ALCALDÍA DE ARAUCA
SECRETARIA GENERAL

ANÁLISIS DEL SECTOR

MINIMA CUANTÍA

OBJETO:

DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA CONTRIBUIR A DISMINUIR LA BRECHA DIGITAL EN EL ACCESO Y USO DE INTERNET EN EL MUNICIPIO DE ARAUCA

CODIGO BPIN: 202500000038026

ABRIL DE 2026

ANÁLISIS DEL SECTOR

FECHA	ABRIL DE 2026
OBJETO	DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA CONTRIBUIR A DISMINUIR LA BRECHA DIGITAL EN EL ACCESO Y USO DE INTERNET EN EL MUNICIPIO DE ARAUCA
ÁREA QUE REQUIERE EL BIEN O SERVICIO	SECRETARÍA GENERAL
MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	MÍNIMA CUANTÍA

En cumplimiento del artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, es necesario hacer un análisis del sector en el cual se ajusta el servicio y las actividades objeto de la presente contratación, teniendo en cuenta aspectos importantes que ayudan a la toma de decisiones, como el comportamiento del mercado: la oferta y la demanda; para así mismo fijar los requerimientos de la contratación en la adquisición de los bienes, para contar con un una persona que cuente con la experiencia y capacidad técnica, financiera y con las competencias humanas de ética y compromiso para ofrecer los elementos en beneficio de las diferentes dependencias del Municipio de Arauca.

El presente estudio busca:

- Conocer el mercado y sus características: Oferta y Demanda
- Determinar las variables financieras y técnicas que sirvan de base para estructura el proceso de selección, garantizando la pluralidad de oferentes y su selección objetiva.
- Estimar el costo de los bienes a contratar, tomando de referencia el análisis efectuado de los precios suministrados por parte del mercado.

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD

La brecha digital en Colombia en acceso a Internet está disminuyendo, pero sigue siendo significativa, especialmente entre áreas urbanas y rurales y por nivel de ingresos. A pesar de la cobertura del 79% en el país, solo un 51% de los hogares tiene acceso, y el acceso rural y a fibra óptica es mucho menor. Esta brecha tiene un impacto directo en el desarrollo económico y social, ya que el acceso a Internet se considera crucial para la participación ciudadana y la prosperidad, según el MINTIC.

El problema de acceso a internet está marcado por los siguientes aspectos:

Brechas digitales persistentes:

La población adulta no usa internet debido a las siguientes causas: Por desconocimiento, por falta de necesidad percibida, el costo y la cobertura insuficiente.

La brecha digital se mantiene entre el 31 % y 33 %, situándose por encima del promedio de países de ingresos medios (68 %), aunque aún lejos del 93 % de naciones de altos ingresos según el periódico El Tiempo.

En hogares, 41 % todavía no tiene conexión a internet; y en zonas rurales, solo 4 de cada 10 hogares cuentan con acceso, frente a más de 7 de cada 10 en áreas urbanas según la empresa Valora Analitik.

Desigualdades territoriales marcadas:

En Departamentos como Vichada (81 % sin internet), Vaupés (57,7 %), Guainía (51,6 %), Chocó (49,6 %) y La Guajira (46,6 %) presentan los niveles más bajos de conectividad según Valora Analitik.

En contraste, regiones como Bogotá, Valle del Cauca y Risaralda superan el 70–80 % en uso de internet según los diarios La República y El Colombiano.

Calidad y disponibilidad de la tecnología:

En 2025, el promedio de velocidad de descarga móvil era de 20,7 Mbps y la de conexión fija alcanza los 162 Mbps, con mejoras interanuales del 68,6 % y 45,4 % respectivamente según la agencia Branch.

El acceso a computadores en los hogares colombianos es limitado (solo 37,2 %), muy por detrás de otros países latinoamericanos, lo cual reduce las posibilidades de conexión fija y tareas más complejas.

En el Municipio de Arauca, la situación es muy similar a la de los departamentos como Vichada y Vaupés, la brecha digital sigue como un factor que impide a todos los ciudadanos ser partícipes de las bondades de la tecnología y sus beneficios.

La brecha digital sigue siendo una de las principales barreras para el desarrollo social, educativo y económico, a pesar de los avances tecnológicos y las políticas de conectividad implementadas en las últimas décadas, gran cantidad de la población aún no cuentan con acceso adecuado y permanente a internet, lo que limita su participación en la sociedad digital y su acceso a oportunidades.

Además del problema de conectividad, existe también una falta de formación y sensibilización sobre el uso responsable, seguro y productivo del internet, lo que agrava la exclusión digital. Muchos ciudadanos que logran conectarse no cuentan con las competencias necesarias para utilizar las herramientas digitales de manera efectiva, lo que evidencia una brecha no solo en el acceso, sino también en el uso significativo de las tecnologías.

