Alcaldía Municipal
Ibagué
NIT.800113389-7
Secretaria de Desarrollo Económico

ESTUDIO ECONOMICO DEL SECTOR

FECHA DE ESTUDIO	SEPTIEMBRE 2026
MODALIDAD DE CONTRATACION	MINIMA CUANTIA
OBJETO DEL CONTRATO	SDE26107 - CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS, DE DIVULGACIÓN, COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, PAUTA PUBLICITARIA Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA EL DESARROLLO DE ACCIONES DE APOYO, PROMOCIÓN, DIVULGACIÓN Y POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, INCLUYENDO LA PARTICIPACIÓN DE OPERADORES TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO EN UNA FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO Y EL FORTALECIMIENTO DE LA CAMPAÑA 'DESCUBRE IBAGUÉ', EN EL MARCO DEL PROYECTO APOYO Y PROMOCIÓN DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, TOLIMA.
VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO	NOVENTA Y NUEVE MILLONES DE PESOS ($99.000.000) M/CTE IVA INCLUIDO Y DEMAS EMOLUMENTOS
AREA RESPONSABLE DEL ESTUDIO	SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO - DIRECCION DE TURISMO.

ANÁLISIS DEL SECTOR Y/O ESTUDIO DE MERCADO

Que el artículo 2 de la Constitución Política establece como fines esenciales del Estado servir a la comunidad, promover la prosperidad general, garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución, así como facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación.

Que el artículo 209 de la Constitución Política dispone que la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, delegación y desconcentración de funciones.

Que la Constitución Política de Colombia, en su artículo 311, establece al municipio como entidad fundamental de la división político - administrativa del Estado, al cual le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, propender por el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le sean asignadas por la Constitución y la ley.

Que el artículo 3 de la Ley 1551 de 2012, "por la cual se dictan normas para modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios", establece que corresponde a los municipios promover el desarrollo de su territorio, en armonía con los instrumentos de planeación, las necesidades territoriales y las competencias asignadas por el ordenamiento jurídico.

Que, de conformidad con el literal d), numeral 5, del artículo 29 de la Ley 1551 de 2012, corresponde al Alcalde Municipal, como máxima autoridad administrativa del municipio, ordenar los gastos y celebrar los contratos y convenios municipales de acuerdo con el Plan de Desarrollo Económico, Social y con el presupuesto, observando las normas jurídicas aplicables.

Que la Secretaría de Desarrollo Económico del Municipio de Ibagué tiene como propósito dirigir, coordinar, formular y hacer seguimiento a las políticas de desarrollo económico, empresarial, comercial y turístico del municipio, así como promover la productividad, la competitividad, la sostenibilidad, la asociatividad, la generación de ingresos, el turismo, la internacionalización, la innovación y las alianzas estratégicas que contribuyan al desarrollo económico y social del territorio.

Que adscrita a la Secretaría de Desarrollo Económico se encuentra la Dirección de Turismo, dependencia que tiene como propósito gestionar, coordinar y controlar la implementación de políticas, programas y proyectos en materia de turismo, industria y comercio, con el fin de propiciar el crecimiento socioeconómico del ente territorial, fortalecer la vocación turística del municipio y promover su posicionamiento en escenarios locales, regionales, nacionales e internacionales.

Que dentro de las funciones de la Dirección de Turismo se encuentran, entre otras, dirigir estudios para la identificación, revisión y activación de la vocación productiva del municipio con fines de promoción turística; establecer planes, programas y proyectos en materia de turismo; diseñar y promover el marketing turístico del municipio; articular acciones con entidades y dependencias de la Administración Municipal; participar en la formulación, diseño, organización, ejecución y control de planes y programas del área de su competencia; y administrar, controlar y evaluar el desarrollo de los programas, proyectos y actividades propias del área.

Que el Plan de Desarrollo "IBAGUÉ PARA TODOS 2024–2027", adoptado mediante Acuerdo No. 006 del 05 de junio de 2024, constituye el principal instrumento de planeación para orientar las acciones, programas y proyectos de la Administración Municipal, en procura del desarrollo económico, competitivo, sostenible e incluyente del municipio.

Que dicho Plan de Desarrollo contempla acciones orientadas a consolidar a Ibagué como un destino turístico de renombre, a partir del aprovechamiento de sus vocaciones musicales, folclóricas, artísticas, ecológicas, gastronómicas, deportivas, culturales y territoriales, como elementos que permiten proyectar al municipio como un destino integrado, atractivo y competitivo para visitantes nacionales y extranjeros.

Que el proyecto de inversión denominado "APOYO Y PROMOCIÓN DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, TOLIMA" se orienta a desarrollar acciones encaminadas a fortalecer la promoción turística del municipio, apoyar la participación en vitrinas o espacios de promoción turística, promover estrategias de marketing turístico y contribuir al posicionamiento de Ibagué como destino competitivo en escenarios de promoción local, regional, nacional e internacional.

Que dentro de las metas asociadas al referido proyecto se encuentra, en primer lugar, participar en ferias, vitrinas y eventos de promoción turística que permitan el posicionamiento y fortalecimiento turístico a nivel local, regional, nacional o internacional, lo cual se materializa mediante la actividad 1.1.4. Participar en vitrinas y/o espacios de promoción turística.

Que, adicionalmente, el proyecto contempla como meta implementar, fortalecer y promocionar la campaña "Descubre Ibagué", mediante marketing turístico de alto impacto, a través de acciones orientadas a la promoción del destino, divulgación de su oferta turística, fortalecimiento de la imagen territorial y desarrollo de actividades estratégicas de visibilidad, lo cual se articula con la actividad 1.1.3. Desarrollar actividades para el marketing turístico.

Que, en ese sentido, el presente proceso contractual encuentra soporte en dos líneas de intervención complementarias: por una parte, la participación de operadores turísticos del municipio de Ibagué en una feria internacional de turismo, como mecanismo de promoción, relacionamiento y posicionamiento del destino; y, por otra, el fortalecimiento de acciones de divulgación, comunicación estratégica, pauta publicitaria, producción audiovisual y apoyo estratégico asociadas al marketing turístico de alto impacto y a la campaña "Descubre Ibagué".

Que los componentes incluidos en el presente proceso no constituyen actividades aisladas, sino acciones funcionalmente integradas dentro del proyecto de promoción turística, en tanto el componente ferial permite la presencia del destino y de sus operadores en espacios especializados de promoción, mientras que los componentes de divulgación, pauta y producción

audiovisual permiten fortalecer la visibilidad, recordación, comunicación y posicionamiento de la oferta turística del municipio ante públicos locales, regionales, nacionales e internacionales.

Que la Feria Internacional de Turismo FITUR 2027, a realizarse en IFEMA Madrid, España, del veinte (20) al veinticuatro (24) de enero de 2027, constituye un escenario especializado para la promoción de destinos, productos y servicios turísticos, al reunir operadores, agencias, destinos, entidades públicas, empresas privadas, compradores, medios especializados y demás actores de la cadena de valor del turismo. Por ello, contar con un espacio ferial de exhibición resulta estratégico para facilitar la participación de operadores turísticos de la ciudad de Ibagué y promover la oferta turística local ante públicos especializados.

Que, conforme a las condiciones de participación establecidas por el organizador oficial de FITUR 2027, la contratación de espacios feriales exige el cumplimiento de procedimientos, trámites de solicitud, pagos, reserva, disponibilidad, aceptación y demás condiciones propias del certamen, razón por la cual resulta necesario adelantar oportunamente las gestiones contractuales que permitan garantizar la participación de los operadores turísticos del municipio.

Que, de manera complementaria, la implementación, fortalecimiento y promoción de la campaña "Descubre Ibagué" exige la ejecución de actividades de divulgación, pauta publicitaria, comunicación estratégica y producción audiovisual, que permitan posicionar los atributos turísticos del municipio, visibilizar sus atractivos diferenciales, promover sus experiencias, corredores, productos y servicios turísticos, y comunicar de manera efectiva las acciones institucionales orientadas al desarrollo turístico y económico local.

Que, para efectos del presente proceso, los servicios logísticos deben entenderse en sentido funcional e integral, no limitados exclusivamente a transporte, alojamiento o desplazamientos, sino como el conjunto de actividades de apoyo operativo, ferial, comunicacional, publicitario, audiovisual y estratégico necesarias para garantizar la adecuada ejecución de las estrategias de promoción, divulgación, posicionamiento turístico y participación en espacios especializados lideradas por la Secretaría de Desarrollo Económico.

Que, en ese sentido, el proceso contractual comprende componentes técnicamente diferenciados pero funcionalmente articulados entre sí, relacionados con: i) la reserva y adquisición del derecho de uso de un espacio ferial de exhibición para la participación de operadores turísticos del municipio de Ibagué en una feria internacional de turismo; ii) la publicación de comunicados de prensa para divulgar información relacionada con la promoción turística, la campaña "Descubre Ibagué", actividades, avances, resultados o acciones institucionales de interés público; iii) la planificación y ejecución de pauta publicitaria institucional en medios de comunicación local, regional y/o plataformas digitales; y iv) el diseño e implementación de una estrategia narrativa y audiovisual que permita comunicar de manera clara, verificable y estratégica los atributos turísticos del municipio, los avances del sector y las acciones de promoción adelantadas por la Secretaría de Desarrollo Económico.

Que dichos componentes permiten desarrollar de manera articulada las metas y actividades previstas en el proyecto de inversión, particularmente aquellas relacionadas con la participación en vitrinas y/o espacios de promoción turística y el desarrollo de actividades para el marketing turístico, garantizando que la promoción del destino no se limite a la presencia física en una feria, sino que cuente con acciones complementarias de divulgación, comunicación y posicionamiento.

