ANEXO No.1
ANÁLISIS DEL SECTOR

PROCESO DE SELECCIÓN ABREVIADA MENOR CUANTÍA

"PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA EMISIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL MARCO DE LA GESTIÓN DE RECAUDO Y DEL ACCIONAR INSTITUCIONAL, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON COBERTURA EN EL MUNICIPIO DE FLORENCIA."

Florencia, Marzo de 2026

1. INTRODUCCIÓN

La guía para la elaboración de estudios de sector de Colombia Compra Eficiente establece que "la función de compras debe estar orientada a satisfacer las necesidades de la Entidad Estatal y a obtener el mayor valor por el dinero público. En consecuencia, la Entidad Estatal debe entender claramente y conocer: (a) cuál es su necesidad y cómo puede satisfacerla; (b) cómo y quiénes pueden proveer los bienes, obras y servicios que necesita; y (c) el contexto en el cual los posibles proveedores desarrollan su actividad.

El Decreto 1082 de 2015 en su artículo 2.2.1.1.1.6.1, el cual compila el artículo 15 del Decreto 1510 de 2013, establece 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. El resultado del análisis debe plasmarse en los estudios y documentos previos del Proceso de Contratación. La importancia de realizar este análisis ha sido recalcada en las recomendaciones que la Organización de Cooperación y de Desarrollo Económicos (OCDE) le ha formulado al Gobierno Nacional, las cuales constituyen buenas prácticas en materia de promoción de la competencia en la contratación pública".

A continuación, se presenta el estudio de sector.

2. CONDICIONES GENERAES DEL PROCESO

2.1 OBJETO:

PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA EMISIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL MARCO DE LA GESTIÓN DE RECAUDO Y DEL ACCIONAR INSTITUCIONAL, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON COBERTURA EN EL MUNICIPIO DE FLORENCIA.

2.2 ALCANCE DEL OBJETO A CONTRATAR:

El objeto del presente proceso de contratación, busca que el municipio cuente con mecanismos de divulgación de información, que permitan transmitir a la comunidad Florenciana, acerca de los plazos, descuentos y beneficios tributarios que se encuentran establecidos en el Estatuto Tributario Municipal, con el objetivo de impulsar a los contribuyentes a realizar de manera oportuna el pago de sus impuestos en la presente vigencia fiscal, así como generar conocimiento y acercamiento por parte de la comunidad, del accionar de la alcaldía municipal, en diversos sectores como el de vivienda, cultura, deporte, obras, etc, que permitan visibilizar la gestión realizada por el municipio.

2.3. PRESUPUESTO OFICIAL ESTIMADO

ÍTEM	DESCRIPCIÓN TÉCNICA	ENFOQUE CAMPAÑA	CANTIDAD APROX-MES	CANTIDAD TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1.	PLAN RADIO					
1.1.	Producción, edición y emisión de cuñas radiales de 30 segundos de duración cada una, para difusión de información en	Realizar la difusión a los contribuyentes de impuestos municipales sobre los plazos, descuentos y beneficios tributarios, que se tienen establecidos en el	600	4.800	$35.000	$168.000.000

	un espacio radial de alta cobertura local, en la programación de mayor alcance, a través de emisoras con sintonía FM o AM de 5K/W y hasta 15K/W en Florencia Caquetá	estatuto tributario del municipio de Florencia para la vigencia fiscal, además de otros productos relacionados con el accionar Institucional de la Alcaldía de Florencia.				
2.	**MEDIOS TELEVISIVOS**					
2.1.	Emisión de comerciales de 30 segundos de duración cada uno, en un espacio televisivo en la programación con mayor audiencia, a través de medios de televisión que tengan cobertura en la ciudad de Florencia Caquetá	Realizar la emisión de comerciales en un espacio televisivo en la programación con mayor audiencia, con cobertura en la ciudad de Florencia Caquetá, sobre los impuestos municipales, plazos, descuentos y beneficios tributarios, además de otros productos relacionados con el Accionar Institucional de la Alcaldía de Florencia.	300	2.400	$20.350	$48.840.000
3.	**MEDIOS NATIVOS DIGITALES**					
3.1.	Publicación de Piezas Gráficas (imagen o video) en página web y/o redes sociales, de medios nativos digitales que cuenten con cobertura y seguidores de la ciudad de Florencia Caquetá	Publicar piezas gráficas en la página web y/o redes sociales que cuenten con cobertura en la ciudad de Florencia Caquetá, sobre los impuestos municipales, plazos, descuentos y beneficios tributarios, además de otros productos relacionados con el Accionar Institucional de la Alcaldía de Florencia.	618	4.944	$33.800	$167.107.200
3.2.	Cubrimiento periodístico de notas de interés para la comunidad, promovidos por la administración municipal, a través de medios	Fortalecer la visibilidad y apropiación ciudadana de las acciones, programas y proyectos desarrollados por la administración municipal, mediante la difusión oportuna y veraz de contenidos informativos a través de	200	1.600	$70.000	$112.000.000

	digitales regionales.	medios digitales con alcance regional.				
4.	MEDIOS DE PRENSA ESCRITA					
4.1.	Producción y publicación de cubrimiento noticioso de artículos de prensa escrita, ilustradas con una o varias fotografías entre ¼ y ½ página, a color o blanco y negro.	Producir y publicar cubrimiento noticioso de artículos de prensa escrita ilustradas con fotografías, sobre los impuestos municipales, plazos, descuentos y beneficios tributarios, además de otros productos relacionados con el Accionar Institucional de la Alcaldía de Florencia.	1	8	$500.000	$4.000.000
					VALOR TOTAL	$499.947.200

2.3.1. JUSTIFICACIÓN DEL VALOR:

Para la determinación del valor estimado del presente proceso de contratación, se realizó un análisis de las condiciones del mercado mediante la solicitud de cotizaciones escritas a tres (3) empresas locales que pertenecen al sector económico requerido, estudio que arrojó que el valor estimado del contrato de prestación de servicios que se derive del presente proceso de selección es por la suma de CUATROCIENTOS NOVENTA Y NUEVE MILLONES NOVECIENTOS CUARENTA Y SIETE MIL DOSCIENTOS PESOS (499.947.200) M/CTE, el cual se encuentra discriminado de la siguiente manera:

ÍTEM	DESCRIPCIÓN TÉCNICA	ENFOQUE CAMPAÑA	CANTIDAD MES	CANTIDAD TOTAL	COTIZACIÓN 1 LENTE REGIONAL S.A.S.		COTIZACIÓN 2 INTEGRACIÓN RADIAL INDEPENDIENTE LTDA		COTIZACIÓN 3 INVERSIONES INRAI LTDA		PROMEDIO UNITARIO	PROMEDIO TOTAL
					VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL		
1. PLAN RADIO												

1.1	Producción, edición y emisión de cuñas radiales de 30 segundos de duración cada una, para difusión de información en un espacio radial de alta cobertura local, en la programación de mayor alcance, a través de emisoras con sintonia FM o AM de 5K/W y hasta 15K/W en Florencia Caquetá	Realizar la difusión a los contribuyentes de impuestos municipales sobre los plazos, descuentos y beneficios tributarios, que se tienen establecidos en el estatuto tributario del municipio de Florencia para la vigencia fiscal, además de otros productos relacionados con el accionar Institucional de la Alcaldía de Florencia.	600	4.800	$ 33.500	$ 160.800.000	$ 35.800	$ 171.840.000	$ 35.700	$ 171.360.000	$ 35.000	$ 168.000.000
2. MEDIOS TELEVISIVOS												

2.1	Emisión de comerciales de 30 segundos de duración cada uno, en un espacio televisivo en la programación con mayor audiencia, a través de medios de televisión que tengan cobertura en la ciudad de Florencia Caquetá	Realizar la emisión de comerciales en un espacio televisivo en la programación con mayor audiencia, con cobertura en la ciudad de Florencia Caquetá, sobre los impuestos municipales, plazos, descuentos y beneficios tributarios, además de otros productos relacionados con el Accionar Institucional de la Alcaldía de Florencia.	300	2.400	$ 20.100	$ 48.240.000	$ 21.000	$ 50.400.000	$ 19.950	$ 47.880.000	$ 20.350	$ 48.840.000
3.MEDIOS NATIVOS DIGITALES												

3.1	Publicación de Piezas Gráficas (imagen o video) en página web y/o redes sociales, de medios nativos digitales que cuenten con cobertura y seguidores de la ciudad de Florencia Caquetá	Publicar piezas gráficas en la página web y/o redes sociales que cuenten con cobertura en la ciudad de Florencia Caquetá, sobre los impuestos municipales, plazos, descuentos y beneficios tributarios, además de otros productos relacionados con el Accionar Institucional de la Alcaldia de Florencia.	618	4.944	$ 33.000	$ 163.152.000	$ 34.000	$ 168.096.000	$ 34.400	$ 170.073.600	$ 33.800	$ 167.107.200
3.2	Cubrimiento periodístico de notas de interés para la comunidad, promovidos por la administración municipal, a través de medios digitales regionales.	Fortalecer la visibilidad y apropiación ciudadana de las acciones, programas y proyectos desarrollados por la administración municipal, mediante la difusión oportuna y veraz de contenidos informativos a través de medios digitales con alcance regional.	200	1.600	$ 68.000	$ 108.800.000	$ 70.500	$ 112.800.000	$ 71.500	$ 114.400.000	$ 70.000	$ 112.000.000
4.MEDIOS DE PRENSA ESCRITA												

4.1	Producción y publicación de cubrimiento noticioso de artículos de prensa escrita, ilustradas con una o varias fotografías entre ¼ y ½ página, a color o blanco y negro.	Producir y publicar cubrimiento noticioso de artículos de prensa escrita ilustradas con fotografías, sobre los impuestos municipales, plazos, descuentos y beneficios tributarios, además de otros productos relacionados con el Accionar Institucional de la Alcaldía de Florencia.	1	8	$ 495.000	$ 3.960.000	$ 503.000	$ 4.024.000	$ 502.000	$ 4.016.000	$ 500.000	$ 4.000.000
VALOR TOTAL												$ 499.947.200

2.4. PLAZO DE EJECUCION:

El plazo de ejecución del objeto del contrato será de OCHO (08) MESES, contados a partir de la suscripción del acta de inicio, en todo caso sin exceder el 31 de diciembre de 2026.

2.5. LUGAR DE EJECUCIÓN Y/O ENTREGA:

Las actividades derivadas de la de la ejecución del presente contrato, se desarrollarán en el Municipio de Florencia, Caquetá.