CLASIFICACIÓN EN EL UNSPSC:

CLASIFICACIÓN UNSPC	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE
801016	Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	Servicios de asesoría de gestión	Gerencia de Proyectos
801116	Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	Servicios de recursos humanos	Servicios de personal temporal
821016	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	Publicidad	Publicidad Difundida
831217	Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público	Servicios de información	Servicios de comunicación masiva
831119	Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público	Servicios de medios de telecomunicaciones	Servicios de radio
861017	Servicios de capacitación vocacional no - científica	Formación profesional	Servicios de capacitación vocacional no - científica

2. ASPECTOS GENERALES

2.1. ECONÓMICO

2.1.1. SECTOR AL CUAL PERTENECEN

N°	Sector	Marca con una "X"
1	Agropecuario	
2	Servicios	X
3	Industrial	
4	Transporte	
5	Comercio	
6	Financiero	
7	Construcción	
8	Minero y Energético	
9	Solidario	
10	Comunicaciones	
11	Administración pública	
12	Suministro	
13	Otros	

Para obtener información estadística del comportamiento del sector, este se ubica dentro de la actividad del sector servicios de equipo especializado, el cual tiene múltiples variables económicas que pueden afectar el comportamiento de los precios finales al consumidor, a continuación, se realiza un análisis al detalle de la situación actual del sector:

2.1.2. COMPORTAMIENTO DEL SECTOR

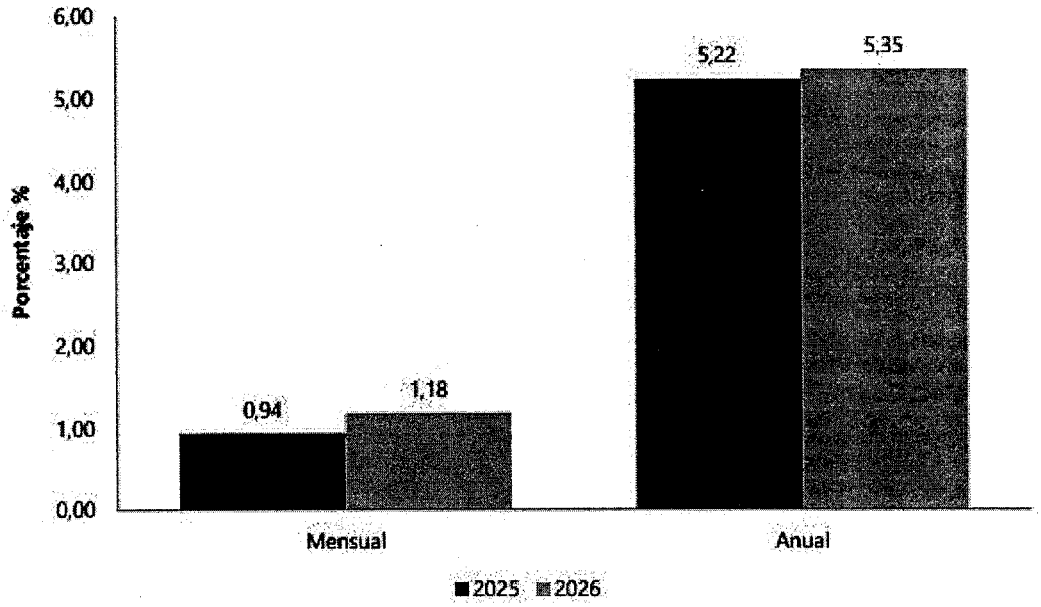
COMPORTAMIENTO DEL PIB POR GRANDES RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

Producto Interno Bruto (PIB)

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Enero 2026

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Enero 2025 - 2026



Fuente: DANE, IPC.

- Resultados del mes de enero
- Resultado anual
- Resultados según nivel de ingresos por criterio absoluto
- Información adicional
- Ficha metodológica
- Glosario

1. RESULTADOS DEL MES DE ENERO 2026

1.1 Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases

1.1.1 Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En el mes de enero de 2026, el IPC registró una variación de 1,18% en comparación con diciembre de 2025, seis divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (1,18%): Restaurantes y hoteles (2,94%), Transporte (2,14%), Bebidas alcohólicas y tabaco (1,79%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,66%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (1,50%) y por último, Salud (1,21%). Por debajo se ubicaron: Bienes y servicios diversos (0,79%), Recreación y cultura (0,50%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,23%), Prendas de vestir y calzado (0,18%), Información y comunicación (0,06%) y por último, Educación (0,00%).

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Enero 2025 - 2026

Divisiones de Gasto	Peso (%)	2025		2026	
		Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	1,80	0,21	2,94	0,33
Transporte	12,93	1,71	0,23	2,14	0,29
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,64	0,01	1,79	0,03
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	1,52	0,30	1,66	0,31
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,70	0,03	1,50	0,06
Salud	1,71	1,04	0,02	1,21	0,02
TOTAL	100,00	0,94	0,94	1,18	1,18
Bienes y servicios diversos	5,36	0,54	0,03	0,79	0,04
Recreación y cultura	3,79	-0,18	-0,01	0,50	0,02
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,39	0,12	0,23	0,07
Prendas de vestir y calzado	3,98	-0,15	0,00	0,18	0,01
Información y comunicación	4,33	-0,19	-0,01	0,06	0,00
Educación	4,41	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: DANE, IPC
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (1,18%), se ubicaron en las divisiones de: Restaurantes y hoteles, Alimentos y bebidas no alcohólicas, Transporte y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, las cuales aportaron 1,00 puntos porcentuales a la variación total.