Que la integración de los componentes feriales, de divulgación, publicitarios, audiovisuales y estratégicos dentro de un solo proceso contractual responde a una necesidad institucional común, relacionada con el apoyo integral a las estrategias de promoción turística, marketing territorial, posicionamiento de destino y participación en espacios de promoción turística lideradas por la Secretaría de Desarrollo Económico, sin perjuicio de que cada ítem de la ficha técnica conserve su propia descripción, unidad de medida, cantidad, valor unitario, entregable verificable y soporte de cumplimiento.
Que dicha estructuración permite garantizar mayor claridad en la planeación contractual, comparabilidad de ofertas, identificación de entregables, control de ejecución y seguimiento por parte de la supervisión, toda vez que el proceso conserva una finalidad común, pero discrimina técnicamente cada componente para efectos de valoración económica, verificación de cumplimiento y recibo a satisfacción.

Que, en consecuencia, se hace necesario adelantar el correspondiente proceso contractual bajo la modalidad de mínima cuantía, siempre que el presupuesto oficial estimado no exceda el diez por ciento 10% de la menor cuantía de la Entidad, con el fin de contratar los servicios requeridos para apoyar las estrategias de promoción, divulgación, marketing turístico, posicionamiento y participación en espacios de promoción turística lideradas por la Secretaría de Desarrollo Económico del Municipio de Ibagué.

Que, por lo anterior, y con el fin de materializar las acciones institucionales asociadas a la promoción turística, divulgación, posicionamiento, marketing territorial y visibilidad del Municipio de Ibagué, se considera pertinente adelantar el presente proceso de contratación, cuyo objeto será: "CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS, DE DIVULGACIÓN, COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, PAUTA PUBLICITARIA Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA EL DESARROLLO DE ACCIONES DE APOYO, PROMOCIÓN, DIVULGACIÓN Y POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, INCLUYENDO LA PARTICIPACIÓN DE OPERADORES TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO EN UNA FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO Y EL FORTALECIMIENTO DE LA CAMPAÑA 'DESCUBRE IBAGUÉ', EN EL MARCO DEL PROYECTO APOYO Y PROMOCIÓN DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, TOLIMA."

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD:

En atención a las competencias constitucionales y legales asignadas a los municipios para promover el desarrollo de su territorio, impulsar el progreso local y materializar acciones orientadas al mejoramiento económico y social de sus habitantes, la Administración Municipal de Ibagué, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico y la Dirección de Turismo, debe adelantar estrategias que contribuyan al fortalecimiento de la competitividad turística, la promoción territorial, el marketing de destino, la visibilidad institucional y el posicionamiento del municipio en escenarios locales, regionales, nacionales e internacionales.

La actividad turística constituye un componente relevante para la dinamización económica del territorio, en la medida en que articula prestadores de servicios turísticos, operadores turísticos, agencias de viajes, establecimientos de alojamiento, gastronomía, transporte, comercio, cultura, naturaleza, recreación y demás actores que integran la cadena de valor del sector. En ese sentido, el fortalecimiento de la promoción turística del municipio no solo permite visibilizar sus atractivos, sino también generar oportunidades de relacionamiento comercial, ampliar mercados, promover alianzas estratégicas y contribuir a la generación de ingresos para los actores locales vinculados a esta actividad.

Ibagué cuenta con una oferta turística diversa y con potencial de crecimiento, asociada a su identidad musical, cultural, gastronómica, ambiental, deportiva y de naturaleza. La ciudad posee corredores turísticos, atractivos naturales, expresiones culturales, eventos de relevancia nacional, oferta gastronómica, cafés de especialidad, experiencias rurales, turismo de naturaleza, turismo musical y alternativas recreativas que permiten proyectarla como un destino competitivo para visitantes nacionales y extranjeros.

No obstante, para consolidar el posicionamiento de Ibagué como destino turístico y fortalecer su presencia en mercados especializados, no basta con contar con atractivos turísticos o con operadores locales. Se requiere, además, desarrollar acciones integrales de promoción, divulgación, comunicación estratégica, pauta publicitaria, producción audiovisual, marketing turístico y participación en escenarios de relacionamiento comercial, de manera que la oferta turística y económica del municipio pueda ser conocida, difundida, promovida y articulada con actores del sector.

En desarrollo del proyecto de inversión "APOYO Y PROMOCIÓN DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, TOLIMA", la Administración Municipal requiere adelantar acciones que permitan fortalecer la promoción turística del municipio, posicionar la oferta local en escenarios especializados y desarrollar estrategias de marketing turístico de alto impacto que contribuyan a la consolidación de Ibagué como destino competitivo, sostenible y atractivo para visitantes nacionales e internacionales.

La necesidad institucional se encuentra asociada a dos metas concretas del proyecto. La primera corresponde a participar en ferias, vitrinas y eventos de promoción turística que permitan el posicionamiento y fortalecimiento turístico a nivel local, regional, nacional o internacional, la cual se desarrolla a través de la actividad 1.1.4. Participar en vitrinas y/o espacios de promoción turística. Esta línea permite generar presencia del destino en escenarios especializados, promover la oferta turística local, facilitar el relacionamiento de operadores turísticos de Ibagué con actores nacionales e internacionales del sector y ampliar oportunidades comerciales para la cadena turística del municipio.

La segunda meta corresponde a implementar, fortalecer y promocionar la campaña "Descubre Ibagué", mediante marketing turístico de alto impacto, la cual se desarrolla a través de la actividad 1.1.3. Desarrollar actividades para el marketing turístico. Esta línea resulta necesaria para fortalecer la visibilidad del destino, divulgar sus atributos diferenciales, posicionar la oferta turística local, comunicar de manera estratégica los atractivos del municipio y generar contenidos, publicaciones y acciones de difusión que contribuyan a la recordación y promoción de Ibagué como destino turístico.

En ese contexto, la Administración Municipal requiere adelantar un proceso contractual que permita contratar servicios logísticos, de divulgación y apoyo estratégico, orientados a garantizar la participación de operadores turísticos del municipio de Ibagué en una feria internacional de turismo y a fortalecer las acciones de marketing turístico asociadas a la campaña "Descubre Ibagué". Para efectos del presente proceso, dichos servicios deben entenderse en sentido funcional e integral, es decir, como el conjunto de actividades de apoyo operativo, ferial, comunicacional, publicitario, audiovisual y estratégico necesarias para garantizar la adecuada ejecución, visibilidad y comunicación de las acciones lideradas por la Secretaría de Desarrollo Económico.

La necesidad identificada comprende cuatro componentes que, si bien tienen naturaleza técnica diferenciada, se encuentran funcionalmente articulados dentro de una misma estrategia institucional de promoción turística, divulgación y posicionamiento. El primer componente corresponde a la reserva y adquisición del derecho de uso de un espacio ferial de exhibición de mínimo dieciséis metros cuadrados (16 m²), destinado a llevar a cabo la participación de operadores turísticos del municipio de Ibagué en una feria internacional de turismo, específicamente en FITUR 2027 - Feria Internacional de Turismo, a realizarse en IFEMA Madrid, España, del 20 al 24 de enero de 2027. Este componente permite contar con un espacio físico de presencia, exhibición, relacionamiento y visibilidad en un escenario internacional especializado del sector turístico.

El segundo componente corresponde a la publicación de comunicados de prensa en medios de comunicación local o regional, con el propósito de divulgar información relacionada con la promoción turística, la campaña "Descubre Ibagué", actividades, avances, resultados, campañas, convocatorias o acciones institucionales de interés público relacionadas con el turismo y el desarrollo económico local. Esta actividad resulta necesaria para fortalecer la comunicación institucional, garantizar mayor alcance de la información pública y permitir que la ciudadanía, los operadores turísticos y los actores del sector conozcan las iniciativas adelantadas por la Administración Municipal.

El tercer componente corresponde a la planificación, estructuración, gestión, contratación, ejecución y seguimiento de pauta publicitaria en medios de comunicación local y/o regional, incluyendo medios radiales, prensa o medios digitales y plataformas digitales. Este componente permite ampliar la visibilidad de la campaña "Descubre Ibagué", fortalecer el posicionamiento de las estrategias de promoción turística y garantizar la difusión de información relevante mediante medios y canales con capacidad de alcance verificable.

El cuarto componente corresponde al diseño e implementación de una estrategia narrativa y audiovisual orientada a comunicar, de manera clara, verificable y estratégica, los atributos turísticos del municipio, sus experiencias, atractivos, corredores, vocaciones diferenciales, oferta de operadores turísticos y acciones de promoción adelantadas por la Secretaría de Desarrollo Económico. Este componente permite transformar la información turística e institucional en contenidos audiovisuales comprensibles, atractivos y útiles para públicos ciudadanos, empresariales, gremiales, turísticos e institucionales.

Los anteriores componentes no constituyen necesidades aisladas ni inconexas. Por el contrario, hacen parte de una misma necesidad institucional relacionada con el apoyo integral a las estrategias de promoción turística, divulgación, marketing territorial y posicionamiento de Ibagué como destino. El componente ferial permite la presencia física en un escenario internacional de promoción turística; los comunicados de prensa y la pauta publicitaria permiten divulgar y amplificar la información turística hacia públicos locales, regionales y digitales; y la estrategia narrativa y audiovisual permite construir contenidos y mensajes que evidencien los atractivos, experiencias, oportunidades y ventajas competitivas del municipio.

