno para los maestros de folclor, personal administrativo y de servicios. También nos enfocamos en cultivar el talento local a través de la enseñanza de nuestro folclor llanero, inculcando en las nuevas generaciones, el amor por nuestro territorio, sentido de pertenencia, e identidad por nuestra cultura. Aportando un granito de arena, para la conservación de la cultura llanera, que es característica en todo un territorio, contribuyendo a la salvaguarda de nuestra identidad cultural.

En el camino, nos convertimos en el ecosistema cultural más grande del llano, cuya acción formativa y social son nuestra parte fundamental, pero en donde la difusión y promoción de nuestra cultura y la investigación sobre nuestro patrimonio y el emprendimiento, también son protagonistas.

Por lo anterior se hace necesario contratar el siguiente posible objeto: **"PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA GARANTIZAR LA PRESENTACION DE UN SHOW MUSICO TEATRAL LLANERO CON EL FIN DE DIFUNDIR Y PROMOCIONAR LA MARCA META "SOMOS LA RUTA NATURAL" EN EL MARCO DEL EVENTO DENOMINADO RUEDA DE NEGOCIOS COLOMBIA NATURE TRAVEL MART 2026 EL CUAL TENDRA COMO SEDE OFICIAL LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO – META"**

1.1- FUENTE RECURSO PRESUPUESTAL

El recurso presupuestal de Inversión se determinó teniendo en cuenta que existe en el banco de programas y proyectos departamental, el proyecto **"FORTALECIMIENTO DEL SECTOR TURISTICO MEDIANTE CANALES DE PROMOCION EN EL DEPARTAMENTO DEL META".**, registrado con código **2024005500237**; 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-IDENTIFICACION DE LA NECESIDAD A CONTRATAR:

"PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA GARANTIZAR LA PRESENTACION DE UN SHOW MUSICO TEATRAL LLANERO CON EL FIN DE DIFUNDIR Y PROMOCIONAR LA MARCA META "SOMOS LA RUTA NATURAL" EN EL MARCO DEL EVENTO DENOMINADO RUEDA DE NEGOCIOS COLOMBIA NATURE TRAVEL MART 2026 EL CUAL TENDRA COMO SEDE OFICIAL LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO – META".

2.1- ESPECIFICACIONES TECNICAS A CONTRATAR:

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD PRESENTACIONES	TIEMPO X PRESENTACIÓN
1	La obra sigue las aventuras de **Martín Machuca Rico**, un joven llanero ingenuo y ambicioso que cae en las redes de la excéntrica y extravagante **Viuda Millonaria, doña Mercedes Rojas**. Lo que empieza como un romance sospechoso termina convertido en un carnaval de bodas ridículas, persecuciones, secretos, envenenados imaginarios, peleas familiares y un caos general que solo podría llamarse... **¡ZAPEROCO!**, Con **40 artistas en escena**, este musical de 90 minutos, te sumerge en un torbellino de joropos, zapateos, enredos amorosos, chismes de pueblo y situaciones absurdas que harán reír a toda la familia, para esta versión se cuenta con la participación de 40 artistas así: entre músicos, cantantes y bailadores de joropo que actúan de manera interdisciplinar, incluyendo más 100 cambios de vestuario y escenografía como (flores de cayena, talanqueras, henos, monturas, cantinas, entre otros) y 4 personas de logística: (1. Directora general, 1. Operador de sonido, luces e iluminación, 1. Operador de pantallas, 1. Coreógrafo), además de utilería como (mesas de madera, pacas de heno, sillas de montar, imitación tipo mamona, imitación tipo lechona, manteles, taparos, sombreros, envases, canecas metálicas, cajones de madera, escobas de material vegetal, pilón, cantinas de leche, pancartas, radio viejo, cuatro musicales, rejos, entre otros). El vestuario de la obra, ha sido diseñado exclusivamente para ella, al igual que el diseño de peinados y maquillaje para los artistas.	1	NOVENTA (90) MINUTOS

SINOPSIS DEL ZAPEROCO
ACTO I – LA LLEGADA Y EL ACUERDO

En las tierras del Llano, donde los rumores corren de boca en boca y las historias se mezclan con rezos, secretos y deseos inesperados, la llegada de una misteriosa mujer comienza a alterar la tranquilidad de un pueblo.