1.1.2 Variaciones y contribuciones de las subclases en el mes

En enero de 2026 en comparación con diciembre de 2025, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (3,36%), transporte urbano (5,11%), carne de res y derivados (2,55%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (2,38%), arriendo imputado (0,43%), servicio doméstico (5,16%), arriendo efectivo (0,41%), tomate (19,63%), papas (10,39%) y frutas frescas (2,39%).

Las subclases con mayores aportes negativos a la variación fueron: electricidad (-0,91%), transporte de pasajeros y equipaje en avión (-11,40%), suministro de agua (-0,58%), paquetes turísticos completos (-2,47%) y huevos (-1,60%).

Cuadro 2. IPC Variación y contribución mensual
Por principales subclases
Enero **2026**

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	3,36	0,26
Transporte urbano	5,11	0,24
Carne de res y derivados	2,55	0,06
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	2,38	0,06
Arriendo imputado	0,43	0,05
Servicio doméstico	5,16	0,05
Arriendo efectivo	0,41	0,04
Tomate	19,63	0,04
Papas	10,39	0,03
Frutas frescas	2,39	0,03

Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

2. RESULTADO ANUAL

2.1 Comportamiento de la variación anual del IPC según divisiones y subclases

2.1.1 Variación y contribución anual por divisiones de gasto

En el mes de enero de 2026, el IPC registró una variación de 5,35% en comparación con enero de 2025. En el último año, las divisiones Restaurantes y hoteles (9,01%), Bebidas alcohólicas y tabaco (7,58%), Salud (7,38%), Educación (7,36%) y por último, Transporte (5,79%) se ubicaron por encima del promedio nacional (5,35%). Entre tanto, las divisiones Bienes y servicios diversos (5,23%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (5,11%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (4,59%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (4,12%), Recreación y cultura (2,54%), Prendas de vestir y calzado (2,45%) y por último, Información y comunicación (1,48%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Cuadro 3. IPC Variación y contribución anual
Según divisiones de gasto
Enero 2025 - 2026

Divisiones de Gasto	Peso (%)	2025		2026	
		Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	8,06	0,88	9,01	1,01
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	5,08	0,09	7,58	0,13
Salud	1,71	5,47	0,09	7,38	0,12
Educación	4,41	10,62	0,40	7,36	0,29
Transporte	12,93	4,90	0,66	5,79	0,78
TOTAL	100,00	5,22	5,22	5,35	5,35
Bienes y servicios diversos	5,36	2,90	0,15	5,23	0,27
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	4,49	0,65	5,11	0,96
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	6,48	1,99	4,59	1,42
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,20	0,09	4,12	0,17
Recreación y cultura	3,79	-0,18	-0,01	2,54	0,08
Prendas de vestir y calzado	3,98	1,60	0,05	2,45	0,08
Información y comunicación	4,33	-0,99	-0,03	1,48	0,04

Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Restaurantes y hoteles, Alimentos y bebidas no alcohólicas, Transporte y Educación, las cuales en conjunto contribuyeron con 4,47 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

2.1.2 Variaciones y contribuciones de las subclases en el año

En enero de 2026 en comparación con enero de 2025, la variación anual de las subclases que más aportaron al índice total fueron: comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (9,19%), arriendo imputado (5,03%), arriendo efectivo (5,27%), transporte urbano (10,29%), carne de res y derivados (11,73%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (8,94%), café y productos a base de café (48,25%), educación preescolar y básica primaria (8,69%), suministro de agua (6,38%) y frutas frescas (9,23%). Las mayores contribuciones negativas se presentan en: electricidad (-4,00%), arroz (-7,01%), papas (-14,84%), tomate (-10,96%) y equipos de telefonía móvil, similares y reparación (-18,79%).