La articulación de estos componentes resulta necesaria para garantizar que las acciones de promoción turística y desarrollo económico no se limiten a actividades puntuales, sino que cuenten con una estrategia de apoyo integral que permita planear, ejecutar, visibilizar, comunicar y soportar técnicamente los resultados. En consecuencia, el proceso contractual se estructura bajo una necesidad común de servicios logísticos, de divulgación y apoyo estratégico, sin perjuicio de que cada ítem conserve en la ficha técnica su descripción específica, unidad de medida, cantidad, valor unitario, entregable verificable y soporte de cumplimiento.

Frente al componente ferial, la contratación oportuna reviste especial importancia, teniendo en cuenta que FITUR 2027 se realizará en el mes de enero de 2027 y que la organización oficial del evento establece procedimientos, plazos, condiciones de participación, disponibilidad de espacios, pagos y requisitos previos para la solicitud, reserva y adjudicación de espacios feriales. En esa medida, adelantar la contratación desde la presente vigencia permite atender el principio de planeación, reducir el riesgo de indisponibilidad del espacio requerido, cumplir oportunamente las condiciones establecidas por el organizador y evitar gestiones tardías que puedan generar mayores costos, recargos, limitaciones operativas o pérdida de oportunidad para la participación de los operadores turísticos de Ibagué.

Así mismo, la contratación anticipada encuentra sustento en el principio de economía, toda vez que permite a la Entidad prever los costos asociados a la participación ferial, obtener con oportunidad los soportes de reserva o asignación del espacio, organizar las acciones de preparación institucional y evitar trámites urgentes que puedan afectar la eficiencia administrativa. La guía oficial de FITUR 2027 establece que la contratación de espacio se realiza mediante solicitud de participación online y pago de cuota de reserva; también contempla fechas relevantes para pagos y condiciones asociadas a la contratación de servicios dentro de plazos determinados, incluyendo descuentos por contratación oportuna y recargos por contratación de última hora.

Bajo esa perspectiva, adelantar el proceso contractual durante la vigencia 2026 no obedece a una actuación anticipada injustificada, sino a la necesidad real de cumplir los términos, calendarios y condiciones establecidos por el organizador de la feria, asegurar la disponibilidad del espacio ferial de mínimo dieciséis metros cuadrados ($16m^2$) y evitar mayores costos, recargos, indisponibilidad o limitaciones operativas derivadas de una gestión tardía, especialmente si se considera que el evento se realizará en enero de 2027 y que las actividades de solicitud, reserva, adjudicación, pago y alistamiento deben adelantarse con suficiente antelación.

En cuanto a los componentes de divulgación, pauta publicitaria y estrategia audiovisual, su contratación resulta necesaria para fortalecer la implementación y promoción de la campaña "Descubre Ibagué" mediante acciones de marketing turístico de alto impacto, orientadas a ampliar la visibilidad del destino, comunicar sus atributos diferenciales, promover sus atractivos, fortalecer la recordación del municipio y consolidar una narrativa estratégica que contribuya al posicionamiento turístico de Ibagué.

La necesidad de contratar estos servicios también obedece a que la Secretaría de Desarrollo Económico requiere contar con apoyo especializado para la redacción, publicación, pauta, producción audiovisual, construcción de narrativa turística, seguimiento de métricas y entrega de soportes verificables. Estas actividades demandan capacidades técnicas, operativas, comunicacionales, publicitarias y audiovisuales que permitan asegurar la calidad mínima de los productos, la oportunidad en la ejecución y la posibilidad de verificar el cumplimiento mediante evidencias tales como publicaciones, enlaces, capturas, certificaciones, reportes de pauta, métricas, guiones, piezas audiovisuales e informes de ejecución.

De igual manera, la estructuración de un solo proceso contractual permite ordenar la contratación de los servicios requeridos bajo una misma finalidad institucional, garantizar unidad de planeación, facilitar el seguimiento por parte de la supervisión, obtener cotizaciones comparables y evitar la dispersión de actividades que hacen parte de una misma estrategia de promoción turística, divulgación, marketing territorial y posicionamiento. Para ello, la ficha técnica discrimina cada componente, definiendo con claridad qué se requiere contratar, en qué cantidad, con qué calidad mínima y cuál será el entregable verificable de cumplimiento.
En concordancia con lo anterior, el Plan de Desarrollo "IBAGUÉ PARA TODOS 2024 - 2027" contempla acciones orientadas a consolidar a Ibagué como un destino turístico competitivo, aprovechando sus vocaciones musicales, folclóricas, artísticas, ecológicas, gastronómicas y deportivas. Así mismo, dentro de sus metas se encuentra la participación en ferias, vitrinas y eventos de promoción turística que permitan el posicionamiento y fortalecimiento turístico a nivel local, regional, nacional o internacional, así como la implementación, fortalecimiento y promoción de la campaña "Descubre Ibagué" mediante marketing turístico de alto impacto.

La presente necesidad se encuentra articulada con el proyecto de inversión denominado "APOYO Y PROMOCIÓN DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, TOLIMA", en tanto los servicios requeridos contribuyen a la promoción turística, al posicionamiento territorial, al fortalecimiento de la visibilidad del destino, al desarrollo de actividades para el marketing turístico y a la participación en vitrinas y/o espacios de promoción turística, en armonía con las metas y actividades previstas por la Administración Municipal.

Por lo anterior, se evidencia la necesidad de adelantar el presente proceso contractual bajo la modalidad de mínima cuantía, siempre que el presupuesto oficial estimado no exceda el diez por ciento (10%) de la menor cuantía de la Entidad, con el fin de contratar la prestación de servicios logísticos, de divulgación y apoyo estratégico para garantizar la participación de operadores turísticos del municipio de Ibagué en una feria internacional de turismo y fortalecer las acciones de marketing turístico y promoción de la campaña "Descubre Ibagué", en el marco del proyecto "APOYO Y PROMOCIÓN DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, TOLIMA".

2. IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO CONTRACTUAL

2.1 OBJETO:

SDE26107 - CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS, DE DIVULGACIÓN, COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, PAUTA PUBLICITARIA Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA EL DESARROLLO DE ACCIONES DE APOYO, PROMOCIÓN, DIVULGACIÓN Y POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, INCLUYENDO LA PARTICIPACIÓN DE OPERADORES TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO EN UNA FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO Y EL FORTALECIMIENTO DE LA CAMPAÑA 'DESCUBRE IBAGUÉ', EN EL MARCO DEL PROYECTO APOYO Y PROMOCIÓN DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, TOLIMA.

2.2 CLASIFICACIÓN UNSPSC:

Con el fin de identificar actividades y sectores económicos que contribuirán a la satisfacción de la necesidad antes descrita. se consultó el sitio https://www.colombiacompra.gov.co/clasificador-de-bienes-y-servicios la clasificación y codificación UNSPSC de los bienes y Servicios de las Naciones Unidas, las cuales definen el presente proceso de adquisición, teniendo como resultado:

CLASIFICACIÓN UNSPSC – Código Estándar de Productos y Servicios de Naciones Unidas

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	DESCRIPCIÓN
80000000	80140000	80141600	80141607 -Gestión de eventos
80000000	80140000	80141900	80141902 - Reuniones y eventos
90000000	90150000	90151800	90151802 - Servicios de organización o administración de ferias

82000000	82100000	82101600	82101601 - Publicidad en radio
82000000	82100000	82101600	82101603 - Publicidad en internet
82000000	82100000	82101800	82101801 - Servicios de campañas publicitarias
82000000	82130000	82131600	82131603 - Servicios de producción de video

Especificaciones técnicas exigidas: Las condiciones y especificaciones técnicas mínimas requeridas para la ejecución del objeto contractual se encuentran descritas en el presente Análisis del Sector y se desarrollan de manera detallada en la Ficha Técnica anexa, documento que hace parte integral del análisis y de los demás documentos precontractuales del proceso.

Plazo: El contrato tendrá un plazo de noventa (90) días calendario, contados a partir de la suscripción del acta de inicio entre el supervisor y el contratista, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato.

Valor: El presupuesto que se destinará para la contratación de los servicios logísticos, de divulgación, comunicación estratégica, pauta publicitaria y producción audiovisual objeto del presente proceso se encuentra inmerso dentro del presupuesto municipal de rentas y gastos 2026, de la siguiente manera:

a) **PRESUPUESTO PROYECTADO: NOVENTA Y NUEVE MILLONES DE PESOS ($99.000.000) M/CTE IVA INCLUIDO Y DEMAS EMOLUMENTOS;** presupuesto designado producto del estudio de mercado efectuado por la Entidad y que se encuentra soportado en el análisis del sector.

CÓDIGO DEL RUBRO	DENOMINACIÓN	DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL	VALOR DE LA DISPONIBILIDAD
2.20.3.2.02.02.009-01	SERVICIOS PARA LA COMUNIDAD, SOCIALES Y PERSONALES	1310-5402 DEL 14/07/2026	$99.184.000

Correspondientes a gastos de: INVERSIÓN (X)

Forma de Pago: El Municipio de Ibagué pagará al contratista el valor del contrato mediante pagos parciales asociados a los ítems o componentes efectivamente ejecutados, de conformidad con la ejecución total de cada uno de los componentes definidos en la ficha técnica, previa presentación de la factura o documento equivalente, informe de ejecución con sus respectivos soportes, certificación de cumplimiento o acta de recibo a satisfacción suscrita por el supervisor y constancia de pago de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y parafiscales cuando haya lugar. En todo caso, su desembolso se sujetará a la disponibilidad del Plan Anual Mensualizado de Caja - PAC.

