FECHA	FEBRERO DE 2026
OBJETO	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN EN LA ELABORACIÓN, PRODUCCIÓN, Y DIFUSIÓN DE MENSAJES DE LAS ACTIVIDADES, CONVOCATORIAS Y CAMPAÑAS QUE ADELANTA LA ALCALDÍA MUNICIPAL EN MEDIO DE COMUNICACIÓN RADIAL DEL MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO.
MODALIDAD DE SELECCIÓN	CONTRATACIÓN DE MÍNIMA CUANTÍA
DEPENDENCIA	SECRETARIA PRIVADA

1. Introducción.

El artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, consagra el deber de las Entidades Estatales de analizar el sector, es decir, el mercado relativo al objeto del Proceso de Contratación, desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de Riesgo; una vez determinada la necesidad e identificados los bienes, obras o servicios requeridos debe definirse el sector o mercado al cual pertenecen tales bienes, obras o servicios y hacer el análisis correspondiente, se determinará el valor del Proceso de Contratación, la naturaleza del objeto a contratar y el tipo de contrato

El presente documento tiene como propósito dar cumplimiento a lo definido en el Decreto 1082 de 2015, teniendo en cuenta que el Santander de Quilichao - Cauca, como entidad fundamental de la división político-administrativa del Estado, de acuerdo al artículo 311 de la Constitución Política de Colombia, *"le corresponde prestar los servicios públicos, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes"*, es por esta razón, que el Municipio debe adelantar todas las acciones que sean necesarias para el logro de los fines esenciales del estado.

2. Objetivo.

Identificar y analizar proveedores, productos y precios requeridos para establecer comparación y asignación de valores a servicios relativos a los objetos de procesos de contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgo

3. Alcance.

Seleccionar y comparar económicamente bienes y/o servicios que satisfagan las necesidades objeto de contratación, y permitir establecer el contexto financiero, económico y competitivo entro de los procesos contractuales.

El análisis cubre las siguientes etapas:

- Aspectos generales del mercado.
- Comportamiento del gasto histórico - Estudio de la demanda
- Estudio de la oferta
- Estudio del mercado
- Conclusiones del estudio de sector

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1.1 PRODUCTOS INCLUIDOS DENTRO DEL SECTOR

CÓDIGO UNSPSC:

La clasificación de los Bienes y Servicios, objeto del proceso de contratación, teniendo en cuenta lo estipulado en el Decreto 1082 de 2015 y la información publicada en el Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP).

El grupo sobre el cual se elabora el presente análisis corresponde a servicios. En la siguiente tabla se puede ver con más detalle la información del producto relacionado:

CÓDIGO UNSPSC	**PRODUCTO**
82101601	PUBLICIDAD EN RADIO

Fuente: Basado en el clasificador de bienes y servicios disponible en Colombia Compra Eficiente - https://www.colombiacompra.gov.co/clasificador-de-bienes-y-servicios

1.1.2. AGENTES QUE COMPONEN EL SECTOR

El sector radial está conformado por un conjunto de actores que participan en la producción, transmisión, comercialización y regulación del servicio de radiodifusión sonora.

1. Operadores o concesionarios del servicio de radiodifusión

Son las entidades o empresas autorizadas por el Estado para operar emisoras de radio y prestar el servicio al público.

Tipos de emisoras en Colombia

- Emisoras comerciales
- De carácter privado
- Financiadas mediante publicidad
- Alta cobertura y audiencia
- Emisoras públicas
- Operadas por entidades estatales
- Enfocadas en información institucional, cultural y educativa
- Emisoras comunitarias
- Sin ánimo de lucro
- Orientadas a comunidades específicas
- Alta penetración local y rural
- Emisoras universitarias
- Vinculadas a instituciones educativas
- Difusión cultural, académica y social

2. Cadenas radiales y grupos empresariales

Agrupan múltiples emisoras bajo una misma organización, con cobertura regional o nacional.

Ejemplos representativos en Colombia:

- Caracol Radio
- RCN Radio

- Blu Radio

Estas organizaciones concentran gran parte de la audiencia y del mercado publicitario.

3. Productores de contenido radial

Incluyen:

- Equipos periodísticos
- Productores de programas
- Locutores y presentadores
- Empresas productoras de cuñas radiales
- Son responsables de la generación del contenido que se transmite.

4. Comercializadores de pauta y publicidad

Intermedian entre anunciantes (incluidas entidades públicas) y emisoras.