Cuadro 4. IPC Variación y contribución anual
Por principales subclases
Enero 2026

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	9,19	0,69
Arriendo imputado	5,03	0,64
Arriendo efectivo	5,27	0,49
Transporte urbano	10,29	0,49
Carne de res y derivados	11,73	0,28
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	8,94	0,21
Café y productos a base de café	48,25	0,14
Educación preescolar y básica primaria	8,69	0,13
Suministro de agua	6,38	0,13
Frutas frescas	9,23	0,12

Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

3. IPC SEGÚN NIVELES DE INGRESO POR CRITERIO ABSOLUTO*

3.1 Comportamiento de la variación mensual y anual del IPC según niveles de ingreso por criterio absoluto

Cuadro 5. IPC según niveles de ingreso por criterio absoluto
Total IPC
Enero 2025 - 2026

	Variación (%)			
	Mensual		Anual	
	2025	2026	2025	2026
Pobres	0,99	1,15	5,19	5,13
Vulnerables	1,05	1,26	5,09	5,18
Clase media	0,98	1,22	5,20	5,37
Ingresos altos	0,76	1,03	5,37	5,45
Total nivel de ingresos	0,94	1,18	5,22	5,35

Fuente: DANE, IPC.
* Se entiende por criterio absoluto el aplicado al caracterizar los hogares de acuerdo con un nivel de ingresos preestablecido.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

En enero de 2026, la variación mensual del IPC por nivel de ingresos fue: Pobres (1,15%), Vulnerables (1,26%), Clase media (1,22%), Ingresos altos (1,03%) y por último, Total nivel de ingresos (1,18%).

La variación anual del IPC por nivel de ingresos fue: Pobres (5,13%), Vulnerables (5,18%), Clase media (5,37%), Ingresos altos (5,45%) y por último, Total nivel de ingresos (5,35%).

2.2. TÉCNICO

COMPONENTE 1: FOMENTO, USO Y APROPIACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

El Internet es una red global que conecta millones de dispositivos y personas en todo el mundo, permitiendo el acceso a información, comunicación instantánea, entretenimiento, servicios y herramientas digitales. Su uso se ha convertido en una parte esencial de la vida cotidiana, transformando profundamente la forma en que las personas trabajan, aprenden, compran, se informan y se relacionan. Actualmente, el Internet es utilizado para una amplia variedad de propósitos, entre los que destacan:

Educación: facilita el aprendizaje a distancia, el acceso a recursos educativos y la interacción entre estudiantes y docentes.

Comunicación: permite la conexión entre personas a través de correos electrónicos, redes sociales, videollamadas y aplicaciones de mensajería instantánea.

Información: brinda acceso inmediato a noticias, investigaciones, datos oficiales y contenidos culturales.

Entretenimiento: ofrece plataformas de música, videos, videojuegos en línea, redes sociales y contenido multimedia diverso.

Servicios y trámites: posibilita realizar operaciones bancarias, compras en línea, trámites gubernamentales, reservas y más.

Trabajo: impulsa el teletrabajo, el trabajo colaborativo y nuevas formas de empleo y emprendimiento digital.

Si bien el Internet representa grandes oportunidades, su uso también conlleva riesgos como el acceso a información falsa, la pérdida de privacidad, el ciberacoso y la exposición a contenidos inapropiados. Por ello, es fundamental promover un uso responsable, ético y seguro de esta herramienta.

Convocatoria

El proceso de convocatoria tiene por objetivo lograr atraer el mayor número de futuros participantes que estén interesados en el proceso de sensibilización del uso del internet y sus ventajas y desventajas para cada uno de los ciudadanos.

La convocatoria se deberá difundir hacia la población en general del municipio de Arauca, por un término de una (1) semana.

ACTIVIDAD 1.1. DESARROLLAR ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Una vez realizada la convocatoria, antes de iniciar el proceso de inscripción y selección, se realizará la campaña publicitaria, que tendrá una duración de una (1) semana y contemplará los siguientes elementos a saber:

Realización de una pieza publicitaria de 35 segundos con el texto y efectos de audios acordados para emisión en radio u otro medio que permita la difusión sonora. Se realizará la producción de una (1) cuña radial para la promoción de la convocatoria del proyecto haciendo énfasis en la población a beneficiar y la temática de la sensibilización sobre el uso de internet.

Se tendrá en cuenta para la producción las características contempladas en el plan de medios vigente para la administración municipal. El material debe ser aprobado por el área de comunicaciones de la Alcaldía de Arauca y el supervisor del proyecto, antes de ser publicado.

Emisión de cuñas radiales. Con el objetivo de llegar a la mayor población se debe pautar un total de 30 cuñas radiales que se distribuirán en el transcurso de una (1) semana en emisoras locales y preferiblemente en espacios noticiosos. Las cuñas deben ser emitidas en 3 emisoras del Municipio de Arauca en una cantidad de 2 diarias (noticiero de la mañana y noticiero del medio día).

La emisión de cuñas se realizará conforme a las características del plan de medios vigente en la administración municipal y corresponde al ítem: "Emisión de 35 segundos en Espacio Noticioso".

Difusión en Redes Sociales y/o Plataformas Combo banners: Banner principal, Boletines, Cubrimiento de eventos, Mención de redes sociales (Facebook, Twitter) y audio por una semana.

En la actualidad las redes sociales son una herramienta de difusión con gran efectividad lo cual permite llegar a gran cantidad de personas con la información que se quiere dar a conocer.