6.6. CLASIFICACIÓN UNSPSC

CLASIFICACIÓN UNSPSC				NOMBRE DEL PRODUCTO
Segmento	Familia	Clase	Producto	
82	10	16	03	Publicidad en internet
82	10	16	01	Publicidad en radio
82	10	16	00	Publicidad difundida
82	10	18	00	Servicios de agencia de publicidad
82	10	19	00	Colocación y cumplimiento de medios
83	12	17	00	Servicios de comunicación masiva

3. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1. ASPECTOS GENERALES

- **DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD**

El Municipio de Florencia Caquetá como **Entidad territorial** con persona jurídica, de derecho público, que compone la división político-administrativa del Estado, que goza de autonomía en la gestión de sus intereses tiene como una de sus principales funciones garantizar la aplicación de lo estipulado en la Constitución Política de Colombia, en su artículo 2º que establece: *"son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo (...) Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia, en su vida, honra, bienes, creencias, y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares."*

En concordancia con lo anterior, el artículo 209 de la Constitución Política de Colombia define 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, la delegación y la desconcentración de funciones, agregándose que las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones

para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado. El Municipio de Florencia en cabeza del señor Alcalde como principal responsable del funcionamiento de las dependencias de la Administración Municipal debe proveer a las mismas de personal idóneo para el desarrollo de sus funciones, con esto dinamizar, mejorar y hacer efectivo la prestación de los servicios a la comunidad.

Las rentas del municipio de Florencia dependen en gran medida de los recursos que se puedan percibir por concepto de recaudo de los tributos, donde ocupan los primeros renglones el recaudo de impuesto predial y el de industria y comercio.

El municipio de Florencia ha experimentado un crecimiento constante en los ingresos tributarios en los últimos años, con cifras de recaudación que ascendieron a $50.339 millones en 2021, $58.078 millones en 2022, $76.602 millones en 2023, $80.968 millones en 2024 y $80.387 millones en 2025 En cuanto a la composición de estos ingresos, el Impuesto Predial Unificado se ha mantenido como el tributo más relevante, con una participación que ha oscilado entre el 29.2% y el 38% durante este periodo. Le sigue el Impuesto de Industria y Comercio, que representó un 25.9% en 2020, aumentando a un 30.5% en 2022, manteniéndose en torno al 26.6% en 2024 y llegando a un 33% en 2025 Además, la Sobretasa a la Gasolina ha mostrado una contribución significativa, con una participación del 12.3% en 2020 y que se ha mantenido estable entre el 11.2% y el 15.9% a lo largo de los años. Estos tributos conforman las principales fuentes de ingresos para el municipio, reflejando la evolución de su estructura fiscal en el tiempo. (MFMP, 2025)

El municipio de Florencia cuenta con una base de datos que abarca diversos impuestos y tasas, destacándose el Impuesto Predial Unificado, con 64.116 contribuyentes, y el de Industria y Comercio (ICA), con 13.100. Adicionalmente, se registran 78.000 contribuyentes de Alumbrado Público, 724 usuarios de plazas de mercado y 320 usuarios de circulación y tránsito. De todos ellos, el Impuesto Predial y el ICA son los más relevantes, representando conjuntamente el 49,7% del total de contribuyentes registrados en el municipio. Estos dos impuestos también lideran en términos de recaudo, consolidándose como pilares fundamentales para la sostenibilidad financiera de Florencia.

No obstante, se ha identificado una problemática significativa en el cumplimiento de obligaciones tributarias. En el caso del Impuesto Predial Unificado, 29.202 contribuyentes no han cumplido con sus deberes sustanciales y formales, generando una cartera morosa de $78.568.479.648. De manera similar, en el caso de los contribuyentes de ICA, 4.750 no han realizado el pago de sus impuestos, lo que equivale a $12.907.090.446 en deuda acumulada.

De acuerdo con el Índice de Desempeño Fiscal para la vigencia 2023, la entidad territorial obtuvo una puntuación de 54,49, lo que indica un riesgo medio en cuanto a los resultados fiscales. Este desempeño se ve influenciado principalmente por la alta dependencia de las transferencias (27,97), el bajo desempeño en la Relevancia de la Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF) con 7.8, y un nivel elevado de endeudamiento contable con 62,49. A pesar de estos retos, el municipio presentó una situación favorable en términos de ahorro corriente (50,00) y balance primario (80,00), lo que refleja una gestión fiscal equilibrada. Además, en el componente de Gestión Financiera Territorial, el municipio destacó con una puntuación (100) alta en capacidad de programación y recaudación de ingresos, lo que demuestra su cumplimiento con los límites establecidos por la Ley 617 de 2000 y refuerza su capacidad para gestionar los recursos de manera eficiente.

De conformidad con lo expuesto, en el año 2025, el municipio implementó estrategias para fomentar el incremento del recaudo tributario mediante el Acuerdo Municipal No. 2025002 del 28 de febrero de 2025, Resolución 000996 de 2024,. Estas normativas establecieron condiciones especiales de pago sobre sanciones tributarias, ofreciendo descuentos progresivos de hasta 100%, 50%, y 30% en predial, industria y comercio, tasa de galerías y circulación

y tránsito, en intereses o sanciones aplicadas vigencias 2023 hacia atrás, 20% y 10% en predial por pronto pago y %7,5 (industria y comercio por pronto pago). Estas medidas estuvieron vigentes hasta el 30 de diciembre de 2025, con el propósito de incentivar a los contribuyentes a regularizar su situación fiscal, mejorar la liquidez municipal y fortalecer la gestión financiera.

El incremento en los ingresos tributarios refleja una actitud más activa por parte de algunos contribuyentes hacia el cumplimiento de sus obligaciones. Sin embargo, un número significativo continúa incurriendo en evasión y elusión fiscal, lo que requiere que la administración municipal implemente herramientas efectivas de gestión tributaria. Estas herramientas deben crear en los contribuyentes una percepción real del riesgo por incumplimiento, como un elemento diferenciador y determinante para el cumplimiento oportuno de sus obligaciones.

La situación actual evidencia la necesidad de mejorar el control sobre la evasión y elusión fiscal. Este problema se agrava por la limitada capacidad técnico-operativa, la falta de instrumentos integrales de control, y la dispersión e inexactitud de la información disponible. Estas deficiencias dificultan una gestión fiscal y tributaria eficiente, impidiendo que se refleje la verdadera situación de los contribuyentes y limitando la capacidad del municipio para recaudar los ingresos necesarios para su sostenibilidad financiera y su desarrollo integral.

Estas situaciones deben mejorarse ya que impactan de manera directa y negativa en las finanzas de la entidad territorial, en este sentido, se debe mitigar la suspensión en el flujo de ingresos tributarios, puesto que se requiere obtener el recaudo oportuno para el sostenimiento del gasto público, toda vez que para la vigencia 2026 se tiene proyectado recaudar aproximadamente $92.799.761.340 millones, por los siguientes conceptos: Impuesto predial unificado ($36.070) millones, Impuesto de industria y comercio ($34.577) Impuesto sobre vehículos automotores ($451.753), Sobretasa a la gasolina ($11.102), Impuesto de alumbrado público (17.988), Estampillas ($2.739) y Resto ingresos tributarios (6.326). Por lo tanto, es necesario ejecutar acciones encaminadas a fortalecer el recaudo de tributos en el municipio de Florencia, cuyos resultados se verán reflejados en la implementación de la líneas estratégicas y programas del Plan de Desarrollo Territorial -PDT, así mismo, para la inversión, en la infraestructura económica social, productiva y satisfacción de las necesidades de la población en condición de vulnerabilidad.

Adicional a lo anterior, la Alcaldía del Municipio de Florencia presenta una insuficiente disponibilidad, claridad y oportunidad en la entrega y publicación de la información pública oficial relacionada con programas, proyectos sociales, oferta institucional y resultados de la gestión administrativa. Esta situación genera obstáculos significativos para el ejercicio del derecho fundamental de acceso a la información, contemplado en la Ley 1712 de 2014, y afecta directamente la transparencia, la participación ciudadana y el control social.

La dificultad para acceder a datos oficiales actualizados limita la capacidad de la ciudadanía, las veedurías, los organismos de control y los actores comunitarios para conocer con precisión el estado real de los proyectos, la asignación de recursos y el avance de las metas del Plan de Desarrollo Municipal. Adicionalmente, esta problemática afecta la generación de confianza entre la administración y la comunidad y debilita la toma de decisiones informadas a nivel institucional y comunitario.

El municipio de Florencia, aunque cuenta con una arquitectura básica para la comunicación pública, incluyendo sección de noticias, enlaces a redes sociales, micrositios temáticos, sede electrónica, trámites y mecanismos de contacto, la estrategia de difusión se muestra fragmentada, poco sistemática y débilmente articulada, lo que afecta directamente la transparencia, el acceso ciudadano a la información y la participación informa

En primer lugar, se observa que la página web cumple con los elementos normativos mínimos exigidos para

entidades territoriales, tales como información de contacto institucional, enlace a la Ley de Transparencia, acceso a trámites y datos de la sede electrónica. Sin embargo, la actualización de contenidos no es homogénea; las noticias se publican sin una periodicidad estable y la información sobre avances de programas y proyectos no presenta una línea editorial clara ni una articulación visible con las dependencias responsables. Esto evidencia la causa directa ya identificada: los canales y las estrategias institucionales de comunicación son limitadas y no está estructurada como un plan de medios con cronograma, responsables, públicos objetivo y mensajes unificados. La comunicación aparece más reactiva que planificada, centrada en eventos puntuales, lo cual limita su poder informativo y educativo frente a la ciudadanía.

En segundo lugar, aunque el portal incluye botones que redirigen a redes sociales oficiales, los canales digitales están subutilizados como instrumentos de transparencia activa. La información publicada en redes tiende a enfocarse en actividades protocolares, saludos institucionales, piezas conmemorativas y algunos eventos comunitarios, pero no existe un flujo constante de publicaciones sobre proyectos de infraestructura, ejecución presupuesta!, avances sociales, metas cumplidas o hitos de gobierno. Tampoco se evidencian boletines periódicos, informes visuales o contenidos pedagógicos que acerquen al ciudadano a temas complejos como el POAI, la inversión en obras públicas o los procesos de contratación; pues no se observa un ecosistema multicanal consolidado ni una estrategia para llegar a zonas rurales o población con baja conectividad.

Un tercer elemento identificado es la limitada disponibilidad de información en formatos accesibles y comprensibles. Aunque la página contiene secciones reglamentarias (transparencia, normatividad, planeación), la información está presentada en lenguaje técnico y en formatos que no siempre facilitan la comprensión para la ciudadanía general. No se evidencian infografías, videos, boletines ciudadanos, transmisiones periódicas o campanas que traduzcan los asuntos de gobierno en información clara. Ello confirma la ausencia de protocolos sólidos de lenguaje claro y divulgación pedagógica" y se relaciona con limitada cultura institucional de comunicación pública como función estratégica de gobierno.

Adicionalmente, es evidente que no existe una estrategia clara para cubrir las zonas rurales, que representan una fracción significativa del territorio de Florencia y que suelen enfrentar barreras de acceso digital. La página web y los canales digitales no muestran campañas específicas para veredas, corregimientos o sectores dispersos; no se observan contenidos diseñados para emisoras comunitarias, cuñas radiales, perifoneo, encuentros territoriales o boletines impresos. Esto impide que la comunicación llegue a quienes más lo necesitan y profundiza las brechas de información entre urbano y rural.