Funciones:

- Venta de espacios publicitarios
- Diseño de campañas radiales
- Tarifación y negociación

5. Proveedores tecnológicos

Participan en la infraestructura del servicio:

- Empresas de transmisión
- Proveedores de equipos de radiofrecuencia
- Plataformas de streaming radial
- Servicios de medición de audiencia

6. Entidades regulatorias y de control
Supervisan el funcionamiento del sector.

En Colombia:

- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
- Otorga concesiones y regula el espectro radioeléctrico
- Comisión de Regulación de Comunicaciones
- Regula aspectos técnicos y de competencia

7. Audiencia o usuarios finales
La población oyente constituye un agente esencial, ya que determina:

- Niveles de audiencia
- Impacto de las campañas
- Viabilidad económica del medio

☑ Conclusión para el Estudio del Sector

El medio radial es un ecosistema compuesto por operadores autorizados, cadenas radiales, productores de contenido, comercializadores, proveedores tecnológicos y entidades regulatorias, lo cual permite a las entidades públicas identificar proveedores idóneos para la difusión de información institucional, especialmente en territorios con alta penetración de la radio como el departamento del Cauca.

Aplicando el Modelo de Abastecimiento Estratégico adoptado por la Agencia de Colombia Compra Eficiente, la Entidad obtiene una idea general del mercado y revisa el escenario del sector relacionado con el bien, obra o servicio relevantes en el Proceso de Contratación, lo cual permite hacer un Perfilamiento del Mercado a nivel general.

Económico:

El sector de publicación en medios digitales, web y redes sociales presenta condiciones económicas favorables, caracterizadas por amplia oferta, costos competitivos, flexibilidad en la contratación y alta efectividad en la difusión de información, lo cual permite a las entidades públicas optimizar recursos y maximizar el impacto de sus comunicaciones oficiales.

El sector de medios digitales y redes sociales se caracteriza por una dinámica económica en crecimiento, impulsada por la transformación digital, el aumento del acceso a internet y la migración de audiencias desde los medios tradicionales hacia plataformas digitales. Este comportamiento ha generado una mayor demanda de servicios de comunicación institucional en entornos digitales por parte de entidades públicas y privadas.

1. Crecimiento del mercado digital

A nivel global y nacional, la inversión en publicidad y difusión digital ha superado progresivamente a la destinada a medios impresos, debido a su mayor alcance, segmentación y medición de resultados. En Colombia, el incremento en el uso de internet móvil y redes sociales ha consolidado a los medios digitales como el principal canal de información para amplios sectores de la población.

2. Estructura de costos del servicio

Los costos asociados a la publicación en medios digitales dependen principalmente de:

- Alcance de la audiencia del medio o plataforma
- Tráfico del sitio web
- Número de seguidores en redes sociales
- Duración de la publicación
- Formato del contenido (texto, imagen, video, multimedia)
- Segmentación geográfica o demográfica
- Posicionamiento destacado dentro del portal

A diferencia del medio impreso, no existen costos asociados a insumos físicos como papel o tinta, lo que reduce significativamente el costo unitario del servicio.

3. Modalidades de fijación de precios

El sector utiliza diversos modelos de cobro, tales como:

- Precio por publicación
- Precio por campaña digital
- Costo por mil impresiones (CPM)
- Costo por clic (CPC)
- Paquetes mensuales de difusión
- Tarifas por pauta segmentada

Estos modelos permiten ajustar el servicio a las necesidades y presupuesto de la entidad.

4. Competencia y disponibilidad de proveedores

Existe una amplia oferta de proveedores, incluyendo:

- Medios digitales regionales
- Portales informativos locales
- Agencias de marketing digital
- Operadores de pauta en redes sociales

La competencia favorece condiciones económicas más eficientes y mayor variedad de opciones para la Entidad.

5. Factores que inciden en los precios

Entre los principales factores económicos que impactan el sector se encuentran:

- Nivel de posicionamiento del medio digital
- Reconocimiento y credibilidad
- Cobertura territorial
- Cambios en algoritmos de redes sociales
- Tendencias de consumo de información
- Inflación tecnológica y costos de infraestructura digital

6. Ventajas económicas frente a medios impresos

El servicio digital presenta:

- Menores costos de producción
- Mayor alcance por menor inversión
- Posibilidad de reutilización del contenido
- Medición precisa del impacto
- Flexibilidad presupuestal

Lo anterior lo convierte en una alternativa eficiente para la divulgación institucional.