Para ello esta difusión se realizará de acuerdo a las características del plan de medios vigente en la administración municipal y por un período de una semana, con el propósito de promocionar y difundir el alcance del proyecto y así garantizar un mayor número de la población juvenil, para lo cual se deberá realizar lo siguiente:

- ✓ Pautar segmento joven para la ciudad de Arauca en Facebook por una semana
- ✓ Video Tik Tok de 30 segundos
- ✓ Flyer para redes sociales (Facebook, Instagram, Historias)
- ✓ Banner para cabezote del home del portal institucional www.arauca-arauca.gov.co

Producción de una pieza publicitaria de 25 segundos en video. Usando los parámetros del guion entregado por la entidad.

De igual forma se debe elaborar un material de video que a través de las plataformas de Facebook, Instagram y YouTube permita incentivar el interés de la población en general de participar en la sensibilización del uso de internet.

Este ítem se realizará de acuerdo a las características del plan de medios vigente en la administración municipal y corresponde al ítem: "Producción de una pieza publicitaria de 25 segundos en video. Usando los parámetros del guion entregado por la entidad".

Productos a entregar:
Una (01) estrategia de promoción y difusión realizada

Soportes:
- ✓ Video de 25 segundos para Facebook, Instagram y YouTube
- ✓ Pauta segmento joven para la ciudad de Arauca para Facebook por una semana
- ✓ Video Tik Tok de 30 segundos
- ✓ Flyer para redes sociales (Facebook, Instagram, Historias)
- ✓ Banner para cabezote del home del portal institucional www.arauca-arauca.gov.co
- ✓ Certificado o pantallazos de la difusión en redes sociales
- ✓ Pieza publicitaria de 35 segundos para emisión en radio u otro medio
- ✓ Certificado de la emisión de las cuñas radiales

ACTIVIDAD 2. TALLER DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL USO DE INTERNET

El desarrollo de la actividad es de gran importancia para la comunidad, ya que al sensibilizar sobre el uso de internet es fundamental hoy en día porque, aunque esta herramienta ofrece múltiples beneficios, también implica riesgos si no se utiliza de forma consciente, crítica y responsable.

Es necesario conocer los riesgos digitales y generar la protección necesaria, fomentar el pensamiento crítico, promover la convivencia digital, reducir la brecha digital y hacer un uso consciente y saludable del internet. En resumen, sensibilizar sobre el uso de Internet es clave para que las personas no solo se conecten, sino que lo hagan de forma segura, crítica, ética y provechosa.

En cuanto a la participación de la comunidad en estos talleres, ana vez termine la campaña publicitaria y relacionada con la promoción y difusión del alcance del proyecto e invitación a la comunidad en general a participar en todo el proceso de ejecución de las actividades, se procede a desarrollar la temática con las personas previamente inscritas y que tengan conocimiento en el uso de internet.

Metodología: Comprende el desarrollo de cuatro (04) talleres de sensibilización distribuidos de la siguiente manera: Cada Taller será de noventa (90) minutos y con una participación máxima de veinte (20) personas. Para el desarrollo de cada taller se dispondrá de un espacio y/o auditorio adecuado con buenas condiciones de ventilación e iluminación, equipos tecnológicos y sonido. La temática a desarrollar en los talleres contempla las siguientes temáticas:

Estructura de Taller

1. Inicio – Activación y diagnóstico (15 min)
2. Seguridad Digital (20 min)
3. Redes Sociales y Ciberacoso (25 min)
4. Noticias falsas y pensamiento crítico (20 min)
5. Compromiso digital (10 min)

Producto a Entregar:
Cuatro (4) talleres de sensibilización sobre el uso de internet realizados.

Soporte:
- ✓ Un (1) informe ejecutivo del desarrollo de la actividad, que contemple las actividades realizadas en la sensibilización del uso del internet
- ✓ Memorias del taller en medio magnético.
- ✓ Listado de asistencia con enfoque diferencial
- ✓ Registro fotográfico

COMPONENTE 2: ACTUALIZACIÓN DE ZONAS WIFI

Una zona WiFi, también conocida como punto de acceso WiFi o hotspot, es un área geográfica limitada donde se ofrece acceso inalámbrico a internet a través de una red WiFi. Estas zonas pueden ser públicas o privadas y permiten a los usuarios conectarse a Internet desde dispositivos como teléfonos móviles, laptops, tablets, entre otros.
Para este proyecto la zona wifi que se va a intervenir corresponde a la que está ubicada en el Centro Administrativo Municipal – CAM y que se usa en toda la Plazoleta de la Alcaldía de Arauca. Para el desarrollo del componente se contempla el desarrollo de lo siguiente:

ACTIVIDAD 1. DIAGNÓSTICO Y PLANIFICACIÓN DE ZONAS WIFI

El desarrollo de la actividad consiste en analizar las condiciones técnicas y operativas del área o espacio para implementar o mejorar la conectividad inalámbrica. La actividad contempla la evaluación de la infraestructura existente, el estudio del sitio, interferencias y cantidad de usuarios, así como la definición de ubicaciones estratégicas, equipos necesarios y acciones a seguir para asegurar un servicio WiFi eficiente, estable y seguro.