Mientras crecen los comentarios alrededor de esta presencia y de su pasado, conocemos a Martín Machuca Rico, un joven llanero de vida sencilla, acostumbrado a sus labores y a las costumbres de su tierra. Su

mundo comienza a transformarse cuando una inesperada llegada al fundo abre la puerta a nuevas oportunidades, intereses y decisiones.

Entre canciones, bailes, contrapunteos y situaciones cargadas de humor y picardía, Martín empieza a disfrutar de una inesperada bonanza. Los detalles, las atenciones y las nuevas posibilidades hacen que su vida tome un rumbo diferente, mientras su madre, Doña Mercedes, observa con curiosidad y preocupación los acontecimientos.

Un encuentro entre Martín y la Viuda, en medio de las sábanas y junto a la laguna, marca un momento decisivo. Entre miradas, promesas y un acercamiento que parece anunciar un futuro diferente, la historia queda encaminada hacia una decisión que cambiará el destino de todos.

El primer acto termina cuando Martín y la Viuda avanzan hacia un futuro que parece estar lleno de oportunidades, pero también de secretos que aún están por descubrir.

ACTO II – BODA, LOCURA Y SECRETOS

La noticia del compromiso no tarda en recorrer el pueblo. Mientras algunos celebran la aparente fortuna de Martín, otros cuestionan si existe suficiente dinero para aceptar semejante compromiso. Los rumores aumentan y la expectativa crece ante la llegada del gran día.

La boda reúne a familiares, amigos y habitantes del pueblo en medio de música, baile, tradiciones y celebración. Martín y la Viuda llegan al altar y comienza un nuevo capítulo en sus vidas. Sin embargo, detrás de la aparente felicidad empiezan a surgir situaciones que ponen a prueba la tranquilidad de la nueva unión.

En medio de la celebración y la vida cotidiana del pueblo, los enredos se multiplican. Un particular mercado, situaciones inesperadas y la llegada de La Sifrina, una mujer elegante y refinada llegada desde Europa, introducen nuevos personajes, miradas, celos y conflictos.

La historia se llena entonces de humor, picardía y situaciones cada vez más inesperadas. Entre un sancocho, un guayabo y nuevos enredos, comienzan a aparecer señales extrañas que nadie logra explicar. Una presencia del más allá se hace sentir y convierte las dudas en una inquietante búsqueda de la verdad.

El misterio aumenta con la aparición de El Espanto, mientras el veneno, los secretos y un inesperado robo llevan la historia hacia su desenlace.

Finalmente, todos los personajes se encuentran en un cierre cargado de humor, música y tradición llanera, donde las apariencias, los secretos y las situaciones vividas terminan convirtiendo esta historia en un verdadero ZAPEROCO.

La Viuda Millonaria es una experiencia escénica que combina teatro, danza, música, canto y humor para llevar al público por una historia de amor, ambición, misterio y picardía, inspirada en el universo de las tradiciones y costumbres del Llano colombiano.

ELENCO Y PUESTA EN ESCENA

Para garantizar la correcta ejecución del show musical La Viuda Millonaria, se contará con un elenco artístico de 40 personas, quienes durante aproximadamente un año de preparación han trabajado en el desarrollo de una propuesta integral que combina música, danza, teatro y tradición llanera.

La producción contempla más de 100 cambios de vestuario, diseñados especialmente para acompañar la evolución de los diferentes momentos y personajes de la historia, aportando riqueza visual, dinamismo y autenticidad a cada escena.

El espectáculo contará con música en vivo y pistas musicales, integrando el talento de los artistas en escena con el acompañamiento del conjunto musical, creando una experiencia sonora que resalta la identidad y los sonidos propios del Llano.