7. Tendencias del sector

Se observa:

- Incremento sostenido del consumo de noticias digitales

- Mayor inversión pública en comunicación digital
- Integración de formatos multimedia
- Uso de analítica de datos para optimizar campañas

Técnica:

Los aspectos técnicos del sector comprenden las condiciones operativas, capacidades tecnológicas y requisitos funcionales que deben cumplir los proveedores para garantizar la adecuada prestación del servicio de difusión de información institucional en entornos digitales.

1. Infraestructura tecnológica.

El proveedor debe contar con:

- Sitios web activos, funcionales y con dominio propio
- Servidores y sistemas de alojamiento (hosting) confiables
- Certificados de seguridad digital (HTTPS)
- Capacidad de almacenamiento para contenido multimedia
- Plataformas de gestión de contenidos (CMS)

Esta infraestructura garantiza la disponibilidad permanente de la información publicada.

2. Capacidad de difusión y alcance

Se requiere que el medio digital tenga:

- Tráfico web comprobable
- Posicionamiento en motores de búsqueda
- Cobertura geográfica acorde con la necesidad del municipio
- Audiencia activa en redes sociales
- Indicadores de alcance y visibilidad

3. Gestión de contenidos

El servicio debe incluir:

- Recepción de información institucional
- Edición y adaptación del contenido
- Diagramación digital
- Publicación en formatos accesibles
- Inclusión de elementos multimedia cuando aplique

4. Integración con redes sociales

El proveedor debe contar con:

- Perfiles activos en redes sociales
- Capacidad de replicar la información publicada
- Herramientas de programación de contenidos

- Interacción con la audiencia

5. Analítica y medición

Es indispensable que el proveedor pueda suministrar:

- Reportes de visualizaciones
- Métricas de alcance e interacción
- Estadísticas de tráfico
- Evidencias digitales de publicación
- Estos elementos permiten verificar el cumplimiento del contrato.

6. Disponibilidad y oportunidad del servicio

El sector se caracteriza por:

- Publicación inmediata o programada
- Actualización permanente del contenido
- Disponibilidad 24 horas
- Acceso desde múltiples dispositivos

7. Requisitos de calidad

Los proveedores deben garantizar:

- Claridad y veracidad de la información publicada
- Correcta visualización en dispositivos móviles
- Accesibilidad digital
- Permanencia del contenido durante el tiempo requerido

Conclusión

Los aspectos técnicos del sector evidencian que la prestación del servicio depende principalmente de la capacidad tecnológica, el alcance digital y la experiencia del proveedor en la gestión de contenidos institucionales, factores que resultan determinantes para asegurar la efectiva difusión de la información del municipio a la ciudadanía.

Regulatorios:

La prestación del servicio de difusión de información institucional en entornos digitales se encuentra sujeta a un conjunto de normas constitucionales, legales y reglamentarias que regulan la publicidad oficial, el acceso a la información pública, la protección de datos personales y el uso de tecnologías de la información por parte de las entidades públicas.

1. Transparencia y acceso a la información pública

Las entidades territoriales deben garantizar la publicidad de sus actuaciones y facilitar el acceso de la ciudadanía a la información oficial, lo cual sustenta la necesidad de divulgar contenidos institucionales a través de medios digitales de amplia difusión.

2. Protección de datos personales

Cuando las publicaciones incluyan información de ciudadanos, servidores públicos o terceros, debe garantizarse el cumplimiento del régimen de protección de datos personales, asegurando el tratamiento adecuado de la información y el respeto por la privacidad.

3. Gobierno digital y uso de TIC

Las entidades públicas deben promover el uso de tecnologías de la información para mejorar la comunicación con la ciudadanía, la participación ciudadana y la transparencia administrativa, lo cual incluye el uso de medios digitales y redes sociales como canales oficiales de información.

4. Derechos de autor y propiedad intelectual

Los contenidos publicados deben respetar las normas sobre propiedad intelectual, incluyendo:

Uso autorizado de imágenes, videos y material gráfico
Reconocimiento de fuentes cuando corresponda
Licencias de uso de contenidos

5. Publicidad oficial y neutralidad

La información difundida debe tener carácter institucional, evitando la promoción personal de servidores públicos y garantizando el uso adecuado de los recursos públicos destinados a comunicación.