Lo anterior, permitirá realizar una evaluación de las características actuales de la zona wifi gratuita que se va a intervenir y definir los objetivos que se plantean con la actualización de la zona.

Los procesos a ejecutar en esta etapa son los siguientes:

- **Estudio del sitio:** Verificar si el lugar cuenta con conexión a Internet, condiciones eléctricas, y seguridad.
- **Encuesta comunitaria o consulta participativa:** Conocer cuántas personas usarían la red, en qué horarios y con qué propósito.
- **Mapeo de cobertura:** Medir el área donde se desea ofrecer WiFi y los puntos estratégicos para ubicar los equipos.

- **Elaboración del plan técnico:** Definir tipo de equipos, presupuesto, velocidad mínima, número de usuarios esperados.

Productos a entregar:
Un (1) documento de diagnóstico y planificación de la actualización de la zona wifi

Soportes:
- ✓ Informe técnico y metodológico del desarrollo de la actividad
- ✓ Registro fotográfico del estado actual

ACTIVIDAD 2. INSTALACIÓN Y PUESTA EN FUNCIONAMIENTO DE LA ZONA WIFI

Una vez finalizada la actividad de diagnóstico y planificación, se procede a la instalación y configuración de los equipos necesarios para habilitar la zona de acceso inalámbrico a Internet. Para lo cual se procederá a realizar la actualización de la zona wifi de la Plazoleta de la Alcaldía de Arauca de acuerdo a las siguientes actividades:

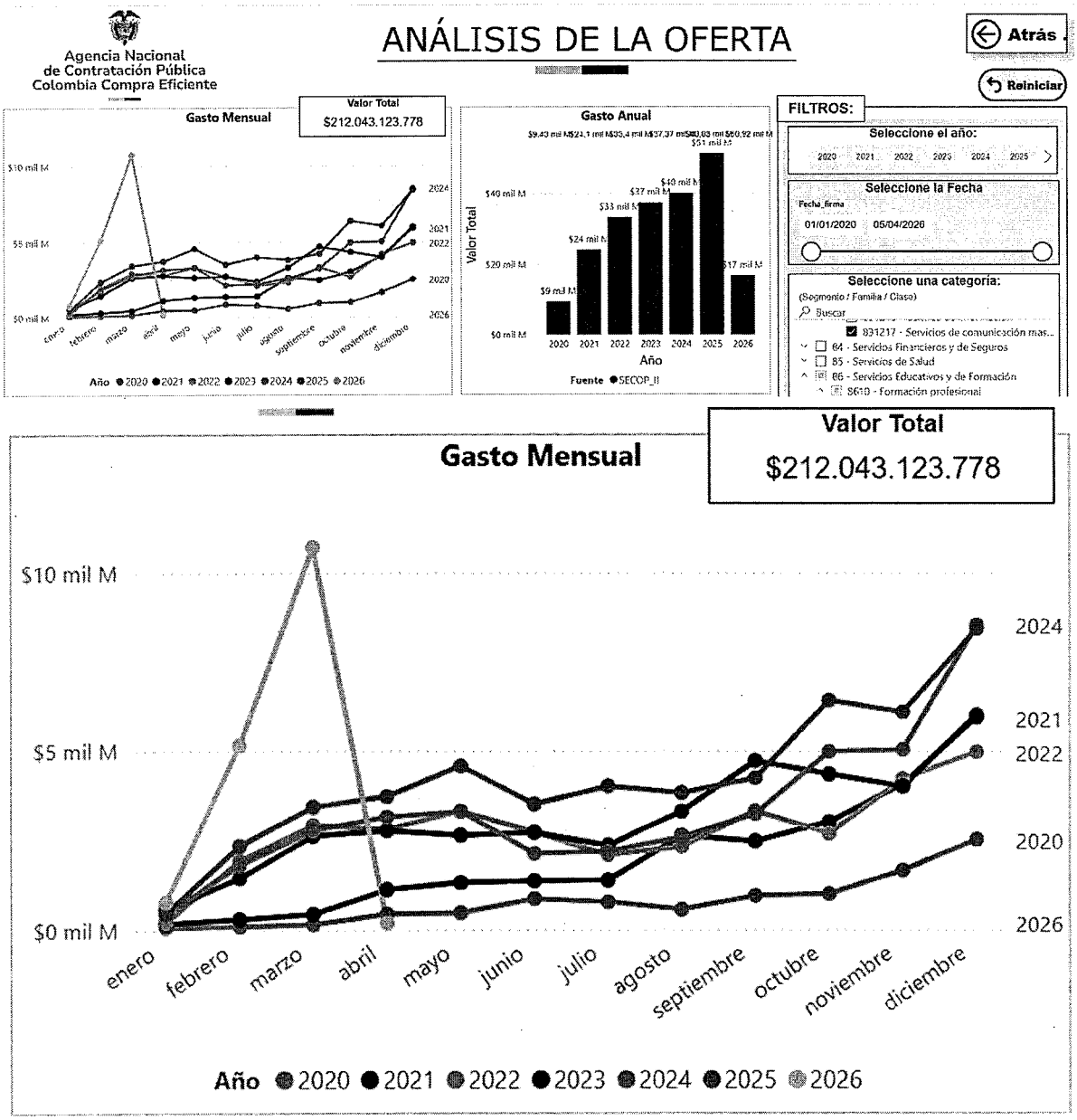
1. Se deben actualizar los equipos actuales teniendo en cuenta que llevan en funcionamiento varios años y en este momento no se pueden tener las métricas para establecer las estadísticas de uso de la zona wifi.
2. Se debe llevar a cabo adquisición e instalación de los equipos nuevos que permitan el funcionamiento óptimo de la zona wifi.
3. Realizar la configuración técnica y así programar los dispositivos para limitar velocidad por usuario, filtrar contenidos si es necesario, y proteger la red.
4. Realización de Pruebas de Conectividad: Verificar velocidad, estabilidad de la señal y cantidad de dispositivos conectados.
5. Se debe socializar con la comunidad el funcionamiento de la zona wifi y sus beneficios para las personas.
6. Se debe realizar una actividad de mantenimiento con el objetivo de que no se presenten