Como apertura del espectáculo se presentará nuestra agrupación infantil Los Niños del Joropo, integrada por 6 parejas en escena, quienes estarán acompañadas por el conjunto musical en una puesta en escena inspirada en la vida, las costumbres y las tradiciones del Llano colombiano.

Esta apertura dará paso al desarrollo de La Viuda Millonaria, donde el público podrá disfrutar de una experiencia artística que integra diferentes lenguajes escénicos y recrea, a través de la música, la danza y el teatro, personajes, situaciones y momentos representativos de la vida llanera.

Una producción concebida para exaltar el talento artístico, preservar nuestras tradiciones y acercar al público a la riqueza cultural del Llano colombiano, a través de un espectáculo dinámico, colorido y de gran formato.

DESARROLLO SHOW 90 MINUTOS			
ACTO I – DE LA HACIENDA AL ENREDO			
Salidas	**Duración**	**Cuadro**	**Desarrollo**
Salida 1	2:00	**Apertura – Narración**	Introducción al universo de la historia: misterio, rumores, rezos y la llegada de una mujer cuyo pasado despierta la curiosidad del pueblo.
Salida 2	3:30	**Yegua Panda**	Primera aparición de la Viuda. Danza, atmósfera de misterio y presentación visual del personaje.
Salida 3	4:15	**Velorio**	Escena de velorio con Mercedes, Clefirte y los grupos Juvenil y Profesional. Se introduce el humor y la tradición alrededor de la muerte.
Salida 4	2:30	**El muerto al hoyo y el vivo al baile**	Cambio de ambiente hacia una escena festiva y picaresca.
Salida 5	1:30	**Narración – Martín Machuca Rico**	Se presenta a Martín, su vida sencilla y su tranquilidad en medio de las sabanas.
Salida 6	4:15	**Presentación joven Martín**	Conocemos al protagonista en su cotidianidad, acompañado de elementos propios de la vida del campo.
Salida 7	3:15	**Soy un hombre soltero**	Martín expresa su vida de soltero, acompañado por bailarines. Momento musical y de humor.
Salida 8	2:30	**Las chismosas**	Mercedes y las niñas del Profesional representan los rumores y comentarios que comienzan a circular.
Salida 9	1:00	**Narración – Llegada inesperada**	Se anuncia la llegada de una presencia distinguida y misteriosa al fundo.
Salida 10	3:45	**Llegada al fundo**	Aparición de la Viuda y primer encuentro con Martín y su familia.
Salida 11	3:15	**Llanero soy – La bicicleta**	Martín muestra su personalidad y su mundo llanero mediante música y movimiento escénico.
Salida 12	2:00	**La bicicleta – Diálogo mamá**	Conversación entre Martín y Mercedes sobre los nuevos acontecimientos y el cambio de vida.
Salida 13	1:00	**Narración – La bonanza**	Se evidencia cómo comienzan a llegar pequeñas sorpresas, oportunidades y atenciones para