Otros Aspectos Relevantes del Sector

1. Aspectos sociales

- El uso de medios digitales permite:
- Mayor inclusión informativa
- Participación ciudadana
- Comunicación directa con la comunidad
- Acceso a información en tiempo real

2. Aspectos de seguridad de la información

Es necesario que los proveedores garanticen:

- Protección contra alteraciones del contenido
- Seguridad de los sistemas
- Prevención de ataques informáticos
- Integridad de la información publicada

3. Aspectos ambientales

El servicio digital reduce el uso de papel e insumos físicos, contribuyendo a prácticas sostenibles y a la disminución del impacto ambiental asociado a medios tradicionales.

4. Riesgos del sector

Entre los riesgos identificados se encuentran:

- Dependencia de plataformas tecnológicas
- Cambios en algoritmos de redes sociales
- Desinformación o uso indebido de la información
- Saturación informativa

Conclusión

El sector de publicación en medios digitales, web y redes sociales cuenta con un marco regulatorio orientado a garantizar la transparencia, la protección de derechos y el uso adecuado de los recursos públicos, así como con condiciones sociales, tecnológicas y ambientales que lo convierten en un mecanismo eficiente y moderno para la divulgación de información institucional.

2. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO - ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis del comportamiento del gasto histórico constituye una herramienta fundamental para la planeación contractual y presupuestal de la Entidad, en tanto permite identificar las tendencias de consumo, los niveles de inversión y la periodicidad con que se ha requerido el bien o servicio objeto del proceso de contratación. Este análisis facilita la estimación de la demanda futura, la determinación de la modalidad de selección más adecuada y la adopción de decisiones orientadas a garantizar la eficiencia en el uso de los recursos públicos.

En el caso específico del servicio de publicación de noticias institucionales en medio impreso, el estudio del gasto histórico permite evaluar la evolución de las necesidades de divulgación oficial de la Administración Municipal, en cumplimiento de los principios de publicidad, transparencia y acceso a la información pública consagrados en la Constitución Política y en la normativa vigente. Asimismo, posibilita identificar variaciones en el volumen de publicaciones requeridas, cambios en la periodicidad de difusión, ajustes en los costos asociados al servicio y factores externos que hayan influido en la demanda, tales como disposiciones normativas, coyunturas administrativas o modificaciones en las estrategias de comunicación institucional.

Este análisis también permite determinar si el comportamiento del gasto ha sido constante, creciente o decreciente, así como establecer patrones de contratación asociados a vigencias fiscales anteriores, lo cual resulta indispensable para proyectar adecuadamente el presupuesto requerido para la nueva contratación. De igual manera, contribuye a garantizar la sostenibilidad financiera del proceso, evitando sobrecostos, subestimaciones presupuestales o riesgos de desabastecimiento del servicio.

En consecuencia, el estudio del gasto histórico no solo evidencia la necesidad real y verificable del servicio, sino que también soporta técnicamente la conveniencia y oportunidad de la contratación, en armonía con los principios de planeación, economía y responsabilidad que rigen la función administrativa. Por lo anterior, el presente apartado analiza la información correspondiente a las vigencias anteriores, con el fin de establecer el comportamiento de la demanda institucional y sustentar la proyección del requerimiento actual de la Alcaldía Municipal.

A continuación, se presentan los enfoques del comportamiento del Gasto Histórico:

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

ENTIDAD	**ALCALDIA SANTANDER DE QUILICHAO**
NUMERO DE PROCESO	CMIC 058-2023
MODALIDAD	Selección Abreviada Mínima Cuantía

No. CONTRATO	523-2023
OBJETO:	SERVICIO DE PUBLICACIÓN DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y LAS ACCIONES DE LA SECRETARÍA DE MOVILIDAD ENCAMINADAS A DESARROLLAR UNA CULTURA DE SEGURIDAD VIAL, EN UN PERIODICO DE AMPLIA CIRCULACIÓN REGIONAL EN EL MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO, CAUCA
VALOR CONTRATO	$20.000.000,0
PLAZO DE EJECUCIÓN	136 días
PROPONENTE ADJUDICATARIO	JORGE ELIECER GIRALDO LARRAHONDO

ENTIDAD	**ALCALDIA SANTANDER DE QUILICHAO**
NUMERO DE PROCESO	CMIC-088-2021
MODALIDAD	Selección Abreviada Mínima Cuantía
No. CONTRATO	708-2021
OBJETO:	TRANFERIR A TITULO DE COMPRAVENTA MATERIAL PARA LA DIFUSION E INFORMACION EN EL MARCO DE LA GESTION ADMINISTRATIVA DEL MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO
VALOR CONTRATO	$12.299.784,00
PLAZO DE EJECUCIÓN	10 días
PROPONENTE ADJUDICATARIO	JOSE JULIAN BALANTA