Los pagos se efectuarán así:

- Pago correspondiente al Ítem 1: contra la ejecución del cien por ciento (100%) del Ítem, previa presentación de los soportes de cumplimiento y recibo a satisfacción del supervisor.
- Pago correspondiente al Ítem 2: contra la ejecución del cien por ciento (100%) del Ítem, previa presentación de los soportes de cumplimiento y recibo a satisfacción del supervisor.
- Pago correspondiente al Ítem 3: contra la ejecución del cien por ciento (100%) del Ítem, previa presentación de los soportes de cumplimiento y recibo a satisfacción del supervisor.
- Pago correspondiente al Ítem 4: contra la ejecución del cien por ciento (100%) del Ítem, previa presentación de los soportes de cumplimiento y recibo a satisfacción del supervisor.

Los pagos se realizarán de manera independiente por cada ítem ejecutado, sin que exista un orden obligatorio, sucesivo o cronológico entre ellos. El contratista podrá solicitar el pago del ítem que se encuentre ejecutado en un cien por ciento (100%), siempre que allegue los soportes correspondientes y cuente con el recibo a satisfacción por parte del supervisor.

El pago del último ítem que se tramite, independientemente de cuál sea, deberá estar acompañado del informe final de ejecución contractual con sus respectivos soportes y del acta de recibo final a satisfacción por parte del supervisor.

Para cada pago, el contratista deberá aportar:

- Factura electrónica de venta o documento equivalente, según corresponda.
- Informe de ejecución del componente respectivo, con sus soportes y evidencias de cumplimiento.
- Certificación o acta de recibo a satisfacción suscrita por el supervisor del contrato.
- Acreditación del pago de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral, en los términos de ley.
- Los demás documentos requeridos por la entidad para adelantar el trámite de pago.

NOTA 1 Pago de Estampillas, de conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo Municipal No. 037 de 2025, por medio del cual se modifica el artículo 285 del Acuerdo Municipal No. 015 de 2021, modificación efectuada a su vez mediante el artículo primero del Acuerdo Municipal No. 01 de 2024, el contratista deberá efectuar el pago anticipado de las estampillas a que haya lugar, como requisito previo e indispensable para la legalización del contrato y antes del inicio de su ejecución. (...) 1. Realizar el pago una vez firmado el contrato de las estampillas correspondientes para la legalización del contrato. 2. Solicitar ante la Dirección de Tesorería el certificado de pago de estampillas.3. Radicar ante la Oficina de Contratación, mediante el formato FOR-39-PRO-GC-02 "RADICACIÓN DOCUMENTOS PARA LEGALIZACIÓN DE CONTRATO", los siguientes documentos:

- Pólizas (si aplica)
- Registro Presupuestal original
- Soporte de pago de estampillas (Expedido por la Dirección de Tesorería) (...) El valor por pagar corresponde al siguiente porcentaje: 2% por concepto de estampilla para el bienestar del adulto mayor y 1.5% por concepto de estampilla Pro-Cultura cuya base será el VALOR TOTAL DEL CONTRATO EXCLUIDO IVA.

NOTA 2 Del respectivo pago, el Instituto deducirá la tarifa de la Tasa pro deporte que corresponde al 2.5% del valor total del contrato sin IVA, la cual se encuentra reglamentada en el Acuerdo 0017 del 2020, y modificado por el Acuerdo 042 del 2025 expedidos por el Concejo Municipal de Ibagué.

3. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1. ANÁLISIS DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL

El turismo se ha consolidado como uno de los sectores económicos de mayor crecimiento e impacto a nivel mundial, al contribuir significativamente a la generación de empleo, el desarrollo territorial, el fortalecimiento del comercio y la dinamización de actividades económicas relacionadas con la cultura, la gastronomía, el transporte, el alojamiento y los servicios. En los últimos años, el sector ha presentado una recuperación sostenida, alcanzando niveles cercanos a los registrados antes de la pandemia y consolidándose nuevamente como un motor para el crecimiento económico de numerosos países.

De acuerdo con el Barómetro Mundial del Turismo publicado por ONU Turismo (UN Tourism), durante el año 2024 se registraron aproximadamente 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que representa una recuperación del 99 % frente a los niveles registrados en 2019 y un crecimiento del 11% respecto al año 2023. Estos resultados evidencian la recuperación del turismo internacional y el fortalecimiento de la demanda en los principales mercados emisores y receptores de turistas.

Así mismo, ONU Turismo proyecta que durante 2025 las llegadas de turistas internacionales continuarán creciendo entre un 3 % y un 5 %, impulsadas por la recuperación de la conectividad aérea, el fortalecimiento de la confianza de los viajeros y el posicionamiento de nuevos destinos turísticos en el mercado internacional. No obstante, el organismo también identifica desafíos asociados al incremento en los costos del transporte, las tensiones geopolíticas, la inflación y los efectos del cambio climático, factores que continúan incidiendo en el comportamiento del sector.
Fuente: https://www.unwto.org/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024

En este contexto, la promoción turística ha adquirido un papel estratégico para los destinos, orientándose cada vez más hacia el desarrollo de campañas de marketing territorial, la

producción de contenidos audiovisuales, el fortalecimiento de las marcas destino, la participación en ferias internacionales y el aprovechamiento de medios digitales como herramientas para incrementar la competitividad, atraer visitantes y generar oportunidades de negocio.

Lo anterior ha consolidado a las ferias internacionales de turismo como escenarios especializados para la promoción de destinos, el relacionamiento entre operadores turísticos, inversionistas y compradores internacionales, así como para la generación de alianzas

3.2. ANÁLISIS DEL TURISMO EN COLOMBIA, EL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA Y EL MUNICIPIO DE IBAGUÉ

El turismo constituye una actividad estratégica para el desarrollo económico y territorial, en la medida en que genera demanda de servicios de alojamiento, transporte, gastronomía, comercio, actividades culturales y recreativas, entre otros sectores relacionados. Su comportamiento reciente evidencia la importancia de fortalecer las estrategias de promoción de los destinos, la participación en escenarios especializados, la comunicación turística y el posicionamiento de la oferta territorial.

Panorama nacional. De acuerdo con la Cuenta Satélite de Turismo del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, para 2025, información preliminar, la participación del valor agregado turístico dentro del valor agregado total de la economía colombiana alcanzó el 2,4 %, frente al 2,3 % registrado en 2024. Asimismo, el gasto del turismo receptor pasó de aproximadamente $50,5 billones en 2024 a $54,7 billones en 2025, lo que representó un crecimiento del 8,4 %.

En cuanto al flujo de turistas receptores, el DANE reportó un aumento de aproximadamente 4,42 millones de personas en 2024 a 4,59 millones en 2025, equivalente a un crecimiento del 3,8 %. Para 2025, los principales componentes del gasto receptor estuvieron asociados al transporte aéreo de pasajeros, con aproximadamente $14,0 billones; servicios de provisión de alimentos y bebidas, con $13,3 billones; y alojamiento para visitantes, con cerca de $7,6 billones.

De manera complementaria, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo informó en julio de 2026 que Colombia había superado los 24 millones de visitantes no residentes durante el periodo de Gobierno analizado por esa entidad, circunstancia que evidencia la importancia que ha adquirido el sector dentro de las estrategias de crecimiento, internacionalización y promoción del país.

Comportamiento turístico en el departamento del Tolima. A nivel territorial, el Tolima ha fortalecido su estrategia de promoción mediante la articulación de diferentes productos asociados a cultura, música, gastronomía, naturaleza, alta montaña, patrimonio, historia y recreación. Durante 2026, la Gobernación del Tolima estructuró su promoción bajo la marca "Tolima, Corazón de los Andes", buscando ampliar la visibilidad del departamento en escenarios especializados y fortalecer la participación de prestadores de servicios turísticos.

En desarrollo de esta estrategia, para la Vitrina Turística ANATO 2026 fueron seleccionados inicialmente 32 expositores provenientes de 15 municipios del departamento, entre ellos Ibagué, Chaparral, Anzoátegui, Guamo, Purificación, Melgar, Mariquita y Honda, con el propósito de presentar la oferta turística del Tolima ante compradores, empresarios y actores nacionales e internacionales del sector.

Asimismo, durante la versión 52 del Festival Folclórico Colombiano de 2026, la Gobernación del Tolima reportó aproximadamente 502.000 turistas únicos y una movilización económica superior a $220.000 millones. La información oficial indicó además la presencia de visitantes procedentes de 958 municipios y de los 32 departamentos del país. Estas cifras corresponden específicamente al evento y no deben interpretarse como el total anual de visitantes del departamento; sin embargo, constituyen un indicador de la capacidad de atracción turística que tienen las manifestaciones culturales y los grandes eventos desarrollados en el territorio.

De igual manera, para la temporada de Semana Santa de 2026, la Gobernación estructuró la estrategia "El Tolima es el Plan" mediante cinco productos turísticos que integran diferentes municipios y vocaciones territoriales, con una proyección superior a 500.000 visitantes. Esta

estrategia evidencia la orientación departamental hacia la diversificación de la oferta y la articulación de distintos destinos dentro de una promoción conjunta.

Comportamiento turístico en el municipio de Ibagué. Ibagué concentra una parte relevante de la actividad turística, cultural, empresarial y de servicios del departamento y cuenta con una oferta asociada a su identidad musical, patrimonio cultural, gastronomía, naturaleza, eventos, turismo rural y actividades empresariales. Durante 2026 se han registrado indicadores que permiten evidenciar el impacto de los eventos sobre la actividad turística y económica de la ciudad.

En abril de 2026, con ocasión de la Cumbre Glocal de Economía Circular, la Alcaldía de Ibagué reportó una ocupación hotelera del 96 % y un crecimiento cercano al 10 % en las rutas gastronómicas, asociado a la llegada de visitantes nacionales e internacionales.

Por su parte, durante la edición 52 del Festival Folclórico Colombiano, la Secretaría de Desarrollo Económico Municipal informó que ingresaron a la ciudad cerca de 200.000 vehículos por los diferentes peajes de acceso, mientras que el Desfile Nacional de San Pedro congregó aproximadamente 205.800 espectadores. La Administración Municipal señaló igualmente que la actividad generada durante la temporada fortaleció sectores como gastronomía, comercio, turismo, hotelería y emprendimiento.