			Martín.
Salida 14	3:15	**Laguna Vieja**	Martín y Mercedes en un momento de diálogo y reflexión.
Salida 15	2:45	**Contrapunteo**	Intercambio musical que aporta humor y picardía llanera.
Salida 16	1:15	**Momento íntimo**	Encuentro entre Martín y la Viuda que permite avanzar hacia el nuevo rumbo de la historia.
Salida 17	1:30	**Cierre Acto I**	Narración: el encuentro en la laguna y las decisiones que preparan el compromiso. **FIN DEL ACTO I.**
ACTO II – BODA, LOCURA Y SECRETOS			
Tiempo	**Duración**	**CUADRO**	**Desarrollo**
Salida 18	3:15	**Narración – El compromiso**	El pueblo conoce la noticia del compromiso. Aparecen felicitaciones, rumores y dudas sobre la fortuna de Martín.
Salida 19	1:00	**Como no voy a decir**	Inicio de la celebración y preparación para el matrimonio. Música y danza.
Salida 20	2:30	**Narración – Llegó el gran día**	La iglesia se prepara y crece la expectativa entre los habitantes del pueblo.
Salida 21	4:15	**Letanías**	Intervención de coros, cura, Martín, Mercedes y bailarines.
Salida 22	3:15	**Ingreso de novios y casorio**	Gran momento de la boda. Entrada de los novios, ceremonia, anillos y participación del elenco.
Salida 23	1:30	**Predestinación**	Celebración posterior al matrimonio, con ambiente festivo y llanero.
Salida 24	4:15	**Narración – El percance**	Se introduce el particular humor del pueblo: cualquier problema parece solucionarse con dinero.
Salida 25	1:00	**El mercado**	Participación del elenco completo. Cuadro dinámico, colorido y lleno de situaciones propias de la cotidianidad llanera.
Salida 26	3:15	**Narración – Llegada de La Sifrina**	Se anuncia una nueva presencia llegada desde Europa, que cambiará nuevamente el ambiente.
Salida 27	2:30	**Llegada La Sifrina**	Entrada del nuevo personaje, elegante y refinado, generando curiosidad entre los presentes.
Salida 28	2:45	**Más de uno ha suspirado**	Momento musical protagonizado por La Sifrina y los bailarines.
Salida 29	3:30	**La Sifrina**	Desarrollo del personaje a través de danza,

			música y contraste entre lo criollo y lo gomelo.
Salida 30	2:30	**Sancocho**	Escena humorística con Clefirte, Martín, La Sifrina y Mercedes. Surgen nuevas situaciones y sospechas.
Salida 31	1:30	**De guayabo en guayabo**	Martín y Clefirte protagonizan un momento de humor y complicidad.
Salida 32	3:00	**Narración – El misterio**	Comienzan a aparecer señales extrañas. Una presencia parece rondar la historia y revelar una verdad oculta.
Salida 33	3:00	**El Espanto**	Aparición sobrenatural que incrementa el misterio y el componente humorístico de la historia.
Salida 34	1:30	**El Veneno**	Clefirte, Mercedes y La Sifrina protagonizan una situación cargada de tensión y humor.
Salida 35	2:00	**El Ladrón**	Se desencadena el último gran enredo, con Martín, Clefirte, La Sifrina, Mercedes y los bailarines.
Salida 36	1:00	**FINAL**	Participación de todo el elenco. Cierre musical y festivo que reúne nuevamente a los personajes y celebra la identidad, la música y la alegría del Llano.

EL DESARROLLO DEL SHOW CUENTA CON:

DISEÑO DE AUDIOVISUALES

- Desarrollo de contenido visual y multimedia único y exclusivo que acompaña el espectáculo en vivo de la academia, transmitiendo una experiencia inmersiva y coherente con la narrativa artística, el estilo visual y la propuesta conceptual del show.

El contenido de diseño de audiovisuales incluye:

- Visuales en pantallas LED (animaciones, videos, gráficos)
- Transiciones temáticas entre canciones
- Visuales sincronizadas con cues de iluminación y sonido
- VFX y loops personalizados para momentos clave del show
- Contenido interactivo en tiempo real
- Material para ensayo técnico (loopbacks, previews, stems visuales)

PRODUCCIÓN DEL SHOW:

- Dirección artística: Basado en el concepto general del show.
- Estilo visual: Basada en la cultura llanera y en base al espectáculo de bailadores.
- Paleta de colores
- Elementos obligatorios: Logos, símbolos, personajes, íconos asociados al artista.

STAFF:

- Un Director general, con experiencia en creación y dirección artística de agrupaciones y

proyectos musicales con trayectoria de mínimo tres (3) años.

- Un coreógrafo encargado de organizar y dirigir la realización del espectáculo, su montaje, planificación y ejecución, con mínimo dos (2) años de experiencia como instructor y/o coreógrafo.
- Operador de Sonido, luces e iluminación, con experiencia mínima de un (1) año en obras músico-teatrales.
- Un apoyo de audiovisuales que garantizan la sincronía de luces y videos durante el desarrollo del show con altos estándares de calidad, mínimo tres (3) meses de experiencia relacionada.