ENTIDAD	**ALCALDIA SANTANDER DE QUILICHAO**
NUMERO DE PROCESO	CMIC-102-2020
MODALIDAD	Selección Abreviada Mínima Cuantía
No. CONTRATO	614-2020
OBJETO:	PRESTACION DE SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO A TRAVES DE UNA CAMPAÑA DE SEGURIDAD VIAL QUE INCLUYE DISEÑO, IMPRESION Y PUBLICACION DE UNA CAMPAÑA DE SEGURIDAD VIAL, EN DOS PAGINAS COMPLETAS EN UN MEDIO IMPRESO DE CORTE REGIONAL, CON DISTRIBUCION EN SANTANDER DE QUILICHAO Y EN MUNICIPIOS ALEDAÑOS.
VALOR CONTRATO	$3,000,000.00
PLAZO DE EJECUCIÓN	3 días
PROPONENTE ADJUDICATARIO	JORGE ELIECER GIRALDO LARRAHONDO

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

ENTIDAD	**ALCALDIA VILLA RICA**
NUMERO DE PROCESO	MVR-MC-008-2025
MODALIDAD	Selección Abreviada Mínima Cuantía
No. CONTRATO	191
OBJETO:	PRESTACION DE SERVICIOS PARA LA PUBLICIDAD Y DIVULGACION INSTITUCIONAL DE INTERÉS GENERAL MEDIANTE MEDIOS MOVILES "PERIFONEO" EN LA ZONA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE VILLA RICA, CAUCA
VALOR CONTRATO	$ 39,804,000.00
PLAZO DE EJECUCIÓN	282 Dias
PROPONENTE ADJUDICATARIO	ERIC ANDRES CHARA CUESTAS

ENTIDAD	**ALCALDIA PUERTO TEJADA**
NUMERO DE PROCESO	MC-007-2024
MODALIDAD	Selección Abreviada Mínima Cuantía
No. CONTRATO	CTO-120-2024
OBJETO:	PRESTACIÓN DE SERVICIO DE PUBLICIDAD A TRAVÉS DE PERIFONEO MÓVIL, EN LA ZONA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE PUERTO TEJADA CAUCA, PARA DIVULGAR INFORMACIÓN INSTITUCIONAL DE INTERÉS GENERAL
VALOR CONTRATO	$ 25,803,000
PLAZO DE EJECUCIÓN	8 meses
PROPONENTE ADJUDICATARIO	JHON JAIRO BERMUDEZ PAZ

3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El estudio de la oferta tiene como finalidad identificar los agentes del mercado que se encuentran en capacidad de prestar el servicio requerido, así como analizar las condiciones de disponibilidad, idoneidad y competencia existentes, con el fin de garantizar el principio de selección objetiva y la pluralidad de oferentes dentro del proceso contractual.

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

1. POSIBLES PRESTADORES DEL SERVICIO

En el mercado colombiano, el servicio de publicación de noticias institucionales en medio impreso puede ser prestado por los siguientes tipos de agentes:

1.1. Periódicos y medios impresos locales o regionales.
Son los principales proveedores, ya que cuentan con:

- Circulación en el territorio municipal o departamental.
- Experiencia en divulgación de información oficial.
- Infraestructura editorial y de distribución.
- Venta de espacios publicitarios institucionales.

Pueden ser:

- Periódicos diarios.
- Semanarios regionales.
- Prensa comunitaria formalmente constituida.

Justificación:
Garantizan cobertura directa a la población objetivo del municipio, lo cual es esencial para cumplir el principio de publicidad de los actos administrativos.

1.2. Casas editoriales y empresas de comunicación gráfica
Empresas dedicadas a:

- Edición de contenidos.
- Diagramación.
- Impresión.
- Distribución de publicaciones.

Justificación:
Cuentan con capacidad técnica y operativa para producir material institucional impreso, incluso cuando no operan como medio informativo propio.

1.3. Imprentas con servicios editoriales integrados
Algunas imprentas ofrecen servicios completos que incluyen:

Diseño editorial.
Impresión de boletines institucionales.
Distribución.

Justificación:
Permiten la producción directa de publicaciones institucionales cuando la entidad requiere un medio propio o ediciones especiales.

1.4. Agencias de publicidad con capacidad de pauta en medios impresos
Actúan como intermediarios entre la entidad y los medios impresos.