Finalmente, la participación ciudadana mediante canales digitales se percibe limitada, pues la página no evidencia mecanismos interactivos, foros, espacios de consulta, módulos de preguntas frecuentes ampliados, buzones virtuales de seguimiento a peticiones o encuestas de percepción sobre programas y proyectos. Esto se conecta con una de las consecuencias más relevantes como la baja participación informada y la poca apropiación de la gestión pública, fenómenos que nacen de la falta de información útil, comprensible y difundida con propósito pedagógico.

En ese orden de ideas, se hace necesario contar con mecanismos de divulgación de información, que permitan transmitir a la comunidad Florenciana, acerca de los plazos, descuentos y beneficios tributarios que se encuentran establecidos en el Estatuto Tributario Municipal, con el objetivo de impulsar a los contribuyentes a realizar de manera oportuna el pago de sus impuestos en la presente vigencia fiscal, así como generar conocimiento y acercamiento por parte de la comunidad, del accionar de la alcaldía municipal, en diversos sectores como el de vivienda, cultura, deporte, obras, etc, que permitan visibilizar la gestión realizada por el municipio.

Así las cosas, el Municipio de Florencia formuló el proyecto de inversión denominado "FORTALECIMIENTO DE CANALES INSTITUCIONALES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE PROGRAMAS, PROYECTOS Y DE GESTIÓN PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE FLORENCIA", identificado con el código BPIN No. 202500000042623, por un valor total de $1.000.000.000.00, mediante el cual se pretende contar con un mecanismo que permita solventar la necesidad descrita.

Teniendo en cuenta lo anterior, como una forma de solventar la necesidad que se describe, se debe adelantar un proceso de selección, que permita que el Municipio cuente con los servicios de emisión y difusión de las actividades realizadas en el marco de la gestión de recaudo y del accionar institucional, a través de medios de comunicación con cobertura en el Municipio de Florencia.

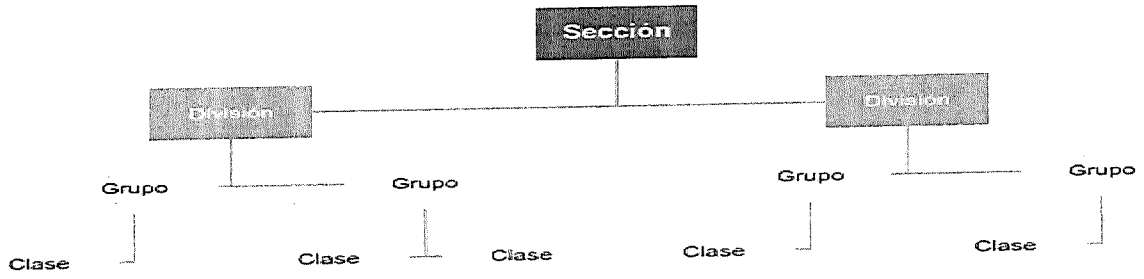
- **ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO**

ECONÓMICO.

Según la Revisión 4 adaptada para Colombia CIIU 4 A.C establece la siguiente estructura general y nomenclatura de la clasificación de las actividades económicas:

Diagrama 1.

Estructura jerárquica de la CIIU Rev. 4 A.C.



Fuente: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 4 Adaptada para Colombia CIIU Rev. 4 A.C.

Las letras mayúsculas se asignan a las secciones, las cuales agrupan información estadística correspondiente a un sector de la economía con características homogéneas.

Los números arábigos se asignan a las demás categorías de la clasificación:

Los dos primeros dígitos indican conjuntamente la ***división***, que corresponde a una categoría de tabulación más detallada y agrupa actividades pertenecientes a un mismo sector económico con mayor grado de homogeneidad, teniendo en cuenta la especialidad @de las actividades económicas que desarrollan, las características y el uso de los bienes producidos y los servicios prestados, los insumos, el proceso y la tecnología de producción utilizada.

Los tres primeros dígitos identifican el ***grupo***, que constituye categorías de actividades organizadas en una división de manera más especializada y homogénea. Para la conformación de los grupos se tuvieron en cuenta los mismos criterios que para la conformación de las divisiones.

Los cuatro dígitos identifican la ***clase***, que es la categoría más detallada y clasifica características específicas de una actividad. Su notación de cuatro dígitos identifica en los dos primeros la división, en el tercero el grupo y en el último la clase.

Para el caso objeto de estudio a continuación se identifica la actividad económica en el sector al cual pertenece el servicio relacionado para suplir la necesidad requerida:

1.1. Sección J. Información y comunicaciones.

Esta sección incluye la producción y la distribución de información y productos culturales, el suministro de los medios para transmitir o distribuir esos productos, así como de datos o de comunicaciones, actividades de tecnologías de información y el procesamiento de datos y otras actividades de servicios de información.

Actividades como edición, transmisión, telecomunicaciones y las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), se clasifican en la presente sección, que se divide de la siguiente manera: las actividades de edición (división 58); las actividades cinematográficas, de video y producción de programas de televisión, grabación de sonido y edición de música (división 59); las actividades de programación, transmisión y/o difusión (división 60); las actividades de telecomunicaciones (división 61); las actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas), consultoría informática y actividades relacionadas (división 62), y otras actividades de servicios de información (división 63).

1.1.1. División 58. Actividades de edición.

Esta división comprende la edición de libros, fascículos, folletos, diccionarios, enciclopedias, atlas, mapas y gráficos; edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas; la edición de directorios, listas de correo y otras actividades de edición, así como la edición de software o programas de informática.

1.1.1.1. Grupo 581. Edición de libros, publicaciones periódicas y otras actividades de edición.

Este grupo incluye actividades de edición de libros, periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, directorios y listas de correo, y otros trabajos tales como fotografías, grabados, tarjetas, horarios, formularios, carteles y reproducción de obras de arte. Estos trabajos se caracterizan porque requieren de creatividad intelectual en su elaboración y son usualmente protegidos por derechos de autor.

1.1.1.2. Clase 5813. Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas.

Esta clase incluye:
La edición impresa o en formato electrónico, incluso por internet, de publicaciones periódicas tales como:

- Periódicos, periódicos de anuncios publicitarios, periódicos de contenido técnico o general, tiras cómicas, boletines informativos, entre otros.

- Edición de revistas y otras publicaciones periódicas, entre ellas las académicas, agrícolas, comerciales, financieras, juveniles, profesionales, religiosas, técnicas, con contenido para adultos, entre otras.
- Edición de guías de programación de radio y televisión.

1.1.1.3. Clase 5819. Otros trabajos de edición.

Esta clase incluye:

La edición impresa o en formato electrónico, incluyendo la internet, de catálogos para almacenes, de mercancía y de colecciones; fotografías, tarjetas postales, tarjetas de felicitación, horarios, formularios, carteles, afiches, calendarios, reproducción de obras de arte, catálogos de obras de arte, diseños de estampados para ropa, material publicitario, incluso libretas de cupones de descuento, otras obras impresas, edición en línea de estadísticas y otros tipos de información.
• La edición de diarios y agendas temáticas y cubiertas para globos terráqueos.

Cuadro No 1 estructura Sección J. Información y comunicaciones. .CIIU 4.

Sección J. Información y comunicaciones.			
División	Grupo	Clase	Descripción
58			Actividades de edición.
	581		Edición de libros, publicaciones periódicas y otras actividades de edición
		5813	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas.
		5819	Otros trabajos de edición

1.1.1.1. División 59. Actividades cinematográficas, de video y producción de programas de televisión, grabación de sonido y edición de música.

Esta división comprende la producción de películas cinematográficas, videos en diferentes formatos para la proyección directa en cines o para la transmisión en televisión; las actividades de apoyo tales como edición, montaje, doblaje, entre otras; distribución de películas y otras producciones cinematográficas a otras industrias, así como la exhibición de películas cinematográficas de producciones similares. También está incluida la compra y venta de derechos de distribución de películas cinematográficas u otras producciones similares. Esta división también incluye las actividades

de grabación de sonido, es decir, producción de grabaciones originales de sonido y su lanzamiento, la promoción y la distribución, la edición de música y actividades de servicio de grabación de sonido en estudios u otros lugares.

1.1.1.1.1. Grupo 591. Actividades de producción de películas cinematográficas, video y producción de programas, anuncios y comerciales de televisión.

Este grupo comprende la producción de películas cinematográficas, y videos en sus diferentes formatos, incluyendo la distribución digital, para exhibición directa en cines o para su transmisión por televisión; actividades de apoyo tales como edición, montaje, doblaje, entre otros; distribución de películas cinematográficas o de otras producciones similares a otras industrias, así como su exhibición. Se incluye la compra, la venta y los derechos de distribución de películas cinematográficas y producciones similares.

1.1.1.1.1.1. Clase 5912. Actividades de postproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.

Esta clase incluye:

• Las actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, entre otros, tales como: edición, titulaje, subtitulaje, créditos; subtitulado para personas con discapacidad auditiva, gráficos, animación y efectos especiales producidos por computador; transferencia de películas a cintas. También se incluye el doblaje de sonido de películas cinematográficas o videos y la post-sincronización.
• Las actividades de laboratorios de revelado y procesamiento de dibujos animados, películas cinematográficas y televisión, incluso comerciales.
• La reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cine.
• Las actividades de los laboratorios e instalaciones de películas cinematográficas y las actividades de laboratorios o estudios especiales incluso para películas de animación.
• La transcripción de sonido (dubbing).
• Las bibliotecas de metraje de película.
• La edición de sonido y musicalización de películas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.

De acuerdo con la información disponible para abril de 2025, la división 59, correspondiente a las actividades cinematográficas, de video y producción de programas de televisión, grabación de sonido y edición de música, presentó una disminución significativa en sus ingresos totales, en comparación con el mismo mes del año 2024.

Esta división incluye, entre otras, la clase 5912, que comprende las actividades de postproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión, tales como edición, efectos visuales, doblaje y sincronización de sonido.

En abril de 2025, los servicios de producción de películas cinematográficas y programas de televisión registraron una disminución de 8,7% en los ingresos nominales, el personal ocupado total presentó una variación negativa de 6,2% y los salarios registraron un crecimiento de 8,4%, en comparación con abril de 2024.ver grafico.
Grafico 3. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación Producción de películas cinematográficas y programas de televisión Total nacional Abril 2025p.

Índice (ene 2022-abr 2025)	Variable	Variación anual (%)	Contribución a la variación anual (PP)
Ingresos totales nominales	**Ingresos totales nominales**	**-8,7**	
	Ingresos por servicios prestados	-29,0	-20,6
	Ingresos por venta de mercancías	43,6	8,5
	Otros ingresos operacionales	36,1	3,4
Personal ocupado total*	**Personal ocupado total***	**-6,2**	
	Permanente	-3,0	-1,8
	Temporal directo	-10,0	-2,6
	Agencias	-12,9	-1,8
Salarios personal ocupado sin agencias	**Salarios personal ocupado sin agencias**	**8,4**	
	Salarios personal permanente	6,8	4,2
	Salarios temporal directo	11,1	4,2

Fuente: DANE, EMS.