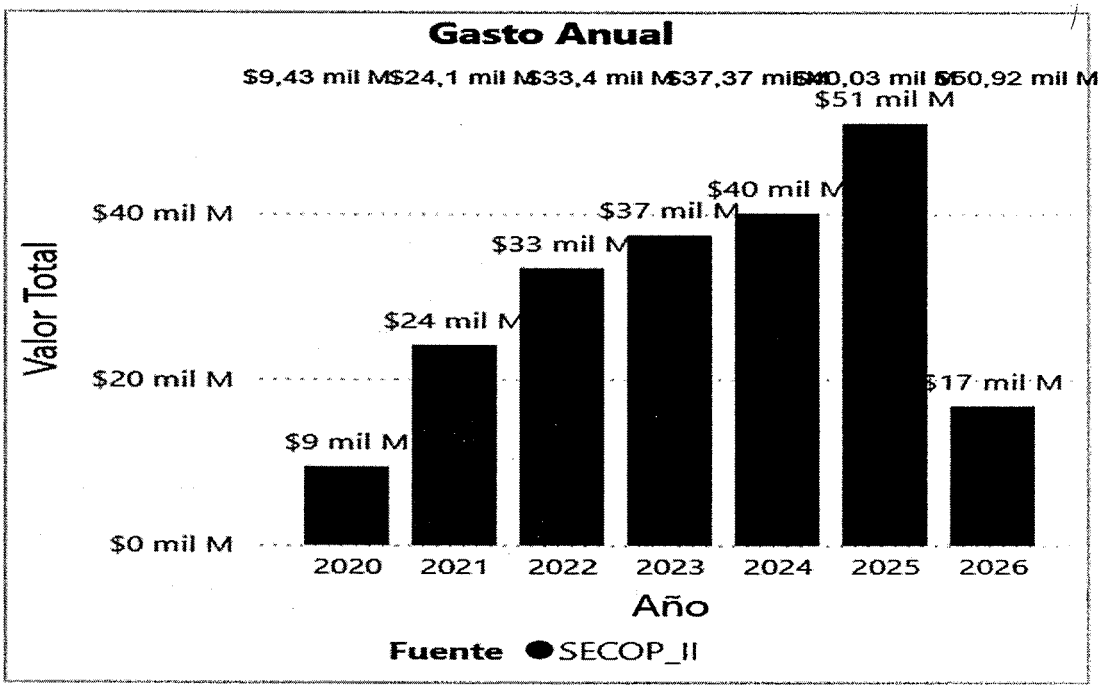
Para el correcto funcionamiento de la red wifi gratuita en la plazoleta de la Alcaldía, se debe garantizar el servicio de internet por un año con operador de internet local. Una vez finalizado el año de servicio de internet la alcaldía municipal a través de su operador de internet garantizará el servicio de internet para la zona wifi.