Justificación:
Pueden gestionar la publicación en diferentes medios, optimizando cobertura y negociación de tarifas.

2. CRITERIOS PARA JUSTIFICAR LA IDONEIDAD DE LOS OFERENTES
Para efectos del estudio previo, se debe verificar que los posibles proveedores cuenten con:

◈ Capacidad jurídica
Registro mercantil vigente.
Objeto social relacionado con edición, impresión o publicidad.

◈ Capacidad técnica
Infraestructura para impresión o publicación.
Personal calificado.
Experiencia en servicios similares.

◈ Capacidad operativa
Cobertura territorial efectiva.
Sistema de distribución comprobable.
Cumplimiento de tiempos de entrega.

◈ Experiencia específica
Contratos previos con entidades públicas o privadas.
Publicación de información institucional o normativa.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA EXISTENCIA DE OFERTA SUFICIENTE
La existencia de oferta se justifica cuando:

- ✓ Se identifican varios proveedores potenciales en el mercado.
- ✓ Existen antecedentes de contratación similar.
- ✓ El servicio no requiere tecnología exclusiva.
- ✓ No se presentan barreras de entrada significativas.

En municipios pequeños, la oferta puede ser limitada; sin embargo, se puede ampliar considerando proveedores regionales o departamentales con capacidad de circulación en el territorio.

El servicio puede ser prestado por diversos agentes del sector editorial y gráfico que cumplan con condiciones jurídicas, técnicas y operativas adecuadas. La identificación de estos actores permite demostrar la existencia de oferta en el mercado y sustentar la viabilidad del proceso de contratación bajo criterios de transparencia, eficiencia y selección objetiva.

Con base en los análisis realizados mediante herramientas del Modelo de Abastecimiento Estratégico (Colombia Compra Eficiente), y la información disponible en plataformas como el SECOP y la Superintendencia de Sociedades, se identifican los siguientes aspectos clave:

- Cobertura departamental: En el Cauca, existen proveedores legalmente constituidos que prestan servicios editoriales y gráficos, en su mayoría ubicados en municipios como Popayán, Santander de Quilichao y Puerto Tejada.
- Formalización: Se exige inscripción en Cámara de Comercio, RUP (si aplica) y cumplimiento de requisitos ambientales.
- Capacidad técnica: Proveedores cuentan con personal capacitado, experiencia comprobable en eventos institucionales y capacidad de respuesta ante montajes complejos.

Es evidente que la contratación de este servicio requiere de elementos, con los cuales La Entidad Pública no cuenta, para la prestación directa del servicio, por lo que, se hace necesario acudir a este tipo de procesos contractuales, para adquirir los servicios requeridos.

Basados en las recomendaciones de la Cámara de Comercio y en los documentos consultados en donde se observa el estado actual de las micro, pequeñas y medianas empresas – Mipymes, se procedió a verificar lo relacionado con los posibles proveedores que se ubiquen como pequeñas y medianas empresas en el departamento así.

Se adjunta cuadro, donde se relaciona la red de medios periodísticos independientes existente en el Municipio de Santander de Quilichao-Cauca.

Razón Social	Representante
Almeira Producciones.	Jesús Sarria.
Multivisión	Mauricio Orjuela
Magazín CNC	Ezequiel Henao
Canal Cnc.	Yeferson Ayo M.
¡Otra vez yo!	Darío F. Reyes
Sin Censura	Jhon Chalarca

4 ANÁLISIS DEL MERCADO

El análisis del mercado para el servicio de publicación de información institucional en medios impresos se realiza con el propósito de identificar las condiciones reales de oferta y demanda, los niveles de competencia, los rangos de precios y las características técnicas del servicio disponibles en el entorno, permitiendo a la Entidad estructurar un proceso de contratación acorde con los principios de planeación, economía, transparencia y selección objetiva.

Este análisis resulta indispensable debido a que la publicación en medios impresos constituye un mecanismo formal de publicidad de actos administrativos, avisos, convocatorias y demás comunicaciones oficiales, cuya difusión debe garantizar alcance, credibilidad y circulación efectiva dentro de la jurisdicción del municipio y, cuando corresponda, a nivel regional o nacional. En tal sentido, el mercado está compuesto por un número limitado de proveedores —principalmente periódicos y casas editoriales legalmente constituidos— que cumplen con las condiciones de circulación y reconocimiento exigidas para este tipo de publicaciones.