En comparación con el mismo mes de 2024, en abril de 2025 los ingresos totales presentaron una variación negativa de 8,7%, que se explica por una disminución de 29,0% en los ingresos por servicios. En contraste, la venta de mercancías registró un incremento de 43,6% y en otros ingresos operacionales el aumento fue de 36,1%.

En abril de 2025 el personal ocupado total presentó una variación negativa de 6,2%, en comparación con abril de 2024, que se explica por una disminución de 10,0% en el personal temporal directo, de 12,9% en el personal contratado a través de agencias y de 3,0% en el personal permanente.

Mientras que los salarios en abril de 2025 presentaron un aumento de 8,4%, en comparación con abril de 2024, que se explica por el incremento de 11,1% en los salarios del personal temporal directo y de 6,8% en los salarios del personal permanente.

1.1.2. División 60. Actividades de programación, transmisión y/o difusión.

Esta división incluye actividades de creación de contenidos o la adquisición del derecho de distribución de contenido, como programas a través del servicio de radiodifusión sonora, la televisión y de programas de entretenimiento, noticias, debates y similares, para posteriormente difundirlos. También se incluye la transmisión de datos, normalmente integrada con la transmisión de señales de radio y/o televisión. La transmisión se puede realizar utilizando diferentes tecnologías, por aire, vía satélite, a través de una red de cable o a través de internet. Esta división también incluye la distribución a terceros de programas que son en principio de difusión restringida (formato limitado, tales como noticias, deportes, educación o programación orientada a los jóvenes) sobre una base de suscripción o tarifa por convenio con un tercero, para su posterior transmisión al público.

1.1.2.1. Grupo 601. Clase 6010. Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora.

Esta clase incluye:

- La emisión de señales de audiofrecuencia a través de estudios e instalaciones de emisión de radio para la transmisión de la programación de audio al público, a afiliados o a suscriptores.

- • Las actividades de estudios de transmisión de estaciones radiales, es decir, la reunión de programas de audio para transmitirlos a los afiliados o suscriptores a través de las emisiones por el aire, por cable, satelitales o internet.

Cuadro No 2 estructura Sección J. Información y comunicaciones. .CIIU 4.

Sección J. Información y comunicaciones. .CIIU 4.			
División	Grupo	Clase	Descripción
60			Actividades de programación, transmisión y/o difusión.
	601		Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora.
		6010	Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora.

En abril de 2025, los servicios correspondientes a las actividades de programación y transmisión, así como las agencias de noticias, registraron una disminución del 4,8% en los ingresos nominales en comparación con el mismo mes de 2024. Este resultado refleja una contracción en la demanda de estos servicios, que podría estar asociada a la reducción de presupuestos publicitarios, cambios en los hábitos de consumo de medios tradicionales, o una mayor competencia por parte de plataformas digitales emergentes.

El personal ocupado total presentó una variación negativa del 1,2%, lo que evidencia un ajuste moderado en el mercado laboral de este segmento. Esta reducción podría estar relacionada con la reorganización interna de las empresas, la adopción de tecnologías de automatización en la producción y distribución de contenidos, o la externalización de funciones operativas.

En contraste, los salarios promedio experimentaron un crecimiento del 3,7% en el mismo periodo, lo que sugiere una tendencia hacia la retención de talento calificado o ajustes salariales derivados de la inflación. Este incremento, aunque positivo, se mantiene por debajo del observado en otros subsectores de servicios, lo que podría indicar una presión contenida sobre los costos laborales o una baja capacidad de negociación salarial en el contexto de desaceleración sectorial.

El comportamiento combinado de estos indicadores —caída de ingresos, leve reducción del empleo y crecimiento moderado de salarios— plantea retos importantes para la sostenibilidad de las empresas del sector. Es crucial observar si estas dinámicas responden a un ajuste coyuntural o si constituyen señales de una transformación estructural en los modelos de negocio de los medios tradicionales. Ver gráfico.

Grafico 4.. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación Actividades de programación, transmisión y/o difusión. Total nacional Abril 2025p.

Índice (ene 2022-abr 2025)	Variable	Variación anual (%)	Contribución a la variación anual (PP)
Ingresos totales nominales	**Ingresos totales nominales**	**-4,8**	
	Ingresos por servicios prestados	-6,8	-6,5
	Ingresos por venta de mercancías	24,9	0,0
	Otros ingresos operacionales	39,2	1,6
Personal ocupado total*	**Personal ocupado total***	**-1,2**	
	Permanente	-4,3	-2,8
	Temporal directo	-2,9	-0,6
	Agencias	13,6	2,2
Salarios personal ocupado sin agencias	**Salarios personal ocupado sin agencias**	**3,7**	
	Salarios personal permanente	3,4	1,7
	Salarios temporal directo	5,4	2,0

Fuente: DANE, EMS.

En comparación con el mismo mes de 2024, en abril de 2025 los ingresos totales presentaron una variación negativa de 4,8%, que se explica por una disminución de 6,8% en los ingresos por servicios. Por su parte, en otros ingresos operacionales registró un incremento de 39,2% y la venta de mercancías el aumento fue de 24,9%. En abril de 2025 el personal ocupado total presentó una variación negativa de 1,2%, en comparación con abril de 2024, que se explica por una disminución de 4,3% en el personal permanente y de 2,9% en el personal temporal directo. En contraste, el personal contratado a través de agencias presentó un incremento de 13,6%. Mientras que los salarios en abril de 2025 presentaron un aumento de 3,7%, en comparación con abril de 2024, que se explica por el incremento de 5,4% en los salarios del personal temporal directo y de 3,4% en los salarios del personal permanente.

1.1.3. División 63. Actividades de servicios de información.

Esta división incluye las actividades de portales de búsqueda en la web, procesamiento de datos y actividades de alojamiento (alojamiento web), así como otras actividades dirigidas principalmente al suministro de oferta de información.

1.1.3.1. Grupo 631. Procesamiento de datos, alojamiento (hosting) y actividades relacionadas; portales web.

Este grupo incluye el suministro de infraestructura para servicios de alojamiento (hosting), servicios de procesamiento de datos y actividades relacionadas, así como el suministro de sistemas de búsqueda y otros portales de internet.

1.1.3.2. Clase 6312. Portales web

Esta clase incluye:

• La explotación de los sitios web que utilizan un motor de búsqueda para generar y mantener extensas bases de datos de direcciones de internet y de contenido en un formato de fácil búsqueda.

• La explotación de otros sitios web que funcionan como portales de internet, tales como sitios de medios de difusión que proporcionan los contenidos que se actualizan de forma periódica.

Cuadro No 3 estructura Sección J. Información y comunicaciones. .CIIU 4.

Sección J. Información y comunicaciones. .CIIU 4.			
División	Grupo	Clase	Descripción
63			Actividades de servicios de información.
	631		Procesamiento de datos, alojamiento (hosting) y actividades relacionadas; portales web.
		6312	Portales web

A continuación, se presenta la información correspondiente al mes de abril de 2025 sobre la División 63, que comprende las actividades de servicios de información, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU Rev. 4 A.C.). Esta división incluye, entre otras, la clase 6312, relativa a portales web, y agrupa servicios como el procesamiento y almacenamiento de datos, la provisión de infraestructura informática, y otras soluciones digitales.

Durante el periodo analizado, la División 63 registró un desempeño económico positivo, reflejando una dinámica de crecimiento sostenido frente al mismo mes del año anterior (abril de 2024).

Comportamiento de los ingresos nominales

Variación anual total: La división evidenció un incremento del 10,3% en los ingresos nominales, lo cual representa una señal de solidez en la actividad económica del sector.

Ingresos por prestación de servicios: Este rubro presentó un crecimiento del 10,8%, siendo el principal motor del desempeño sectorial. Esta expansión sugiere una mayor demanda de servicios tecnológicos, tales como el almacenamiento en la nube, el análisis y procesamiento de grandes volúmenes de datos (big data), servicios de conectividad, y soluciones informáticas especializadas para empresas y consumidores.

Contribución de los servicios al crecimiento total: La totalidad del crecimiento observado en la división se explica por este componente, con una contribución de +10,3 puntos porcentuales (pp) al resultado global.

Ventas de mercancías: No se reportó una variación significativa en esta categoría (-0,1%), lo cual indica que la comercialización de bienes físicos no constituye una fuente relevante de ingresos dentro de esta división.

Otros ingresos: Se observó un ligero aumento en los ingresos clasificados como "otros", con una contribución de +0,1 pp. Estos pueden estar asociados a fuentes no operacionales, tales como licencias, alquileres de infraestructura tecnológica o ingresos financieros derivados de inversiones temporales.

La evolución positiva de los ingresos en abril de 2025 sugiere que la División 63 se consolida como un actor clave en el contexto de la economía digital, impulsada por la transformación tecnológica y la creciente necesidad de servicios de información y soluciones virtuales en distintos sectores productivos. Ver gráfico.

Tabla 2. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de Servicios Total nacional Abril 2025p / abril 2024.

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros Ingresos
			Variación (%)	Contribución (PP)		
Sección	División	Descripción				
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	16,5	15,9	0,0	0,6
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	10,9	11,3	0,0	-0,4
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	11,4	10,9	0,3	0,2
J	Divsión 58	Actividades de edición	-22,0	-19,4	-1,3	-1,4
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	-8,7	-20,6	8,5	3,4
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-4,8	-6,5	0,0	1,6
J	División 61	Telecomunicaciones	4,9	2,9	1,7	0,3
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	10,3	10,8	-0,6	0,1
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	1,9	2,4	-0,5	-0,1
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-2,4	-2,8	0,4	0,0
M	Clase 7310	Publicidad	4,6	4,7	0,0	0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	12,4	12,6	-0,3	0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	2,2	2,2	0,0	0,0
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	7,7	4,6	0,0	3,2
P	Grupo 854	Educación superior privada	5,1	5,2	-0,1	-0,1
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	-3,2	-3,2	0,1	-0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internacion	0,3	-0,5	0,6	0,2
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	6,9	5,5	0,8	0,6

Fuente: DANE, EMS.

A continuación, se presenta un análisis global consolidado de la **División 63 del CIIU Rev. 4 A.C.**, correspondiente a las **actividades de servicios de información**, dentro de las cuales se incluye la clase **6312 – Portales web**, comparando el comportamiento del sector en abril de 2025 frente al mismo mes de 2024. Este informe aborda la **variación anual del personal ocupado** y su composición por tipo de contratación.

Durante el periodo analizado, la división presentó una **disminución del -2,0% en el total del personal ocupado**, lo que refleja un **ajuste moderado en su estructura laboral**. Si bien no se trata de una contracción drástica, sí se evidencian decisiones internas orientadas a la reorganización operativa, que impactaron principalmente a las modalidades de contratación más flexibles.