Otro indicador de interés corresponde al Museo Panóptico de Ibagué, que recibió 3.929 visitantes durante los días del Festival Folclórico de 2026 y acumuló 5.413 visitas durante el mes de junio, evidenciando el potencial de los escenarios culturales y patrimoniales como complemento de la oferta turística de la ciudad.
Adicionalmente, Ibagué participó en la Vitrina Turística ANATO 2026 y vinculó operadores turísticos locales en espacios de relacionamiento comercial y promoción nacional, lo cual guarda correspondencia con las estrategias municipales dirigidas a fortalecer la presencia del destino en escenarios especializados

Tabla. Indicadores recientes del sector turístico

ÁMBITO	INDICADOR	PERIODO / EVENTO	RESULTADO	FUENTE OFICIAL
Colombia	Participación del valor agregado turístico en la economía	2025 preliminar	**2,40%**	DANE – Cuenta Satélite de Turismo (DANE)
Colombia	Gasto del turismo receptor	2025 preliminar	**$54,7 billones**	DANE – Cuenta Satélite de Turismo (DANE)
Colombia	Flujo de turistas receptores	2025 preliminar	**4,59 millones de personas**	DANE – Cuenta Satélite de Turismo (DANE)
Tolima	Expositores seleccionados para ANATO	ANATO 2026	**32 expositores de 15 municipios**	Gobernación del Tolima (Gobernación del Tolima)
Tolima	Turistas registrados durante el Festival Folclórico Colombiano	Festival 2026	**aprox. 502.000 turistas únicos**	Gobernación del Tolima (Gobernación del Tolima)
Tolima	Movilización económica asociada al Festival Folclórico	Festival 2026	**más de $220.000 millones**	Gobernación del Tolima (Gobernación del Tolima)
Ibagué	Ocupación hotelera durante la Cumbre	Abril de 2026	**96%**	Alcaldía de Ibagué – Secretaría de Desarrollo Económico (Ibagué)

	Glocal de Economía Circular			
Ibagué	Vehículos ingresados durante el Festival Folclórico	Festival 2026	**cerca de 200.000**	Alcaldía de Ibagué – Secretaría de Desarrollo Económico (Ibagué)
Ibagué	Asistencia al Desfile Nacional de San Pedro	Festival 2026	**205.800 espectadores**	Alcaldía de Ibagué – Secretaría de Desarrollo Económico (Ibagué)
Ibagué	Visitantes al Museo Panóptico durante el Festival	Junio de 2026	**3.929 visitantes**	Alcaldía de Ibagué / Infibagué (Ibagué)

Nota: Los indicadores territoriales corresponden a eventos, temporadas o actuaciones específicas y, por tanto, no constituyen una medición del número total anual de turistas del departamento del Tolima o del municipio de Ibagué. Se incorporan como referencias oficiales recientes que permiten identificar el comportamiento, capacidad de atracción y dinámica económica asociada a la actividad turística en el territorio.

A partir de la información expuesta, se evidencia que el turismo continúa presentando una dinámica relevante a nivel nacional y territorial, mientras que el Tolima e Ibagué cuentan con condiciones culturales, naturales, gastronómicas y de eventos que permiten fortalecer su posicionamiento como destinos turísticos. Los resultados observados también evidencian la importancia de continuar desarrollando acciones de promoción que trasciendan las temporadas de mayor afluencia y permitan mantener una presencia constante del destino en mercados nacionales e internacionales.

En este contexto, la participación en ferias y vitrinas especializadas, la ejecución de estrategias de comunicación y divulgación, la pauta publicitaria, el desarrollo de contenidos audiovisuales y el fortalecimiento de campañas de promoción territorial constituyen mecanismos coherentes con la dinámica actual del sector y con la necesidad institucional de ampliar la visibilidad de la oferta turística de Ibagué y fortalecer su posicionamiento.

Fuentes de información: Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, Cuenta Satélite de Turismo 2024 provisional - 2025 preliminar; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MinCIT; Gobernación del Tolima - Secretaría de Cultura y Turismo; Alcaldía de Ibagué - Secretaría de Desarrollo Económico; Instituto de Financiamiento, Promoción y Desarrollo de Ibagué - Infibagué. Información consultada y actualizada para la vigencia 2026.

4. ESTUDIO DE LA OFERTA

En lo que respecta a la oferta de los servicios objeto del presente proceso, se evidencia que tanto a nivel nacional como regional existe un mercado amplio y competitivo conformado por empresas especializadas en promoción turística, publicidad, comunicación estratégica, organización de eventos, producción audiovisual, administración de pauta publicitaria y actividades relacionadas con el turismo. Estas organizaciones cuentan con la capacidad técnica, administrativa y operativa para desarrollar estrategias orientadas al posicionamiento de destinos turísticos, la divulgación institucional y la promoción de la oferta turística mediante diferentes canales de comunicación.

La oferta del mercado está integrada por agencias de publicidad, centrales de medios, agencias de comunicación estratégica, empresas de producción audiovisual, agencias de viajes, operadores turísticos, organizadores de eventos y demás prestadores de servicios especializados que ofrecen soluciones integrales para el diseño, planificación, ejecución y seguimiento de campañas de promoción turística. Entre los servicios ofertados se encuentran la comercialización y gestión de espacios en ferias nacionales e internacionales, la elaboración y difusión de comunicados de prensa, la estructuración y ejecución de campañas de pauta

publicitaria, la producción de piezas audiovisuales y el desarrollo de estrategias de marketing territorial orientadas al fortalecimiento del posicionamiento de destinos.

En el caso específico del componente relacionado con la participación en la Feria Internacional de Turismo – FITUR 2027, la comercialización de los espacios de exhibición es realizada por la entidad organizadora del evento, IFEMA Madrid, o por los representantes autorizados para dicho fin, mientras que los demás componentes del objeto contractual corresponden a servicios ampliamente ofertados en el mercado nacional por empresas especializadas en publicidad, comunicación, medios de comunicación, producción audiovisual y promoción turística.

De conformidad con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU Revisión 4 A.C., adaptada para Colombia por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, las principales actividades económicas relacionadas con el objeto del presente proceso corresponden a:

CÓDIGO CIIU	ACTIVIDAD ECONÓMICA
7310	Publicidad
5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
8230	Organización de convenciones y eventos comerciales.
7911	Actividades de las agencias de viajes
7912	Actividades de operadores turísticos.
7990	Otros servicios de reserva y actividades relacionadas.

Las empresas que desarrollan actividades relacionadas con publicidad, comunicación estratégica, producción de contenidos, gestión de medios y demás servicios asociados al objeto contractual se encuentran comprendidas dentro del sector formal de servicios empresariales y profesionales del país. De acuerdo con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU Rev. 4 A.C. del DANE, la Clase 7310 - Publicidad comprende, entre otras actividades, la prestación de servicios de asesoría publicitaria, servicios creativos, producción de material publicitario, utilización de medios de difusión, creación y ejecución de campañas publicitarias y colocación de anuncios en periódicos, revistas, radio, televisión, internet y otros medios, así como actividades relacionadas con espacios de exhibición.

La Encuesta Anual de Servicios - EAS 2024 del DANE constituye un referente adicional para identificar la existencia de empresas formalmente establecidas que desarrollan estas actividades. Para el dominio correspondiente a la Clase CIIU 7310 - Publicidad, la operación estadística registró 173 empresas que cumplían los parámetros de inclusión establecidos para dicha actividad, esto es, empresas con setenta y cinco (75) o más personas ocupadas o ingresos anuales iguales o superiores a $3.000 millones.

Debe precisarse que dicho número no corresponde al universo total de empresas de publicidad existentes en Colombia, toda vez que la EAS incorpora para este dominio únicamente empresas que cumplen los parámetros de tamaño definidos por el DANE. Por consiguiente, la cifra constituye un referente conservador de la presencia empresarial formal del sector y no incluye necesariamente micro, pequeñas o medianas empresas que desarrollan actividades publicitarias y que no alcanzan dichos umbrales. El propio DANE señala que la EAS estudia empresas formalmente establecidas y, para la actividad de publicidad, aplica los referidos parámetros de ingresos o personal ocupado.

De manera complementaria, la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente dispone del conjunto de datos abiertos "SECOP II - Proveedores Registrados", de cobertura nacional y actualización periódica, el cual contiene información de los proveedores registrados en la plataforma, incluyendo nombre, identificación, tipo de empresa, ubicación y categoría principal de bienes y servicios. Esta herramienta constituye una fuente oficial para la identificación y consulta de potenciales proveedores que participan en el mercado de compras públicas.

Para el presente proceso, la consulta directa del mercado también permitió corroborar la existencia de oferta efectiva, toda vez que la Secretaría de Desarrollo Económico recibió tres

(3) cotizaciones comparables para la totalidad de los componentes técnicos requeridos, correspondientes a Eplanners Logistics, Diego Felipe Sastoque y Proyectos e Ingeniería S.A.S., por valores totales de $99.000.000, $100.500.000 y $97.500.000, respectivamente.