Asimismo, el estudio permite determinar la existencia de medios impresos con cobertura en el área de influencia de la Entidad, verificar su capacidad operativa, periodicidad, tiraje y experiencia en la publicación de información oficial, así como establecer los costos promedio del servicio, los cuales pueden variar según el tamaño del aviso, ubicación dentro del medio, número de publicaciones y alcance geográfico.

De igual manera, el análisis del mercado permite evaluar factores externos que inciden en la prestación del servicio, tales como la disminución progresiva de medios impresos, la migración hacia plataformas digitales, las condiciones económicas del sector editorial y los costos asociados a insumos como papel e impresión, lo cual impacta directamente en la disponibilidad y precios del servicio.

El estudio de mercado tiene como objetivo principal realizar el análisis de los diferentes precios de los bienes o servicios a contratar que se registran en el mercado.

Para la elaboración del estudio de mercado, la presente guía propone utilizar algunos de los siguientes mecanismos:

- ✓ sondeos de mercado.

El análisis de precios basado en la solicitud y evaluación de cotizaciones a proveedores del mercado constituye el mecanismo idóneo para establecer el presupuesto oficial del proceso de contratación del servicio de publicación en medios impresos, en la medida en que permite conocer de manera directa, actualizada y objetiva las condiciones económicas reales del sector.

Este método resulta especialmente pertinente debido a que los costos asociados a la publicación en medios impresos no se encuentran estandarizados ni regulados mediante tarifas oficiales, y varían según factores tales como el tamaño del aviso, ubicación dentro del medio, número de publicaciones, periodicidad, tiraje, cobertura geográfica y reconocimiento del periódico o revista. En consecuencia, la obtención de cotizaciones permite capturar dichas variables específicas del servicio requerido por la Entidad, evitando estimaciones genéricas o desactualizadas.

Asimismo, la consulta directa al mercado permite identificar diferencias de precios entre proveedores, evaluar la razonabilidad de las ofertas y establecer un rango de valores que refleje la dinámica competitiva del sector, garantizando que el presupuesto oficial sea suficiente para atender la necesidad institucional sin generar sobrecostos ni afectar el principio de economía del gasto público.

De igual manera, este mecanismo contribuye a:

- ✓ Verificar la existencia real de proveedores en capacidad de prestar el servicio.
- ✓ Determinar el precio promedio del mercado.
- ✓ Establecer condiciones comerciales habituales (plazos, descuentos, forma de pago).
- ✓ Reducir riesgos de declaratoria desierta por insuficiencia presupuestal.

El análisis de cotizaciones se ajusta a los principios de planeación, transparencia y responsabilidad en la contratación estatal, al sustentarse en información verificable proveniente de agentes económicos del sector, lo cual permite estructurar un proceso acorde con la realidad del mercado y con la disponibilidad presupuestal de la Entidad.

En consecuencia, la utilización de cotizaciones como fuente para el análisis de precios garantiza que el presupuesto oficial estimado corresponda a valores actuales, razonables y proporcionales al servicio requerido, asegurando la adecuada ejecución del contrato y la eficiente administración de los recursos públicos.

Las cotizaciones recibidas se consolidan en la siguiente tabla de análisis de precios. A partir de ello se definen los respectivos precios promedio de mercado, los cuales son empleados de referencia en el presente proceso de selección.

Empresas que atendieron la solicitud de Cotización

NIT	Razón Social	Respuesta a Solicitud
16821401	HENRY MONTOYA FRANCO	Cotización Física
805019421-1	RED SONORA RADIO	Cotización física

		COTIZACION 1			COTIZACION 2		
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	VALOR UNITARIO	TOTAL	PROMEDIO
1	Producción, emisión y difusión de un micro noticiero radial que informe sobre las acciones, proyectos y avances de la administración municipal, con una duración de 15 minutos lunes, miércoles y viernes en el horario de las 11:00 a 11:15 am.	47	$ 110.000	$ 5.170.000	$ 69.149	$ 3.250.003	$ 4.210.002
2	Difusión de cuñas y spots informativos sobre convocatorias programas y proyectos de la administración municipal, destacando fechas clave, requisitos y beneficios para la comunidad.	40	$ 65.000	$ 2.600.000	$ 81.250	$ 3.250.000	$ 2.925.000
3	Cubrimiento mensual de eventos y actividades oficiales organizadas por la administración municipal incluyendo inauguraciones, ferias, encuentros comunitarios y sesiones informáticas.	25	$ 85000	$ 2.125.000	$ 130000	$ 3.250.000	$ 2.687.500
4	Producción de audios específicos para perifoneo, destinadas a comunicar las iniciativas y eventos importantes de la administración municipal en zonas de interés, asegurando claridad, concisión y repetición.	17	$ 65.000	$ 1.105.000	$ 191.177	$ 3.250.009	$ 2.177.505
	TOTAL		$325.000	$ 11.000.000	$ 471.576	$ 13.000.012	$ 12.000.006