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 un proceso de contratación directa teniendo en cuenta lo dispuesto por el numeral 3 del artículo 32 de la ley 80 de 1993, articulo 2 numeral 4 literal H de la ley 1150 de 2007, el artículo 2.2.1.2.1.4.9 y 2.2.1.1.1.6.1 del decreto 1082 del 26 de mayo de 2015 se realizará 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.

4.1 FUNDAMENTOS JURÍDICOS QUE SOPORTAN LA MODALIDAD DE SELECCIÓN:

Para adelantar el presente proceso, el Instituto de Turismo del Meta, determina que el contratista deberá ser seleccionado por la modalidad de contratación directa en atención a su **idoneidad y experiencia**, y en cumplimiento a la Ley 80 de 1993, inciso 1, literal h) del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007; y el Artículo 2.2.1.2.1.4.9 Decreto 1082 de 2015.

Teniendo en cuenta que el contrato que se pretende celebrar corresponde a un contrato de prestación de servicios de apoyo a la gestión, la normatividad legal vigente, permite que el mismo se celebre de manera 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.

5-PERFIL REQUERIDO:

EXPERIENCIA 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 a nivel nacional.
- La persona jurídica 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) CIIU 9007.
- Soportar mínimo tres (3) reconocimientos entre nacional e internacional por su labor en el desarrollo de eventos artísticos exaltando la cultura llanera.
- El show debe ser autoría de la academia

STAFF:

- Un Director general, con experiencia en creación y dirección artística de agrupaciones y proyectos musicales con trayectoria de mínimo tres (3) años.
- Un coreógrafo encargado de organizar y dirigir la realización del espectáculo, su montaje, planificación y ejecución, con mínimo dos (2) años de experiencia como instructor y/o coreógrafo.

- Operador de Sonido, luces e iluminación, con experiencia mínima de un (1) año en obras músico-teatrales.
- Un apoyo de audiovisuales que garantizan la sincronía de luces y videos durante el desarrollo del show con altos estándares de calidad, mínimo tres (3) meses de experiencia relacionada.

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

6.1-TÉRMINO Y LUGAR DE EJECUCIÓN: El contrato tendrá un término de ejecución de **OCHO (8) DIAS,** a partir de la firma del acta de inicio, previo el cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y legalización; **el lugar de ejecución** del presente será en el Municipio de Villavicencio- Departamento del Meta.

6.2- VALOR DEL CONTRATO: El presupuesto estimado para el contrato es la suma de **CUARENTA MILLONES DE PESOS ($40.000.000) M/CTE,** incluido impuestos, tasas, retenciones y gastos en los que incurra el contratista en la ejecución del objeto.

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 (1) ÚNICO PAGO**, conforme a la prestación efectiva de la presentación, por valor total de **CUARENTA MILLONES DE PESOS M/CTE ($40.000.000),** según el análisis del sector realizado para el presente contrato, previo cumplimiento de los requisitos exigidos como: factura de venta y/o cuenta de cobro, certificación del supervisor designado por el Instituto de Turismo que demuestre el cumplimiento de las obligaciones pactadas y del servicio prestado, acreditación de los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y demás requeridos por el supervisor del contrato.

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
000763	24/09/2026	2033502200004020308	$40.000.000	$40.000.000
TOTALES			**$40.000.000**	**$40.000.000**

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 **CUARENTA MILLONES DE PESOS ($40.000.000) M/CTE**

Justificación: de acuerdo con el estudio realizado en el análisis del sector y las cotizaciones realizadas directamente con los artistas y/o apoderados, se establecieron los valores de cada presentación:

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD PRESENTACIONES	TIEMPO X PRESENTACIÓN	VALOR PRESENTACION
1	La obra sigue las aventuras de **Martín Machuca Rico**, un joven llanero ingenuo y ambicioso que cae en las redes de la excéntrica y extravagante **Viuda Millonaria, doña Mercedes Rojas**. Lo que empieza como un romance sospechoso termina convertido en un carnaval de bodas ridículas, persecuciones, secretos, envenenados imaginarios, peleas familiares y un caos general			

	que solo podría llamarse... **¡ZAPEROCO!**, Con **40 artistas en escena**, este musical de 90 minutos, te sumerge en un torbellino de joropos, zapateos, enredos amorosos, chismes de pueblo y situaciones absurdas que harán reír a toda la familia, para esta versión se cuenta con la participación de 40 artistas así: entre músicos, cantantes y bailadores de joropo que actúan de manera interdisciplinar, incluyendo más 100 cambios de vestuario y escenografía como (flores de cayena, talanqueras, henos, monturas, cantinas, entre otros) y 4 personas de logística: (1. Directora general, 1. Operador de sonido, luces e iluminación, 1. Operador de pantallas, 1. Coreógrafo), además de utilería como (mesas de madera, pacas de heno, sillas de montar, imitación tipo mamona, imitación tipo lechona, manteles, taparos, sombreros, envases, canecas metálicas, cajones de madera, escobas de material vegetal, pilón, cantinas de leche, pancartas, radio viejo, cuatro musicales, rejos, entre otros). El vestuario de la obra, ha sido diseñado exclusivamente para ella, al igual que el diseño de peinados y maquillaje para los artistas.	1	NOVENTA (90) MINUTOS	40.000.000

Aunado a lo anterior y teniendo en cuenta los costos adicionales la entidad instituyó un precio apropiado y coherente con la necesidad, determinando el **PRESUPUESTO OFICIAL** en **CUARENTA MILLONES DE PESOS ($40.000.000) M/CTE** incluido IVA si hay lugar a este, impuestos de ley y demás costos directos e indirectos.

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 5 de la Ley 80 de 1993 y 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 deberá asumir los gastos que se ocasionen en pro de cumplir con el objeto del contrato.
7. 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.
8. 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

9. El contratista debe demostrar buen manejo de las relaciones interpersonales, ser diligente y responsable.
10. 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.
11. En caso de ser asignado correo(s) institucional (es) deberá utilizarlo (s) para las actividades que se deriven de la ejecución del contrato.
12. No acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la ley con el fin de hacer u omitir algún hecho.
13. Responder por sus actuaciones u omisiones derivadas de la celebración del presente contrato y de la ejecución del mismo.
14. Asumir todos los costos que genere la legalización del presente contrato.
15. Dar noticia inmediata al supervisor de las novedades que puedan ocasionar la parálisis en la ejecución del contrato.
16. Coordinar la entrega de los elementos e información física y digital utilizada para desarrollar el objeto del contrato al supervisor.
17. Publicar en la plataforma de sistema electrónico para la contratación pública SECOP II, los documentos y actuaciones que desarrollen en la ejecución del contrato.
18. 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.
19. Dar cumplimiento a la Ley 594 de 2000 ley general de archivo y las demás que los reglamenten.
20. 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. El contratista debe garantizar la ejecución idónea y oportuna del objeto del contrato.
2. El contratista debe coordinar con el supervisor del contrato y la organización del evento, el horario de la presentación.
3. El contratista debe realizar la presentación en el lugar y de acuerdo con el cronograma previamente establecido con el supervisor del contrato y la organización del evento.
4. Ejecutar el objeto del contrato en las condiciones de calidad, oportunidad, y obligaciones establecidas, garantizando la difusión y promoción de la Marca Meta "SOMOS LA RUTA NATURAL", 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.
5. El contratista debe garantizar la presentación en tarima con las especificaciones técnicas solicitadas por la entidad y presentadas en la propuesta.
6. Todos los gastos de alimentación, transporte, vestuario, en los que incurra el contratista, para la ejecución del contrato serán asumidos por él.
7. El contratista deberá garantizar y asumir todos los elementos logísticos que se requieren para la ejecución de su contrato.
8. Suministrar y emplear por su cuenta y riesgo el personal y los equipos necesarios para el cumplimiento del objeto contractual.
9. Dar cumplimiento al objeto en los términos y plazos estipulados en su oferta, el cual formará parte integral del contrato.
10. Asumir los descuentos de Ley.