INDICADOR	DATO DE REFERENCIA	ALCANCE PARA EL ANÁLISIS DE LA OFERTA	FUENTE
Empresas del dominio CIIU 7310 - Publicidad incluidas en la EAS 2024	173 empresas	Evidencia la existencia de empresas formalmente establecidas de tamaño relevante que desarrollan actividades publicitarias. La cifra no incluye todo el universo empresarial, pues está sujeta a los parámetros de inclusión de la EAS.	DANE – Encuesta Anual de Servicios 2024 (DANE)
gParámetro de inclusión EAS para publicidad	75 o más personas ocupadas o ingresos ≥ $3.000 millones	Permite aclarar que las 173 empresas corresponden únicamente al segmento cubierto por la encuesta y que el universo potencial puede ser superior.	DANE – EAS 2024 (DANE)
Actividades comprendidas en CIIU 7310	Campañas, asesoría, producción publicitaria, anuncios en prensa, radio, televisión, internet y otros medios	Muestra correspondencia material entre el sector estadístico analizado y varios componentes del objeto contractual.	DANE – Clasificación CIIU Rev. 4 A.C. (Clasificaciones DANE)
Cotizaciones obtenidas para el proceso	3 cotizaciones	Evidencia concreta de proveedores que manifestaron capacidad e interés para cotizar las condiciones técnicas requeridas.	Estudio de mercado de la Secretaría de Desarrollo Económico
Valores cotizados	$99.000.000 / $100.500.000 / $97.500.000	Reflejan concurrencia y comparabilidad económica entre distintos agentes del mercado.	Cotizaciones recibidas septiembre de 2026

En consecuencia, la información estadística oficial consultada, la caracterización de las actividades económicas asociadas al objeto contractual y los resultados de la consulta directa realizada por la Entidad permiten identificar la existencia de una oferta empresarial plural y potencialmente suficiente para atender los componentes requeridos. Particularmente, la obtención de tres (3) cotizaciones bajo condiciones técnicas homogéneas constituye evidencia directa de la presencia de agentes económicos con capacidad para estructurar propuestas frente a la necesidad planteada.

Por lo anterior, se advierten condiciones que favorecen la libre concurrencia y la comparación objetiva de ofertas dentro del procedimiento de selección, sin que ello implique anticipar el número de proponentes que efectivamente participarán en la convocatoria, circunstancia que dependerá de la decisión autónoma de los agentes del mercado y del cumplimiento de los requisitos establecidos en los documentos del proceso.

5. ESTUDIO DE LA DEMANDA

En lo que respecta a la demanda de los servicios objeto del presente proceso contractual, se evidencia que las entidades públicas del orden nacional, departamental y municipal han incrementado la contratación de estrategias orientadas al fortalecimiento de la promoción turística, el posicionamiento de destinos, la participación en ferias y eventos especializados, la difusión de campañas institucionales, la administración de pauta publicitaria y el desarrollo de contenidos audiovisuales, como instrumentos para fortalecer la competitividad territorial, incentivar la llegada de visitantes y dinamizar el desarrollo económico.

Este comportamiento responde al reconocimiento del turismo como un sector estratégico para el crecimiento económico, la generación de empleo y la atracción de inversión, lo que ha llevado a las entidades territoriales a incorporar dentro de sus planes, programas y proyectos acciones encaminadas a promocionar sus destinos turísticos mediante estrategias integrales de comunicación y marketing territorial, fortaleciendo su presencia en mercados nacionales e internacionales.
En este contexto, la participación en ferias internacionales de turismo constituye una herramienta ampliamente utilizada por las entidades públicas para promover la oferta turística de sus territorios, generar oportunidades comerciales para los prestadores de servicios turísticos, establecer relaciones con operadores nacionales e internacionales y posicionar los destinos en mercados estratégicos. De manera complementaria, las campañas de comunicación institucional, la difusión de información en medios de comunicación, la administración de pauta publicitaria y la producción de contenidos audiovisuales se han consolidado como mecanismos fundamentales para fortalecer la visibilidad de los destinos y ampliar el alcance de las estrategias de promoción turística.

En consecuencia, la demanda de este tipo de servicios presenta un comportamiento permanente dentro del sector público, en atención a la necesidad de fortalecer la competitividad de los destinos turísticos y dar cumplimiento a las políticas de desarrollo económico y promoción turística impulsadas por las entidades territoriales.

HISTÓRICO DE CONTRATACIÓN DE PROCESOS SIMILARES

Se realizó una revisión de la plataforma SECOP II, mediante la cual la Secretaría de Desarrollo Económico evidenció que el Municipio de Ibagué ha adelantado procesos contractuales relacionados con la promoción turística, el fortalecimiento de la oferta turística, la organización y participación en eventos de promoción económica, el desarrollo de campañas de posicionamiento territorial y demás estrategias orientadas a impulsar la competitividad del destino.

Lo anterior evidencia que la Entidad cuenta con antecedentes en la contratación de este tipo de servicios, los cuales han contribuido al cumplimiento de las metas institucionales asociadas al fortalecimiento del sector turístico, la promoción de la ciudad como destino turístico y el desarrollo económico del municipio.

Referencia SECOP II	ENTIDAD	OBJETO	VALOR	LINK
AI-MC-2335-2025	ALCALDIA MUNICIPIO DE IBAGUE*	DE-3110 CONTRATAR LA PRESTACION DE SERVICIOS LOGISTICOS PARA LLEVAR A CABO LA PARTICIPACION DE OPERADORES DE TURISMO DE LA CUIDAD DE IBAGUÉ EN LA FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE AMERICA LATINA FIT 2025 QUE SE REALIZARA EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES - ARGENTINA, EN EL MARCO DEL PROYECTO: "APOYO Y PROMOCIÓN DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, TOLIMA	47.621.000	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.8634313&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true
AI-RE-CA-2095-2025	ALCALDIA MUNICIPIO DE IBAGUE*	DE-3103 AUNAR ESFUERZOS ADMINISTRATIVOS, TÉCNICOS, OPERATIVOS Y FINANCIEROS, PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO, EN EL MARCO DEL PROYECTO "APOYO Y PROMOCIÓN DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, TOLIMA.	75.000.000	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.8293076&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true

PROCESOS HISTÓRICOS DE OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS:

ENTIDAD	REFERENCIA	OBJETO	AÑO

Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo	IMCTT-MC-015-2026	PRESTACIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS PARA EL DESARROLLO DEL II FESTIVAL OVNI DE TENJO ENTRE SABORES Y MISTERIO, COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y FORTALECIMIENTO DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN EL MUNICIPIO DE TENJO.	2026
Gobernación del Amazonas	GOB-AMA-MC-102-2025	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO LOGÍSTICO PARA LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES DE TURISMO SOCIAL E INCLUSIVO, ORIENTADAS A LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL DESTINO AMAZONAS.	2025
Gobernación del Quindío Armenia	001-2024 MINIMA CUANTIA	EN EL MARCO DE LA PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE LA MARCA QUINDÍO CORAZÓN DE COLOMBIA, ADQUIRIR TIQUETES AÉREOS PARA GARANTIZAR LA PARTICIPACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO EN LA FERIA FITUR 2024, A REALIZARSE EN MADRID, ESPAÑA	2024
Municipio de San Eduardo	MSE-MC-009-2024	APOYO LOGÍSTICO PARA LA PROMOCIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES, ARTÍSTICAS QUE FOMENTEN EL TURISMO Y EL COMERCIO LOCAL A TRÁVEZ DE MERCADOS CAMPESINOS EN EL MUNICIPIO DE SAN EDUARDO – BOYACÁ	2024

Del análisis efectuado se concluye que existe una demanda institucional permanente de servicios especializados orientados a la promoción turística, el posicionamiento de destinos y el fortalecimiento de las estrategias de comunicación territorial. Así mismo, se evidencia que tanto el Municipio de Ibagué como otras entidades públicas del país han venido contratando este tipo de servicios para cumplir sus objetivos de desarrollo económico, fortalecimiento del turismo y promoción de sus territorios.

En consecuencia, la necesidad que se pretende atender mediante el presente proceso contractual se encuentra alineada con el comportamiento de la demanda del sector público y responde a las estrategias implementadas por las entidades territoriales para fortalecer la competitividad turística, incrementar la visibilidad de sus destinos y promover el crecimiento económico mediante acciones integrales de promoción y comunicación.

6. ANÁLISIS DE PRECIOS DEL MERCADO

SICE		PRECIOS DEL MERCADO	X	FUENTES DE INFORMACIÓN		OTROS	

La Secretaría de Desarrollo Económico adelantó estudio de mercado con base en las cotizaciones solicitadas y allegadas por proveedores con capacidad para desarrollar las actividades comerciales requeridas, teniendo en cuenta las condiciones técnicas, cantidades, unidades de medida, entregables verificables y el plazo de ejecución de noventa (90) días calendario definidos para el presente proceso. El resultado fue el siguiente:

Ítem	DESCRIPCIÓN TÉCNICA MÍNIMA	Cantidad	Eplanners Logistics IVA incluido	Diego Felipe Sastoque IVA incluido	Proyectos e Ingeniería S.A.S. IVA incluido	VALOR PROMEDIO IVA incluido
1	El contratista deberá gestionar y asegurar la contratación, reserva o adquisición del derecho de uso de un espacio físico de exhibición institucional de mínimo dieciséis metros cuadrados (16 m²) para llevar a cabo la participación de operadores turísticos del Municipio de Ibagué, con apoyo institucional de la Secretaria de Desarrollo Económico, en la Feria Internacional de Turismo FITUR 2027, a realizarse del 20 al 24 de enero de 2027 en el recinto ferial IFEMA Madrid - España.	1	$ 45.500.000	$ 47.500.000	$ 48.000.000	$ 47.000.000