La composición del ajuste por tipo de contratación revela que el personal permanente registró una leve reducción del -0,3%, con una contribución de -0,1 puntos porcentuales (pp), lo que sugiere cierta estabilidad en el empleo formal y de largo plazo. Por su parte, el personal temporal directo disminuyó en -4,3%, con una contribución significativa de -1,4 pp, evidenciando una menor utilización de trabajadores vinculados por proyectos o con contratos transitorios.

Finalmente, el personal contratado a través de agencias también se redujo en -1,4%, aportando -0,5 pp a la variación total, lo cual refleja una menor demanda de servicios tercerizados o intermediados dentro del sector.

En conjunto, estos resultados reflejan un patrón de optimización de la estructura laboral, donde el crecimiento del sector no necesariamente se traduce en mayor generación de empleo, sino en una mayor eficiencia en la utilización del recurso humano, manteniendo la planta base y reduciendo el componente flexible.

La variación anual de los salarios y la contribución por categoría de contratación para la División 63 del CIIU Rev. 4 A.C., correspondiente a abril de 2025 frente a abril de 2024 actividades de servicios de información (incluye la clase 6312 – Portales web)

La División 63 reportó un crecimiento del 7,6% en el personal ocupado sin agencias, lo que evidencia una recuperación y fortalecimiento del empleo directo, particularmente en las modalidades permanentes. Este resultado contrasta positivamente con la reducción del empleo registrada en meses anteriores y sugiere una reconfiguración de la estructura laboral del sector, orientada hacia esquemas más estables.

Al desagregar por tipo de contratación, el personal permanente registró una variación positiva del 5,0%, lo que refleja una apuesta por el fortalecimiento del empleo formal y de largo plazo, clave para sostener capacidades operativas en un sector altamente técnico. Por su parte, el personal temporal directo creció en 2,6%, lo que indica una reactivación gradual del empleo vinculado a proyectos específicos o funciones de corta duración, aunque con menor intensidad que el empleo permanente.

Este crecimiento del empleo vino acompañado de una mejora en los niveles salariales, coherente con la mayor demanda de perfiles calificados. Los salarios del personal permanente presentaron una variación positiva del 5,0%, reflejando una mayor valoración del talento técnico formal en el sector, probablemente impulsada por la necesidad de retener perfiles con conocimientos digitales o informáticos especializados.

En el caso del personal temporal directo, los salarios aumentaron en 2,6%, lo que indica un ajuste salarial moderado, alineado con la reactivación de estos contratos, pero con una presión salarial menos intensa que la observada en el personal permanente.

En conclusión, durante abril de 2025, la División 63 mostró señales claras de recuperación laboral, con un crecimiento sostenido del empleo directo y mejoras salariales, especialmente en las modalidades permanentes, lo que evidencia una tendencia hacia estructuras más estables y una mayor valorización del talento calificado en el sector.

1.2. Sección M Actividades profesionales, científicas y técnicas.

Esta sección abarca las actividades profesionales, científicas y técnicas especializadas. Estas actividades requieren un alto nivel de capacitación y ponen a disposición de los usuarios conocimientos y aptitudes especializados.

División 73. Publicidad y estudios de mercado.

Esta división comprende la creación de campañas de publicidad y la inserción de anuncios publicitarios en revistas, periódicos, programas de radio y televisión u otros medios de difusión, así como también el diseño de estructuras y sitios de exposición. También se incluye la realización de estudios de mercado.

Grupo 731. Clase 7310. Publicidad

Esta clase incluye:

• El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.
• La creación y la realización de campañas de publicidad que incluyen:

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

El manejo de campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios, dirigidos a atraer y retener clientes:

- Promoción de productos.
- Comercialización en puntos de venta.
- Publicidad directa vía correo.
- Consultoría en comercialización.

Cuadro No 4 estructura Sección M Actividades profesionales, científicas y técnicas.CIIU 4.

Sección M Actividades profesionales, científicas y técnicas			
División	Grupo	Clase	Descripción
73			Publicidad y estudios de mercado.
	731		Publicidad
		7310	Publicidad

A continuación, se presenta un análisis de la variación año corrido de los ingresos nominales, el personal ocupado total y los salarios en la División 73 – Publicidad y estudios de mercado, que incluye la clase 7310 (Publicidad), con cobertura nacional para el periodo comprendido entre enero y abril de 2025, frente al mismo periodo de 2024, con base en la información suministrada por el DANE:

El análisis refleja dinámicas heterogéneas entre los distintos subsectores de servicios. Si bien la mayoría presenta una variación positiva en los ingresos nominales, el comportamiento del personal ocupado total muestra una tendencia mayoritariamente negativa, en contraste con el crecimiento sostenido de los salarios promedio observado en casi todos los sectores.

En particular, la División 73 registra un crecimiento del 5,0% en los ingresos nominales frente al mismo periodo del año anterior, lo que sugiere una recuperación moderada en la demanda de servicios publicitarios. Este comportamiento podría estar asociado al incremento de campañas institucionales, la reactivación comercial y el dinamismo del consumo.

Sin embargo, el total de personas ocupadas en el sector disminuyó en un 2,6%, reflejando un ajuste en el mercado laboral del subsector. Esta reducción podría estar relacionada con procesos de automatización, tercerización de servicios creativos o con estrategias de racionalización interna adoptadas por las agencias, orientadas a mejorar su eficiencia operativa.

Por su parte, los salarios promedio aumentaron un 11,6%, uno de los incrementos más altos entre los subsectores de servicios. Este comportamiento podría explicarse por una mayor valorización del talento especializado, ajustes derivados de la inflación o una estructura ocupacional más concentrada en cargos de nivel medio y alto, tras la reducción de personal operativo.

La clase 7310 presenta una paradoja sectorial: mientras los ingresos aumentan y los salarios crecen significativamente, el personal ocupado disminuye. *(Ver gráfico).*

Este comportamiento sugiere una mayor productividad individual, concentración de talento y posibles transformaciones en el modelo de negocio de las agencias, orientadas a servicios más digitales, especializados y con menor demanda de personal operativo.
Es fundamental monitorear si esta tendencia responde a una transición estructural hacia nuevos modelos de prestación de servicios publicitarios o si implica un riesgo de contracción del empleo en el sector a mediano plazo.

Tabla 3. Variación año corrido de los ingresos nominales, personal ocupado total y salarios, según subsector de servicios Total nacional Enero - abril 2025 p / enero - abril 2024.

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Variación (%) Año corrido		
Sección	División	Descripción	Ingresos	Personal Ocupado total*	Salarios**
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	16,4	2,8	7,8
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	11,7	-2,3	7,0
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	8,6	-1,2	9,3
J	División 58	Actividades de edición	-1,7	-5,4	8,4
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	-0,1	-4,1	11,7
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	5,2	-5,5	4,5
J	División 61	Telecomunicaciones	4,7	-7,3	7,2
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	7,9	-1,7	8,1
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	5,8	1,3	6,8
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	2,3	-7,1	9,0
M	Clase 7310	Publicidad	5,0	-2,6	11,6
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	8,7	-3,1	9,6
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	1,8	-5,0	9,1
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	8,0	2,9	7,3
P	Grupo 854	Educación superior privada	7,4	-1,7	6,4
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	2,3	-2,2	4,0
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	5,6	-0,7	6,1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	12,9	-1,0	10,2

Fuente: DANE, EMS.

- **GREMIOS DEL SECTOR.**

En Colombia, el sector de servicios de comunicación y publicidad masiva, que incluye actividades como publicidad, medios de comunicación, agencias de noticias, programación y transmisión, está compuesto por diversos gremios, asociaciones y entidades sectoriales que agrupan a empresas, profesionales y medios. A continuación, te presento los principales:

Tabla 4. Gremios y asociaciones que componen el sector.

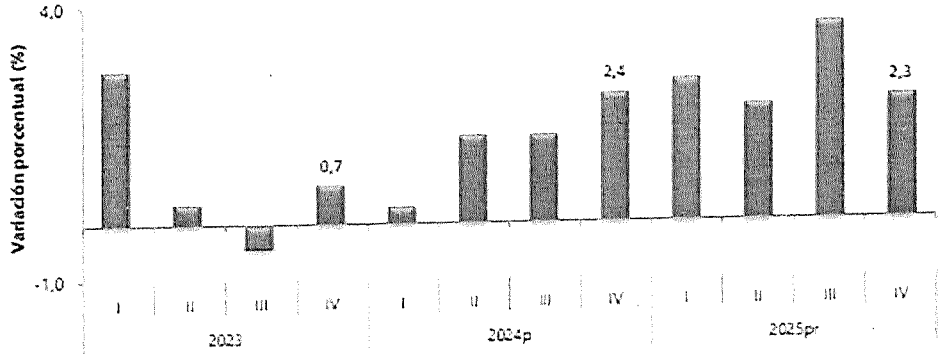
SIGLAS	NOMBRE	DESCRIPCION
ANDA	Asociación Nacional de Anunciantes	Representa a los anunciantes del país (marcas que invierten en publicidad). Promueve buenas prácticas y la autorregulación publicitaria.
Asomedios	Asociación Nacional de Medios de Comunicación	Representa medios de comunicación tradicionales (radio, prensa, televisión) y digitales. También agrupa agencias de publicidad y centrales de medios.
UGA	Unión Colombiana de Empresas Publicitarias	Agrupa agencias de publicidad, creativas y de medios. Defiende los intereses del sector ante entidades gubernamentales y privadas.
IAB	Interactive Advertising Bureau	Representa empresas del ecosistema de la publicidad digital: medios, agencias, plataformas y anunciantes.
Asoeventos	Asociación Colombiana de la Industria de la Producción de Eventos y BTL	Representa empresas de activaciones de marca, comunicación experiencial y eventos, como parte del mercadeo no convencional.
Acord	Asociación Colombiana de Redactores Deportivos	Aunque es gremio específico, forma parte del ecosistema de medios
Asorcol	Asociación Colombiana de Radiodifusión	Representa a las emisoras de radio del país.
(TVA) y Canal Comunitario (Red TAL)	Televisión Asociada (TVA) y Canal Comunitario (Red TAL)	Agrupan a operadores locales, comunitarios y regionales de televisión.
Fecolper	Federación Colombiana de Periodistas	Aunque centrada en derechos laborales y libertad de prensa, también representa intereses del sector.
CONARP	Consejo de Autorregulación Publicitaria	Promueve la ética y la responsabilidad en la publicidad, en coordinación con la ANDA y otras entidades.
MinTIC	Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	No es un gremio, pero regula el sector de medios, televisión, radio y servicios TIC.

3.2. ASPECTOS ECONOMICOS

- **PRODUCTO INTERNO BRUTO- PIB**

Producto Interno Bruto (PIB)
IV trimestre 2025 preliminar

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2023-I / 2025[pr]-IV



Fuente: DANE, PIB_T
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
[pr]preliminar
[p]provisional

El Producto Interno Bruto crece 2,6% en el año 2025pr respecto al año 2024p (ver tabla 1); las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 4,6% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).

• Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,5% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 9,9% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

En el cuarto trimestre de 2025pr , el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,3% respecto al mismo periodo de 2024p (ver tabla 1).

Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

• Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,8% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).
• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 3,4% (contribuye 0,7 puntos porcentuales a la variación anual).
• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 11,5% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual). Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,1%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:
• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 4,6%.
• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 1,6%.
• Explotación de minas y canteras crece 1,2%.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2025[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2025[pr] / 2024[p]	2025[pr]-IV / 2024[p]-IV	2025[pr]-IV / 2025[pr]-III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,1	-0,4	-2,6
Explotación de minas y canteras	-6,2	-2,9	1,2
Industrias manufactureras	1,9	1,0	-1,6
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	1,1	2,9	0,8
Construcción	-2,8	-2,6	-1,5
Comercio al por mayor y al por menor[3]	4,6	3,4	1,6
Información y comunicaciones	1,0	-1,2	-2,0
Actividades financieras y de seguros	2,8	0,7	-2,4
Actividades inmobiliarias	2,0	1,9	0,4
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	1,3	1,5	0,4
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	4,5	4,8	0,2
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	9,9	11,5	4,6
Valor agregado bruto	**2,7**	**2,3**	**-0,1**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,5	2,5	0,6
Producto Interno Bruto	**2,6**	**2,3**	**0,1**

Fuente: DANE, PIB T

Información y comunicaciones Para el año 2025pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 1,0%, respecto al año 2024p . En el cuarto trimestre de 2025pr, el valor agregado de información y comunicaciones decrece 1,2% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024p . Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado decrece en 2,0%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 8).

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2025[pr]

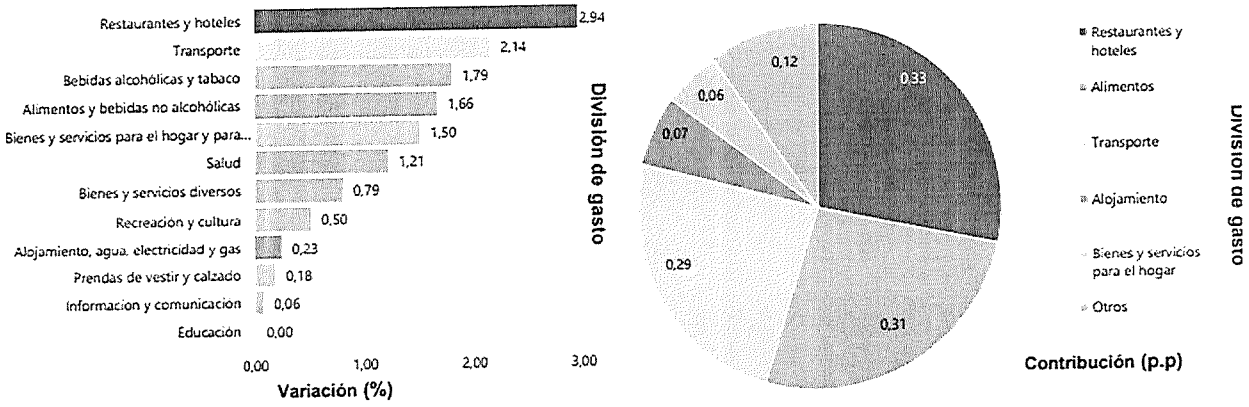
Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2025[pr] / 2024[p]	2025[pr]-IV / 2024[p]-IV	2025[pr]-IV / 2025[pr]-III
Información y comunicaciones	1,0	-1,2	-2,0

Fuente: DANE, PIB_T
[p]preliminar
[r]provisional
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

- **ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR-IPC**

Variación y contribución mensual del IPC por divisiones de gasto

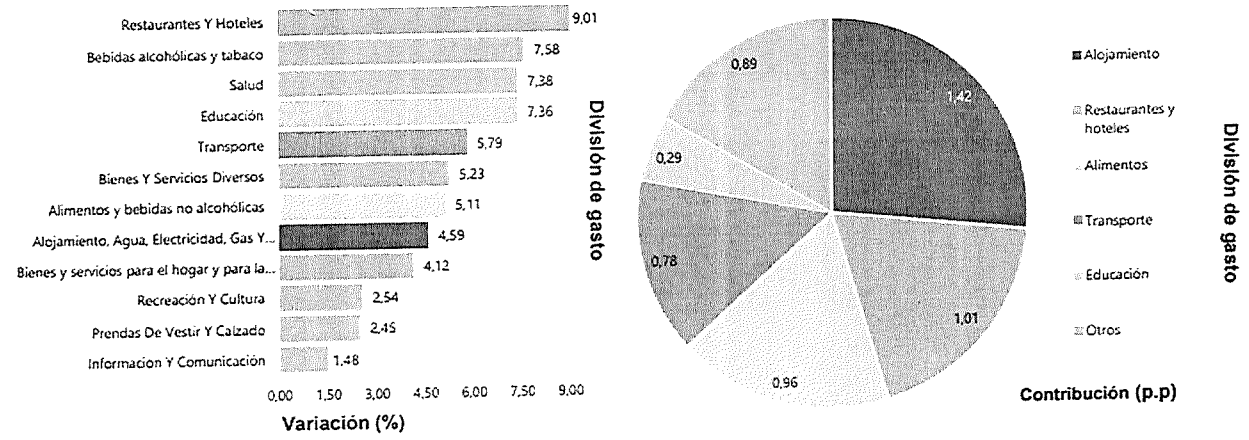
Enero 2026



Nota: La diferencia en la suma de las variables, obedece al sistema de aproximación y redondeo.
Fuente: DANE - IPC

Variación y contribución anual del IPC por divisiones de gasto

Enero 2026



Nota: La diferencia en la suma de las variables, obedece al sistema de aproximación y redondeo.
Fuente: DANE - IPC

IPC. Variación mensual del IPC por divisiones de gasto

Diciembre 2025 – Enero 2026

IPC. Variaciones y contribuciones mensuales según divisiones de gasto para total ingresos

Descripción	Diciembre - 2025		Enero - 2026	
	Variación (%)	Contribución (p.p)	Variación (%)	Contribución (p.p)
Restaurantes y hoteles	1,24	0,14	2,94	0,33
Alimentos y bebidas no alcohólicas	-0,11	-0,02	1,66	0,31
Transporte	0,41	0,05	2,14	0,29
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	0,08	0,02	0,23	0,07
Bienes y servicios para el hogar y para la conservacion ordinaria del hogar	-0,07	0,00	1,50	0,06
Bienes y servicios diversos	0,36	0,02	0,79	0,04
Bebidas alcohólicas y tabaco	0,34	0,01	1,79	0,03
Salud	0,45	0,01	1,21	0,02
Recreación y cultura	1,04	0,03	0,50	0,02
Prendas de vestir y calzado	0,24	0,01	0,18	0,01
Información y comunicación	0,03	0,00	0,06	0,00
Educación	0,00	0,00	0,00	0,00
Total		**0,27**		**1,18**

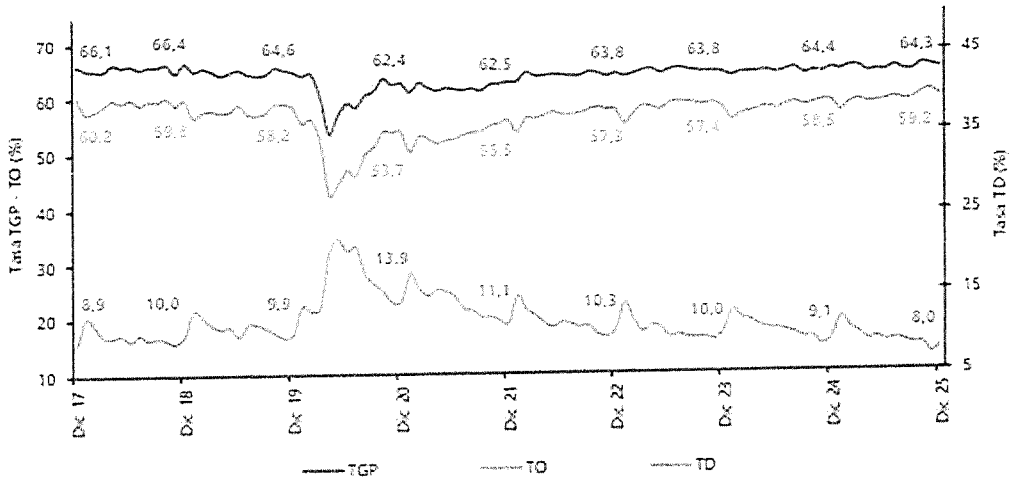
Número de subclases COICOP que aportan o restan a la variación mensual del IPC			
División	Suman más de 0,00	Aportan 0,00 (dos dígitos)	Restan más de 0,00
Alimentos y bebidas alcoholicas	14 (0.31 p.p)	42 (0,02 pp)	3 (-0.02 p.p)
Transporte	6 (0.31 p.p)	12 (0,00 pp)	1 (-0.02 p.p)

Fuente: DANE - IPC

- **EMPLEO Y DESEMPLEO**

Para el mes de diciembre de 2025, la tasa de desocupación del total nacional fue 8,0%, lo que representó una disminución de 1,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2024 (9,1%). La tasa global de participación se ubicó en 64,3% y la tasa de ocupación en 59,2%, mientras que en diciembre de 2024 estas tasas fueron 64,4% y 58,5%, respectivamente.

Gráfico 2. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Diciembre (2017 - 2025)



Fuente: DANE, GEIH.
Nota: datos expandidos con proyecciones de población, elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.
Nota: cifras aproximadas a un decimal.

En el mes de diciembre de 2025, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 24.224 miles de personas. Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Industrias manufactureras con 2,2 puntos porcentuales; Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana; y Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios con 0,5 puntos porcentuales en cada caso.

Tabla 1. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad
Total nacional
Diciembre (2024 - 2025)

Rama de actividad	Total nacional				
	Diciembre 2024	Diciembre 2025	Distribución % 2025	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.621**	**24.224**	**100**	**603**	
Industrias manufactureras	2.374	2.885	11,9	510	2,2
Administración pública y defensa; educación y atención de la salud humana	2.779	2.900	12,0	121	0,5
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	2.005	2.120	8,7	114	0,5
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.846	1.915	7,9	69	0,3
Transporte y almacenamiento	1.716	1.734	7,2	18	0,1
Comercio y reparación de vehículos	4.262	4.262	17,6	0	0,0
Alojamiento y servicios de comida	1.908	1.895	7,8	13	0,1
Información y comunicaciones	416	391	1,6	25	0,1
Actividades inmobiliarias	390	356	1,5	34	0,1
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos	645	609	2,5	36	0,2
Construcción	1.669	1.630	6,7	38	0,2
Actividades financieras y de seguros	459	419	1,7	40	0,2
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.151	3.108	12,8	42	0,2

Fuente: DANE. GEIH.