12- SUPERVISIÓN DEL CONTRATO

La supervisión del contrato estará a cargo del funcionario de la Dependencia **SUBDIRECCION DE FOMENTO Y DESARROLLO TURISTICO, LUIS ARIEL CONTENTO ROJAS** en el cargo de **PROFESIONAL UNIVERSITARIO,** quien velara 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	General, supervisor designado y entidad	Seguimiento en el informe de supervisión	Trimestral
6	Específico	Externo	Ejecución	Operacional	Mora en el pago por parte del	Conflicto entre las partes	Posible	Menor	6	Medio	Contratante	Requerir tramitar y	Raro	Menor	5	Bajo	No	ores, subdirección general y	nto a los procedimientos de pago	Diaria

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?
				Instituto								agilizar los procedimientos para el respectivo pago								
7	General	Externo	Ejecución	Operacional	Incumplimiento de las obligaciones a cargo del contratista	No cumplimiento de las obligaciones contractuales	Posible	Menor	6	Medio	Contratista	Requerir el cumplimiento en el contrato.	Raro	Menor	5	Bajo	Si	supervisor	Seguimiento a las actividades del contrato	Diaria
8	General	Interno	Ejecución	Operacional	Se presenta cuando la Información suministrada por la entidad es errónea o desactualizada.	Puede variar el resultado	3- Posible	Catastrófica	Extremo	Alta	ITM	Verificación de la información suministrada por el contratista y la entidad	Raro	Menor	3	Bajo	No	Subdirección donde surge la necesidad de contratación y Supervisores	Verificar mediante una confrontación de los documentos aportados.	Cada vez que se presente la necesidad.
9	Especifica Interno Planeación Financieros				Se presenta cuando existe la estimación inadecuada de costos	Desequilibrio económico del contrato	Improbable Menor Bajo :Menor				ITM	Verificación cuidadosa de los documentos aportados por el contratista.	Raro Menor 3 Bajo				No	Adquisiciones, Subdirección donde surge la necesidad de contratación	Verificar mediante una confrontación de los documentos aportados, presupuesto.	Cada vez que se presente la necesidad.

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 implementar el tratamiento	Monitoreo y revisión	
													Probabilidad	Impacto	Valoración del Riego	Categoría			¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad ¿Cuándo?
10	General	Externo	Contractual	Operacional	Entrega tardía del bien o servicio	No cumplimiento de objeto contractual y Controversias post-contractuales (liquidación)	Probable	Mayor	Medio	Alta	Contratista	Realizar una adecuada supervisión, control y monitoreo a los contratos.	Raro	Insignificante	2	Bajo	No	Supervisor	Monitorear constantemente la ejecución de los contratos a supervisar	Cada vez que se presente la necesidad.
11	General	Externo	Contractual	Operacional	Falta de calidad en el servicio o el bien	Servicio: afecta la institucionalidad. Bien: Puede Variar el resultado	Posible	Moderado	Alto	Alta	Contratista	Realizar una adecuada revisión de la calidad del bien o de las aptitudes de quien desarrolle el servicio.	Raro	Insignificante	Bajo	2	No	Subdirección Administrativa / Supervisor	Realizar un análisis detallado de los documentos aportados por el contratista. Y verificar la calidad del bien al momento de la entrega.	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 Diez por ciento (10%) del valor total del contrato	Por el terminó de ejecución del mismo, sus adiciones si las hubiere 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 tres (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 3º 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 Base 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; el Instituto realizó un estudio con relación al sector relativo al objeto del presente proceso de contratación, el cual hace parte del expediente contractual.

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
Vobo Jurídico: Harrys Andrés Torres Marín	Asesor Jurídico ITM	
Proyección Jurídica: Brisnith Turriago Suarez	Abogada Cps	