Alcaldía Municipal
Ibagué
NIT.800113389-7
Secretaria de Desarrollo Económico

Ítem	DESCRIPCIÓN TÉCNICA MÍNIMA	Cantidad	Eplanners Logistics IVA incluido	Diego Felipe Sastoque IVA incluido	Proyectos e Ingeniería S.A.S. IVA incluido	VALOR PROMEDIO IVA incluido
	El servicio deberá comprender, como mínimo, la gestión administrativa, comercial y documental requerida para obtener la disponibilidad efectiva del espacio ferial; el trámite de reserva, inscripción, contratación o asignación ante el organizador oficial, operador autorizado o proveedor habilitado; y la entrega de los soportes que acrediten que el espacio fue contratado, reservado o asignado para uso institucional durante los días oficiales de la feria. El espacio deberá tener un área mínima de 16 m² y estar destinado a la exhibición, promoción o posicionamiento institucional, turístico y/o comercial del Municipio de Ibagué en el marco de FITUR 2027. El proveedor deberá entregar documentación suficiente para verificar el metraje, ubicación o referencia del espacio, condiciones de uso, feria correspondiente, recinto ferial, fechas de realización y beneficiario del servicio.					
2	Redacción, edición, gestión editorial y publicación de comunicados de prensa orientados a la divulgación de programas, proyectos, actividades, avances, resultados, campañas, convocatorias o información institucional de interés público del Municipio de Ibagué - Secretaría de Desarrollo Económico. El servicio deberá incluir la elaboración de contenidos periodísticos estratégicos, revisión de estilo, inclusión de mínimo una imagen, pieza gráfica, fotografía institucional o recurso visual entregado o aprobado por la supervisión, coordinación editorial con un medio de comunicación con presencia verificable a nivel local o regional, y con canales de difusión, circulación, audiencia, consulta o acceso de alcance nacional. Lo anterior, con el fin de que los contenidos publicados contribuyan a la promoción de la oferta turística, económica, comercial, cultural, empresarial o de ciudad de Ibagué ante públicos ubicados tanto en el ámbito local como en otros departamentos del país. Cada comunicado deberá contar con aprobación previa del supervisor antes de su publicación, permanencia mínima de veinte (20) días calendario en el canal utilizado y soportes verificables de difusión, tales como enlace web, captura de pantalla, certificación del medio, ejemplar físico o digital, métricas disponibles o soporte equivalente. Las publicaciones deberán ejecutarse durante el plazo	6	$ 19.000.000	$ 20.000.000	$ 18.000.000	$ 19.000.000

Ítem	DESCRIPCIÓN TÉCNICA MÍNIMA	Cantidad	Eplanners Logistics IVA incluido	Diego Felipe Sastoque IVA incluido	Proyectos e Ingeniería S.A.S. IVA incluido	VALOR PROMEDIO IVA incluido
	contractual de noventa (90) días, de manera periódica, procurando una distribución aproximada de un comunicado cada quince (15) días calendario, conforme al cronograma aprobado por la supervisión. Como criterio mínimo de verificación, cada publicación deberá ser consultable en un canal oficial del medio o soportarse mediante certificación/constancia equivalente, indicando fecha de publicación, medio, enlace o captura, y métricas disponibles. NOTA: Para efectos de la presente ficha técnica, se entenderá por alcance nacional la posibilidad verificable de acceso, consulta, circulación, audiencia o difusión del contenido por parte de públicos ubicados en diferentes departamentos del país, a través de medios impresos, digitales, radiales, audiovisuales o plataformas informativas del medio de comunicación.					
3	Planificación, estructuración, gestión, contratación, ejecución y seguimiento de pauta publicitaria institucional en medios de comunicación local y/o regional con canales de difusión, circulación, audiencia, consulta o acceso de alcance nacional, orientada a la divulgación de programas, proyectos, campañas, convocatorias, actividades, avances, resultados o información institucional de interés público de la Alcaldía de Ibagué - Secretaría de Desarrollo Económico. El servicio deberá ejecutarse mediante cuatro (4) paquetes de pauta publicitaria multicanal, distribuidos durante el plazo contractual de noventa (90) días, conforme al plan de medios y cronograma aprobado por la supervisión. Para efectos de ejecución, los paquetes no se entenderán necesariamente asociados a meses calendario completos, sino a periodos de pauta programados dentro del plazo contractual, sin disminuir las cantidades mínimas exigidas. Cada paquete de pauta deberá incluir, como mínimo: i) quince (15) cuñas radiales emitidas en medio radial local, cada una con duración mínima de veinte (20) segundos, para un total mínimo de sesenta (60) cuñas durante la ejecución contractual; las cuñas deberán emitirse en horario prime con alta audiencia según índices del ECAR, conforme al plan de pauta aprobado previamente por el supervisor; ii) dos (2) publicaciones publicitarias en prensa impresa local o regional con circulación, cobertura o distribución verificable en el municipio de Ibagué y el	4	$ 17.000.000	$ 16.000.000	$ 15.000.000	$ 16.000.000

Alcaldía Municipal
Ibagué
NIT.800113389-7
Secretaría de Desarrollo Económico

Ítem	DESCRIPCIÓN TÉCNICA MÍNIMA	Cantidad	Eplanners Logistics IVA incluido	Diego Felipe Sastoque IVA incluido	Proyectos e Ingeniería S.A.S. IVA incluido	VALOR PROMEDIO IVA incluido
	departamento del Tolima, para un total mínimo de ocho (8) publicaciones durante la ejecución contractual; iii) una (1) campaña en plataformas digitales, para un total mínimo de cuatro (4) campañas digitales durante la ejecución contractual. Cada campaña deberá tener una duración mínima de siete (7) días calendario de circulación efectiva e incluir pauta paga en Facebook, Instagram y TikTok, con inversión mínima por campaña en plataformas digitales de seiscientos mil pesos ($600.000), sin incluir honorarios de administración, diseño o producción. Cada campaña deberá contemplar la producción o adaptación de mínimo cinco (5) piezas digitales: una pieza cuadrada para feed, una pieza vertical para historias, una pieza horizontal o banner digital, un video corto o reel vertical para Facebook e Instagram y un video corto vertical para TikTok, con duración entre quince y treinta segundos. El contratista deberá entregar un reporte por cada paquete o campaña ejecutada, generado por las plataformas o administradores de anuncios, en el que se evidencie periodo de circulación, segmentación, inversión ejecutada, alcance, impresiones, clics, reproducciones, interacciones y piezas pautadas, cuando la plataforma permita su medición; así como un (1) informe de ejecución y métricas por cada paquete de pauta. En consecuencia, durante la ejecución total del contrato, el contratista deberá acreditar como mínimo: sesenta (60) cuñas radiales emitidas, ocho (8) publicaciones publicitarias en prensa impresa local/regional, cuatro (4) campañas digitales, veinte (20) piezas digitales para pauta en plataformas digitales y cuatro (4) informes de ejecución y métricas. El contratista deberá presentar previamente para aprobación del supervisor el respectivo plan de medios, por paquete o por periodo de ejecución, indicando mix de medios, cronograma, segmentación básica de audiencia, piezas a difundir, fechas estimadas, medios propuestos, número de cuñas, duración, franjas horarias, valor asociado a la pauta cuando aplique y métricas esperadas. La pauta deberá ejecutarse únicamente sobre piezas, mensajes o contenidos aprobados por la supervisión.					

Ítem	DESCRIPCIÓN TÉCNICA MÍNIMA	Cantidad	Eplanners Logistics IVA incluido	Diego Felipe Sastoque IVA incluido	Proyectos e Ingeniería S.A.S. IVA incluido	VALOR PROMEDIO IVA incluido
	NOTA: Para efectos de la presente ficha técnica, se entenderá por alcance nacional la posibilidad verificable de acceso, consulta, circulación, audiencia o difusión del contenido por parte de públicos ubicados en diferentes departamentos del país, a través de medios impresos, digitales, radiales, audiovisuales o plataformas informativas del medio de comunicación.					
4	Diseño e implementación de una estrategia narrativa y audiovisual institucional orientada a comunicar, de manera clara, verificable y de interés público, los avances, resultados, programas, acciones e indicadores asociados a la gestión de la Alcaldía de Ibagué - Secretaría de Desarrollo Económico en materia de fortalecimiento empresarial, atracción de inversión, turismo, productividad, competitividad y desarrollo económico local. El servicio deberá incluir la recolección, revisión, organización y análisis de información institucional suministrada o aprobada por la entidad, incluyendo planes, informes, programas, cifras disponibles, piezas previas, agenda de hitos y selección de cuatro (4) historias o casos con valor narrativo cuando la entidad los suministre o apruebe. El contratista deberá construir una narrativa central, pilares de mensaje, mapa de públicos, mensajes por público objetivo y recomendaciones de evidencia para soportar las afirmaciones institucionales. El paquete deberá incluir, como mínimo: i) un (1) documento de estrategia narrativa y audiovisual en formato PDF; ii) tres (3) guiones literarios y técnicos, cada uno con objetivo de la pieza, estructura narrativa, texto base, recursos visuales sugeridos, planos/tomas y guía de entrevista; iii) tres (3) piezas audiovisuales digitales verticales en formato Full HD 1080x1920, aptas para publicación en redes sociales, página web institucional o canales digitales, con edición, musicalización o ambientación sonora cuando aplique, subtítulos para consumo sin audio y versiones con y sin subtítulos; y iv) un (1) informe final de ejecución y medición básica de impacto comunicacional.	1	$ 17.500.000	$ 17.000.000	$ 16.500.000	$ 17.000.000

Ítem	DESCRIPCIÓN TÉCNICA MÍNIMA	Cantidad	Epianners Logistics IVA incluido	Diego Felipe Sastoque IVA incluido	Proyectos e Ingeniería S.A.S. IVA incluido	VALOR PROMEDIO IVA incluido
	Todo contenido, guion, pieza audiovisual, mensaje, imagen institucional o material gráfico deberá contar con aprobación previa del supervisor antes de su producción final, publicación o difusión. La información utilizada deberá corresponder a fuentes institucionales, oficiales o previamente validadas por la entidad.					
		VALOR TOTAL	$ 99.000.000	$ 100.500.000	$ 97.500.000	$ 99.000.000

Se establece como fórmula de ponderación el promedio aritmético de las cotizaciones recibidas, resultando como valor estimado del contrato la suma de NOVENTA Y NUEVE MILLONES DE PESOS M/CTE ($99.000.000), IVA incluido y demás emolumentos.