Consideraciones:

Los precios de referencia allegados por medio de cotizaciones incluyen las siguientes variables:

Impuestos Municipales: De acuerdo al estatuto tributario del municipio de Santander de Quilichao, los potenciales proponentes deben considerar en sus precios de mercado los ajustes o descuentos a realizarse, con ocasión de los siguientes conceptos y porcentajes.

Tipo	Porcentaje %
Pro Hospital	1%
Estampilla Adulto Mayor	2%
Contribución al Deporte	2.5%
Estampilla Pro cultura	1.5%
Industria y comercio	1.5%

El Departamento Administrativo y Financiero del Municipio sólo pagará los precios del contrato y por tanto no reconocerá suma alguna por concepto de impuestos no incluidos en el valor total ofrecido en la propuesta, así mismo no se aceptarán salvedades de naturaleza alguna. El valor total derivado de la contratación incluye el respecto (IVA) en los casos que aplique.

5. RIESGOS

El riesgo contractual en general son aquellas circunstancias que pueden presentarse durante el desarrollo o ejecución del contrato y que pueden alterar el equilibrio financiero del mismo o su ejecución, sin embargo, se puede considerar por parte de la entidad no exigir ninguna clase de garantía, conforme al análisis de riesgos que realice

Tipo	Factor	Impacto	Responsable
Económico	INCREMENTO DE LOS PRECIOS: En cuyo caso el contratista seleccionado no podrá superar el precio ofrecido en la propuesta una vez iniciado el proceso de selección.	Medio - Bajo	Contratista
Daño o deterioro	En el proceso de transporte e instalación de bienes será responsabilidad total del contratista responder por estos y deberá remplazarlos inmediatamente sin costas a la Institución.	Medio - Bajo	Contratista
Incumplimientos de las obligaciones del contrato	Será responsabilidad total del contratista cumplir con las obligaciones a cargo suscritas por él en el contrato, con excepción de situaciones de fuerza mayor y/o caso fortuito.	Alto	Contratista
Calidad del bien y/o servicio	El contratista es total y absolutamente responsable de la calidad del bien y/o servicio ofertado.	Medio – Alto	Contratista
Técnicos	En caso que en el curso del contrato cambien las especificaciones técnicas del objeto a contratar, que afecte de manera grave la ejecución del mismo, se deberá concertar entre las partes los valores que impliquen estos cambios.	Medio – Bajo	Entidad – Contratista
Legales	Cambios regulatorios, administrativos y legales que afectan significativamente los flujos del proyecto	Medio – Bajo	Entidad – Contratista
Tributarios	Cambios en la carga impositiva para este tipo de contratación. Se deberá concertar entre las partes las modificaciones que impliquen estos cambios.	Medio – Alto	Entidad – Contratista
Ambientales	Que afecte el medio ambiente. Se deben prever los que son a cargo del contratista	Medio – Bajo	Entidad – Contratista

En caso que la entidad en su análisis de riesgos, considere que El CONTRATISTA debe presentar a favor de la ENTIDAD, una Garantía Única que avalará el cumplimiento de todas las obligaciones surgidas del contrato y la ejecución idónea y oportuna del objeto contratado, consistente en Póliza de Seguros; Patrimonio Autónomo y/o Garantía Bancaria; la cual se mantendrá vigente durante la vida del contrato y la prolongación de sus efectos y se ajustara a los límites, existencias y extensión del riesgo amparado, se hará constar en los Estudios Previos.

Firmado en el Municipio de Santander de Quilichao Cauca a la fecha: 20 de febrero de 2026.

VIKY JARIMA FRANCO SOLARTE
Directora de DADI con funciones de Secretaria Privada

Redactor/transcriptor: Miguel Hurtado-Contratista
Aprobó - Reviso aspectos jurídicos: Lili Larrahondo
Aprobó - Reviso aspectos técnicos: Viky Jarima Franco Solarte

Serie y/o sub serie documental: Expediente Contractual.