3.3. ACUERDOS COMERCIALES:

Acuerdo Comercial		Entidad estatal incluida	Presupuesto del proceso de contratación superior al valor del acuerdo comercial	EXCEPCIONES aplicables al proceso de contratación	Proceso de contratación cubierto por el acuerdo comercial
ALIANZA DEL PACIFICO	Chile	SI	NO	-	NO
	México	NO	NO	-	NO
	Perú	SI	NO	-	NO
Canadá		NO	NO	-	NO
CHILE		SI	NO	-	NO
Corea		SI	NO	-	NO
COSTA RICA		SI	NO	-	NO
ESTADOS AELC		SI	NO	-	NO
ESTADOS UNIDOS		SI	NO	-	NO
México		NO	NO	-	NO
TRIANGULO DEL NORTE	El salvador	SI	SI	NO	SI
	Guatemala	SI	SI	NO	SI
	Honduras	NO	NO	-	NO
Unión europea		SI	NO	-	NO
Comunidad andina		NO	NO	-	NO

En consecuencia, la entidad concederá trato nacional a proponentes y servicios de los Estados que cuenten con un Acuerdo Comercial que cubra el Proceso de Contratación.

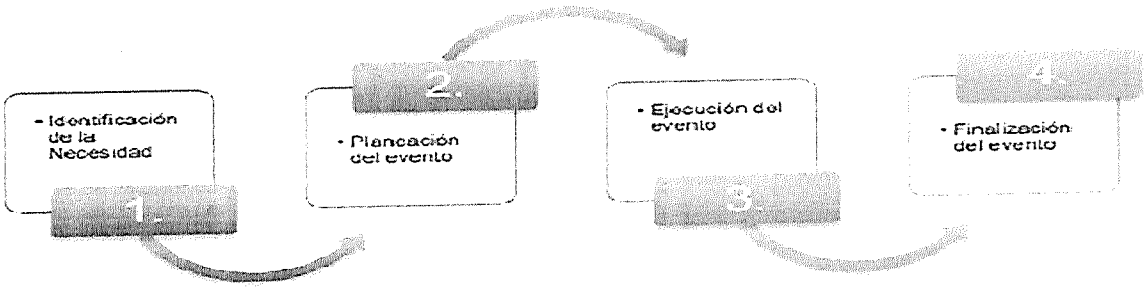
Adicionalmente, los proponentes de estados con los cuales el Gobierno Nacional haya certificado la existencia de trato nacional por reciprocidad recibirán este trato.

4. ESTUDIO DE LA OFERTA

Según información financiera de la Superintendencia de Sociedades se identificó en el sector económico los siguientes posibles proveedores de acuerdo con la clasificación CIIU Rev. y en RUES conforme a las códigos UNSPSC

ITEM	NIT	EMPRESA
1	830026824	INSTITUTO RI S.A.S
2	900512560-5	XAVIA PLATAFORMAS EDUCATIVAS S.A.S.
3	900678547 1	PANAMERICAN TRAINING CENTER S A S
5	900835035 6	ADALID INMARK COLOMBIA S A S
6	900532231-2	FUNDACION UNIDOS PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA FAMILIA
7	900410753	FUNDACION PARA LA SALUD Y TECNOLOGIA
8	92531120-9	MENDOZA RUIZ ABEL SEGUNDO
9	900491499	MAO EVENTOS LOGISTICA Y MERCADEO

DINÁMICA DE PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y ENTREGA DE BIENES, O SERVICIOS



Fuente: Colombia compra eficiente.

1. Identificación de la necesidad: En la primera etapa de la cadena de suministro, el proveedor debe identificar la necesidad del cliente para desarrollar el evento conforme a sus requerimientos. Para ello, el Proveedor debe identificar

aspectos como: tipo de evento (objetivo), cantidad de personas, presupuesto, lugar del evento, productos y servicios requeridos (alimentación, servicio de personal, menaje, sillas – carpas - tarimas y mesas, iluminación, sonido, internet, impresión, decoración, ayudas audiovisuales, salones, música, mobiliario, animación, alojamiento, transporte, etc.), montaje y desmontaje, entre otros.

2. Planeación del evento: En la segunda etapa de la cadena de suministro, el proveedor define las características del evento conforme a las necesidades planteadas por el cliente. Así mismo, identifica los productos y servicios que puede ofrecer directamente y cuáles deben ser subcontratados; teniendo en cuenta el alcance del evento requerido por el cliente.

3. Ejecución del evento: En la tercera etapa de la cadena de suministro, el proveedor garantiza que el desarrollo del evento se lleve a cabo conforme a los requerimientos del cliente.

4. Finalización del evento: La cuarta etapa de la cadena de suministro garantiza el desmontaje del evento, el servicio de limpieza y la entrega de las instalaciones en las condiciones bajo las cuales se entregó inicialmente.

6.1. ANALISIS FINANCIERO DEL SECTOR

La entidad estatal ha identificado posibles oferentes para el presente proceso de selección de la siguiente manera, con lo que se buscó información financiera de las empresas referenciadas anteriormente en el Registro Único Empresarial (RUES[1]) se identificaron los siguientes proveedores que se dedican a las actividades económicas relacionadas al objeto contractual.

N°	NIT	ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERÉS	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
1	900135278	FUNDACION FRATERNIDAD	99,68	0,59	INDETERMINADO	0,20	0,08
2	900582157	FUNDACION PARA LA SALUD, EDUCACION Y DESARROLLO INTEGRAL DE LAS ORGANIZACIONES "FUNDAFES"	61,91	0,04	2092529	0,33	0,31
3	828000312	FUNDACION PICACHOS	52,17	0,24	65,41	0,04	0,03
4	828001725	ASOCIACION DE MUJERES PRODUCTORAS DE CARNICOS DEL CAQUETAASOMUPCAR	77,94	0,01	7,22	0,19	0,19

[1] **Consulta en el Registro Único Empresarial y Social (RUES)** es una herramienta creada a partir del artículo 11 de la ley 590 de 2000 para Integrar el antiguo registro mercantil y el registro único de proponentes. El RUES, en el sentido más simple, es considerado como la central de información de las cámaras de comercio que lo conforman.

5	828002729	FUNDACION ALCATRAZ	1,24	0,54	53,88	0,89	0,40
6	828002569	FUNDACION INTERNACIONAL UNIVERSITARIA PARA EL DESARROLLO COMUNITA	INDETERMINADO	0	INDETERMINADO	0,20	0,20
7	900616104	FUNDACION AMBIENTAL PARA LA SOSTENIBILIDAD TERRITORIAL	402,20	0,01	13340,89	0,10	0,10
8	900664861	FUNDACION MUNDO NIÑEZ	84,54	0,05	4902,55	0,43	0,41
9	901015407	FUNDACION CAQUETA DIVERSA	2,93	0,28	90,93	0,57	0,40

Para este proceso se definieron los indicadores de capacidad Financiera y Organizacional, utilizando las siguientes formulas estadísticas, después de eliminar los datos atípicos para normalizar la muestra y garantizar la pluralidad de oferentes.

	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZON DE COBERTURA DE INTERES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
PROMEDIO	97,83	0,20	301569,98	0,33	0,24
MEDIANA	69,93	0,15	301569,98	0,20	0,20
DESVIACIÓN ESTANDAR	124,21	0,16	77700,11	0,27	0,15

Para entender el comportamiento de los datos que componen la muestra anteriormente expuesta, existen medidas de tendencia central y dispersión que permiten hacer inferencias sobre su comportamiento; para lo cual, en el presente proceso contractual, se han desarrollado a través de:

PROMEDIO O MEDIA ARITMETICA, la cual es la medida de tendencia central más frecuentemente usada. Para calcular la media aritmética o promedio de un conjunto de observaciones, deben sumarse todos los valores y dividir el resultado por el número total de observaciones. Esta medida es muy sensible a los datos atípicos pues tan solo uno de los datos puede afectar significativamente el cálculo de la misma. Por ejemplo, si la Entidad Estatal cuenta con información del índice de liquidez de 4 proveedores, 1,4; 2,2; 1,9; y 6 respectivamente, el promedio de liquidez de estos 4 proveedores es 2,9. Esto es debido a que existe un proveedor con un alto nivel de liquidez quien en este caso representa un desempeño atípico con respecto a su sector y quien afectará el indicador del promedio. En este caso no basta con estudiar el promedio pues como se puede observar el promedio no representa el comportamiento de la mayoría de los proveedores.

MEDIANA, la cual es una medida estadística que representa el valor que ocupa la posición central en una muestra. Para calcularlo los datos deben ordenarse de menor a mayor e identificar el dato que ocupa la posición central. Si el tamaño de la muestra es par, la mediana es el promedio de los dos valores centrales. Si el tamaño de la muestra es impar, la mediana corresponde al valor ubicado en la mitad de la muestra. A diferencia de la media, la mediana no es afectada por la presencia de datos atípicos. Sin embargo, al ser una medida de ubicación o posición, se recomienda que sea una variable complementaria, la cual puede brindar información útil si es comparada con la media.

DESVIACIÓN ESTÁNDAR MUESTRAL, la cual es una medida de dispersión que mide la distancia promedio de los datos de una muestra respecto a su media. A mayor desviación, mayor la dispersión de los datos de la muestra con respecto a su media o promedio.

INDICADORES ECONÓMICOS Y DE CAPACIDAD FINANCIERA

De acuerdo a la información anteriormente descrita, y prevaleciendo los principios de la contratación estatal, además de tener en cuenta los diversos factores que cobijan el presente proceso contractual, tales como cuantía, forma de pago, plazo, entre otros, se determinaran los siguientes indicadores financieros y de capacidad organizacional para el presente proceso contractual de la siguiente manera:

Índice de liquidez: Activo Corriente/Pasivo Corriente

Este indicador determina la capacidad que tiene un proponente para cumplir con sus obligaciones de corto plazo.

Para este proceso de contratación después de realizado el análisis pertinente se establecerá como índice de liquidez mayor o igual a **1,24**

Índice de endeudamiento: Pasivo total/Activo total

Este indicador determina el grado de endeudamiento en la estructura de financiación del proponente.

Para este proceso de contratación se ha determinado un indicador de endeudamiento menor o igual de **0,54**

Razón de Cobertura de Interés Utilidad operacional/Gastos de Intereses

Este indicador refleja la capacidad del proponente de cumplir con sus obligaciones financieras.

Para este proceso de contratación se ha determinado un indicador de cobertura de interés mayor o igual de **5,00 Y/O INDETERMINADO**

CAPACIDAD ORGANIZACIONAL

Rentabilidad sobre el patrimonio Utilidad operacional/patrimonio

Este indicador determina lacapacidad de de generacion de utilidad operacional por cada peso invertido en el patrimonio.

Para el presente proceso de contratacion se hadeterminado rentabilidad sobre el patrimonio mayor o igual de **0,04**

Rentabilidad sobre Activos Utilidad operacional/Activo total

Este indicador determina lacapacidad de de generacion de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo.