NOTA: El presente proceso se encuentra respaldado por el Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 1310-5402 del 14/07/2026, por valor de NOVENTA Y NUEVE MILLONES CIENTO OCHENTA Y CUATRO MIL PESOS M/CTE ($99.184.000). No obstante, para esta convocatoria se fija como presupuesto oficial el valor resultante del análisis actualizado de precios del mercado, esto es, NOVENTA Y NUEVE MILLONES DE PESOS M/CTE ($99.000.000), existiendo un saldo remanente de CIENTO OCHENTA Y CUATRO MIL PESOS M/CTE ($184.000), el cual no será objeto de afectación en esta convocatoria.

NOTA: Los valores señalados corresponden a precios IVA incluido. Los proponentes serán responsables de informarse e incluir en su propuesta toda tasa, impuesto, contribución, costo directo, costo indirecto y demás erogaciones necesarias para la correcta ejecución del contrato.

7. ANÁLISIS LEGAL

Desde la perspectiva legal, el presente proceso contractual se enmarca en el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública y demás normas que regulan la contratación estatal, en especial la Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007, la Ley 1474 de 2011, la Ley 2069 de 2020, el Decreto 1082 de 2015, el Decreto 1860 de 2021 y las demás normas que las modifiquen, adicionen, sustituyan o reglamenten.

El proceso se adelantará bajo la modalidad de selección de mínima cuantía, teniendo en cuenta que el valor estimado del contrato no excede el diez por ciento (10%) de la menor cuantía de la Entidad Estatal para la vigencia correspondiente. En consecuencia, la selección del contratista se realizará conforme a las reglas propias de esta modalidad, mediante invitación pública a través de SECOP II, verificando inicialmente la oferta de menor valor que cumpla integralmente con los requisitos jurídicos, técnicos, económicos, de experiencia, personal mínimo requerido y demás condiciones exigidas en los documentos del proceso.

El objeto contractual corresponde a la prestación de servicios logísticos, de divulgación, comunicación estratégica, pauta publicitaria y producción audiovisual para el desarrollo de acciones de apoyo, promoción, divulgación y posicionamiento turístico del Municipio de Ibagué, incluyendo la participación de operadores turísticos en una feria internacional de turismo y el fortalecimiento de la campaña "Descubre Ibagué". Por su naturaleza, el contrato se encuentra asociado a actividades de gestión de eventos, promoción turística, comunicación institucional, publicidad, medios, pauta digital, producción audiovisual y apoyo estratégico, conforme a los componentes definidos en la ficha técnica.

Desde el punto de vista regulatorio, los posibles oferentes deberán contar con capacidad jurídica, objeto social, actividad económica o actividad mercantil relacionada con las actividades requeridas, de manera que puedan ejecutar válidamente los componentes contractuales. Así mismo, deberán acreditar los requisitos habilitantes, técnicos, de experiencia y de personal mínimo requerido en los términos definidos en la invitación pública y en los estudios previos.

Para el componente relacionado con la participación en FITUR 2027, el contratista deberá observar las condiciones establecidas por el organizador oficial, operador autorizado o

proveedor habilitado para la reserva, contratación, asignación o adquisición del derecho de uso del espacio ferial, así como las reglas aplicables al uso del recinto, soportes documentales, fechas, área mínima, modalidad de participación y demás condiciones exigidas para acreditar la disponibilidad efectiva del espacio.

Respecto de los componentes de divulgación, pauta publicitaria, comunicación estratégica y producción audiovisual, el contratista deberá garantizar que los contenidos, piezas, publicaciones, campañas, guiones, audiovisuales, fotografías, diseños, música, imágenes, voces, marcas y demás elementos utilizados cuenten con las autorizaciones, licencias o derechos de uso que resulten necesarios, evitando la vulneración de derechos de autor, derechos conexos, derechos de imagen, habeas data, propiedad intelectual o derechos de terceros.

De igual manera, el contratista deberá cumplir con las normas laborales, de seguridad social, tributarias, comerciales, publicitarias, de protección de datos personales, seguridad y salud en el trabajo y demás disposiciones aplicables a la ejecución de las actividades contratadas, de acuerdo con la naturaleza de los servicios, el personal vinculado, los medios utilizados y los soportes exigidos por la supervisión.

El valor estimado del contrato deberá entenderse incluido con IVA cuando haya lugar, impuestos, tasas, contribuciones, gravámenes, costos directos e indirectos, gastos administrativos, operativos, logísticos, técnicos, financieros y demás erogaciones necesarias para la correcta ejecución del objeto contractual. En consecuencia, los proponentes serán responsables de estructurar su oferta económica considerando la totalidad de los costos y cargas legales aplicables.

En conclusión, desde la perspectiva legal, no se advierte restricción normativa que impida adelantar el presente proceso bajo la modalidad de mínima cuantía, siempre que se observen los principios de transparencia, economía, responsabilidad, selección objetiva, publicidad, planeación y libre concurrencia, y que el futuro contratista cumpla las condiciones jurídicas, técnicas, económicas y regulatorias exigidas para la correcta ejecución del objeto contractual.

8. ANÁLISIS DE RIESGO

La matriz de riesgos se encuentra contemplada en el numeral 10 del estudio previo.

9. ACUERDOS COMERCIALES

La modalidad de contratación de mínima cuantía no está cobijada por acuerdo comercial.

10. LIMITACIÓN A MIPYME

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.2.4.2.2 del Decreto 1082 de 2015, modificado por el Decreto 1860 de 2021, las Entidades Estatales deben limitar la convocatoria de los procesos de contratación con pluralidad de oferentes a Mipyme colombianas con mínimo un (1) año de existencia, siempre que concurran los requisitos previstos en la norma, esto es: i) que el valor del proceso de contratación sea menor a ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América USD 125.000, liquidados con la tasa de cambio determinada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; y ii) que se reciban solicitudes de por lo menos dos (2) Mipyme colombianas para limitar la convocatoria.

Para la vigencia 2026, el umbral correspondiente a USD 125.000 fue fijado en la suma de quinientos once millones setecientos ocho mil cuatrocientos noventa y siete pesos moneda corriente ($511.708.497 M/CTE), valor que deberá ser tenido en cuenta para determinar si el presente proceso es susceptible de limitación a Mipyme.

En el presente caso, teniendo en cuenta que el presupuesto oficial estimado del proceso es inferior al referido umbral, el proceso podrá ser limitado a Mipyme colombianas, siempre que durante el término establecido en la invitación pública se reciban solicitudes válidas de por lo menos dos (2) Mipyme colombianas que acrediten el cumplimiento de los requisitos exigidos por la normativa vigente.

Tratándose de personas jurídicas, las solicitudes solo podrán ser presentadas por Mipyme cuyo objeto social les permita ejecutar el contrato relacionado con el presente proceso contractual. Las cooperativas y demás entidades de economía solidaria podrán solicitar y participar en la

Alcaldía Municipal
Ibagué
NIT.800113389-7
Secretaria de Desarrollo Económico

convocatoria limitada, siempre que acrediten su calidad de Mipyme y cumplan las condiciones establecidas en la normativa aplicable.

Para efectos de acreditar la condición de Mipyme, los interesados deberán allegar los documentos previstos en el artículo 2.2.1.2.4.2.4 del Decreto 1082 de 2015, modificado por el Decreto 1860 de 2021. Las personas naturales deberán aportar certificación expedida por ellas y por contador público, junto con copia del registro mercantil; y las personas jurídicas deberán aportar certificación expedida por el representante legal y el contador o revisor fiscal, si están obligadas a tenerlo, junto con el certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente. En todo caso, la condición de Mipyme también podrá acreditarse mediante copia del Registro Único de Proponentes RUP, siempre que se encuentre vigente y en firme al momento de su presentación.

De conformidad con las reglas aplicables a la mínima cuantía, las solicitudes para limitar el proceso a Mipyme deberán presentarse dentro del término previsto en la invitación pública para formular observaciones o comentarios. Vencido dicho término, la Entidad verificará si se cumplen los requisitos legales para limitar la convocatoria y publicará en el SECOP II el aviso correspondiente, indicando si el proceso se limita efectivamente a Mipyme o si podrá participar cualquier interesado. El Decreto 1082 prevé que en mínima cuantía la invitación debe publicarse por un término no inferior a un día hábil para observaciones y que el cronograma debe incluir el aviso sobre si el proceso quedó limitado o no a Mipyme.

En caso de que el proceso se limite a Mipyme, la Entidad solo aceptará ofertas presentadas por Mipyme colombianas o por proponentes plurales integrados exclusivamente por Mipyme que acrediten el cumplimiento de los requisitos previstos en la normativa vigente.

Si no se reciben por lo menos dos (2) solicitudes válidas de Mipyme colombianas, o si las solicitudes presentadas no acreditan los requisitos exigidos, el proceso no será limitado y podrá participar cualquier interesado que cumpla las condiciones jurídicas, técnicas y económicas previstas en la invitación pública.

Funcionario responsable,

NAYDU BRIGHITE ROMERO GÓMEZ
Secretaria de Desarrollo Económico.
Ejecutora

Proyectó aspectos financieros: Kevin Campos / Contratista /SDE
Proyectó aspectos jurídicos: Walter Rojas/ Contratista SDE