Para el presente proceso de contratacion se hadeterminado rentabilidad sobre el patrimonio mayoy o igual de **0,03**

PROPONENTES PLURALES

En un Proceso de Contratación se pueden presentar oferentes plurales por medio de uniones temporales, consorcios y promesas de sociedad futura. La Entidad Estatal ha determinado que para el presente proceso de contratación, el procedimiento para calcular los indicadores de los oferentes plurales a partir de la información de cada integrante del oferente plural es la siguiente:

Para ello los oferentes plurales conformados por medio de uniones temporales, consorcios y promesas de sociedad futura, deberán allegar dentro de su documentación en medio física y magnética el detallado de los aportes de participación de cada uno y la determinación de cada uno de ellos.
Ponderación de los componentes de los indicadores:

En esta opción cada uno de los integrantes del oferente aporta al valor total de cada componente del indicador de acuerdo con su participación en la figura del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

La siguiente es la fórmula aplicable para los indicadores que son índices en la opción 1:

$$\text{(ii) Indicador} = \frac{\left(\sum_{1}^{n} \text{Componente 1 del indicador}_i \times \text{porcentaje de participación}_i\right)}{\left(\sum_{1}^{n} \text{Componente 2 del indicador}_i \times \text{porcentaje de participación}_i\right)}$$

Donde n es el número de integrantes del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

Esta opción incentiva que el integrante del proponente plural con los mejores indicadores tenga una mayor participación en dicho proponente plural.

De acuerdo con lo señalado en el Decreto 1082 de 2015, los estados financieros de las sociedades extranjeras deberán ser presentados de conformidad con las normas aplicables en el país donde sean emitidos (...)".
No cumple el indicador de cobertura de intereses el oferente singular y/o plural, cuya utilidad operacional sea negativa.

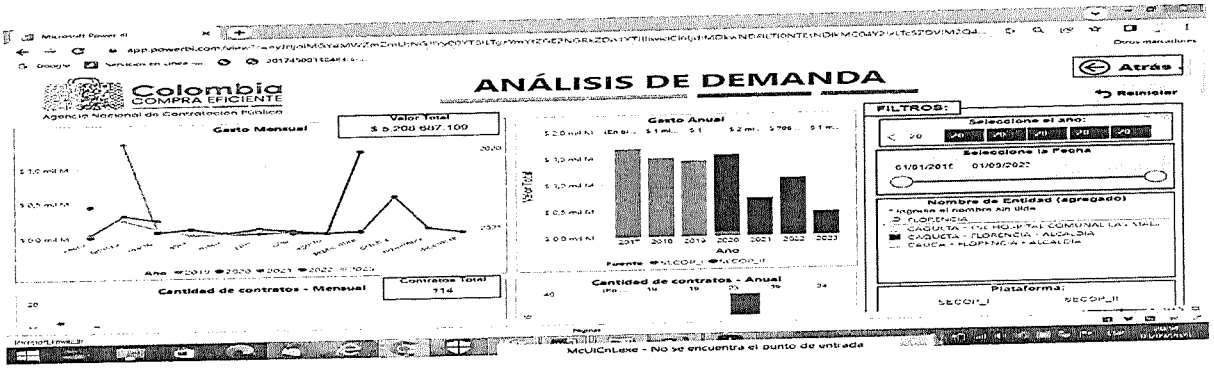
Nota:

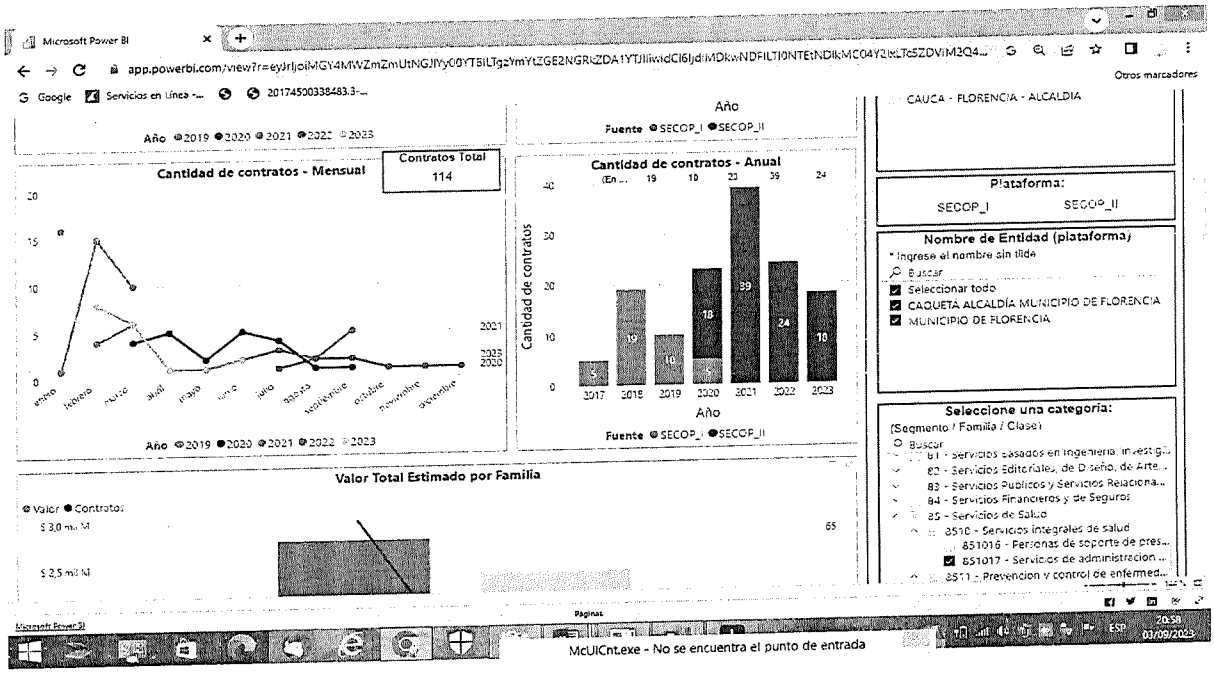
- El oferente deberá anexar el respectivo Certificado del Registro Único de Proponentes renovado vigente, en firme.
- De conformidad con lo establecido en el artículo 1, 2 y 3 del Decreto No.579 de 2021, se solicita a los oferentes presentar certificación firmada por el representante legal y el contador o revisor fiscal según corresponda informar la vigencia que desea que se tenga en cuenta para la evaluación de acuerdo con el mejor año fiscal.

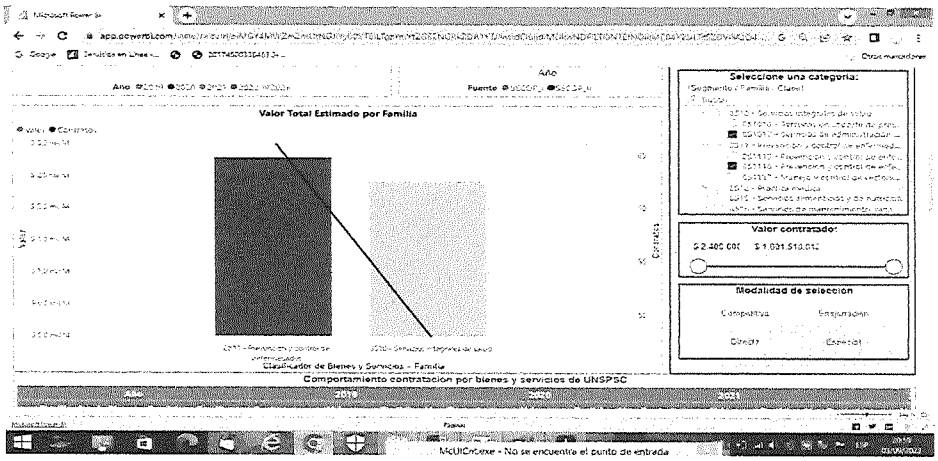
7. ESTUDIO DE LA DEMANDA:

7.1. ¿Cómo se ha adquirido en el pasado esta obra o servicio?

Una vez realizada la consulta se pudo observar que la Entidad Estatal de acuerdo a la clasificación UNSPSC definida para el presente proceso históricamente en los últimos 5 años desde el 2019-2023 ha contratado este tipo de servicios de salud







Como se puede observar el Municipio de Florencia de acuerdo a los clasificados definidos para el presente proceso históricamente ha contratado la suma de $5.208.687.109. Representados en 114 contratos desde el 2019 al 2023.

8. PRECIO ARTIFICIALMENTE BAJO

De conformidad al presupuesto oficial realizado, el alcance del proceso, y de acuerdo a los menores costos evaluados en el sector comercial, la entidad determinara el precio artificialmente bajo de la comparación de la propuesta presentada por el oferente.

Una entidad pública sí puede descalificar de un proceso licitatorio a un participante que presente una propuesta con precios artificialmente bajos, a pesar de que esta causal no esté prevista en los pliegos de condiciones, debido a que la entidad puede descalificar proponentes por las razones que se establezcan en la ley, dentro de las que se encuentran esta causal.

9. ANALISIS DEL RIESGO

En desarrollo de lo señalado el **artículo 4 de la Ley 1150 de 2007** y artículo **2.2.1.1.1.6.3.** del Decreto 1082 de 2015 con el fin de valorar el alcance del objeto contractual requerido por la entidad, como sustento y justificación de la forma de selección adoptada para la presente contratación se procede a realizar el estudio de riesgos de la contratación, su tipificación, estimación y asignación.

Se precisa que salvo las situaciones específicamente mencionados en el presente numeral y como principio general, el contratista como experto de negocio y como especialista, asumirá los efectos económicos de todos aquellos sucesos previsibles y de normal ocurrencia para las actividades que son objeto de la presente contratación. Por lo tanto, deberá asumir los riesgos asociados a su tipo de actividad ordinaria que sean previsibles, así mismo, asumirá aquellos riesgos propios de su actividad empresarial y de persona natural o jurídica que tiene que cumplir con determinadas cargas y deberes frente al Estado y la sociedad. En consecuencia, solo procederán reclamaciones por hechos o circunstancias imprevisibles no asignadas a contratista en la presente distribución de riesgos de la contratación, la Entidad no estará obligado a reconocimiento económico alguno ni a ofrecer garantía que permita eliminar, prevenir o mitigar los efectos de los riesgos asumidos por el contratista.

Ver anexo 1. Matriz de riesgo.

10. SUPERVISIÓN Y/O INTERVENTORÍA

La supervisión del contrato será ejercida por la Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y/o quien sea designado por el Ordenador del Gasto a través de la plataforma del Secop II, de conformidad con los artículos 83 y 84 de la ley 1474 de 2011 y el manual de contratación de la entidad, en el cual se regula las funciones del supervisor, de igual manera de conformidad con la guía de supervisión de Colombia Compra Eficiente.

Las funciones de supervisión o interventoría deberán realizarse conforme a lo establecido en el Estatuto General de Contratación Pública y el Manual de Contratación del Municipio.

Para constancia se firma por los estructuradores;

Yenny A. Muñoz C.	
Nombre: NELSON CAMILO ARDILA ZARATE	**Nombre: YENNY ANDREA MUÑOZ CORREA**
Cargo: Jefe Oficina de Tecnologías e Innovación	Cargo: Jefe Oficina Asesora De Comunicaciones