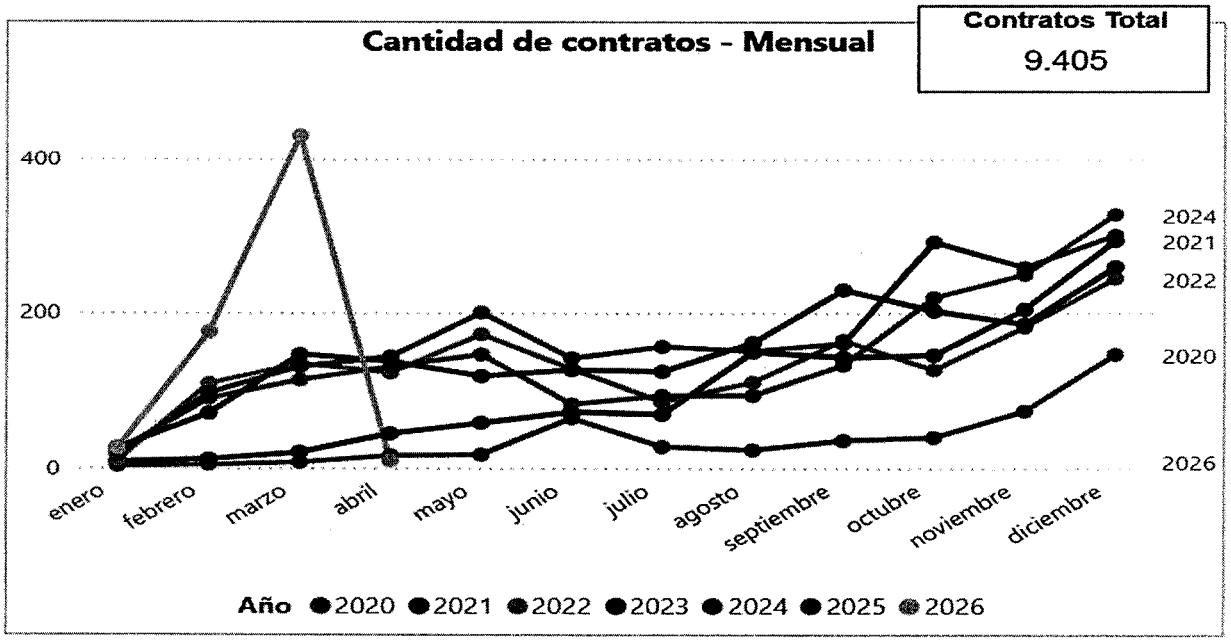
Productos a entregar:
Una (1) zona wifi instalada y en funcionamiento

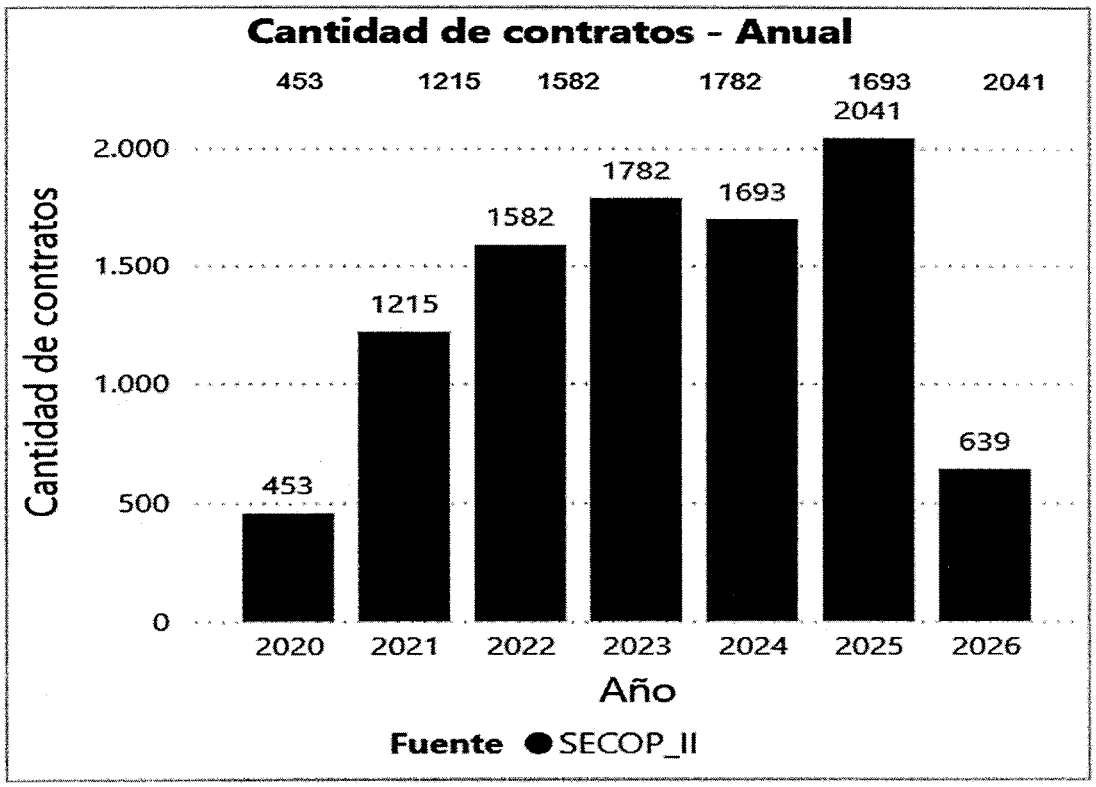
Soportes:
- ✓ Informe técnico y metodológico del desarrollo de la actividad
- ✓ Registro Fotográfico de la actividad realizada

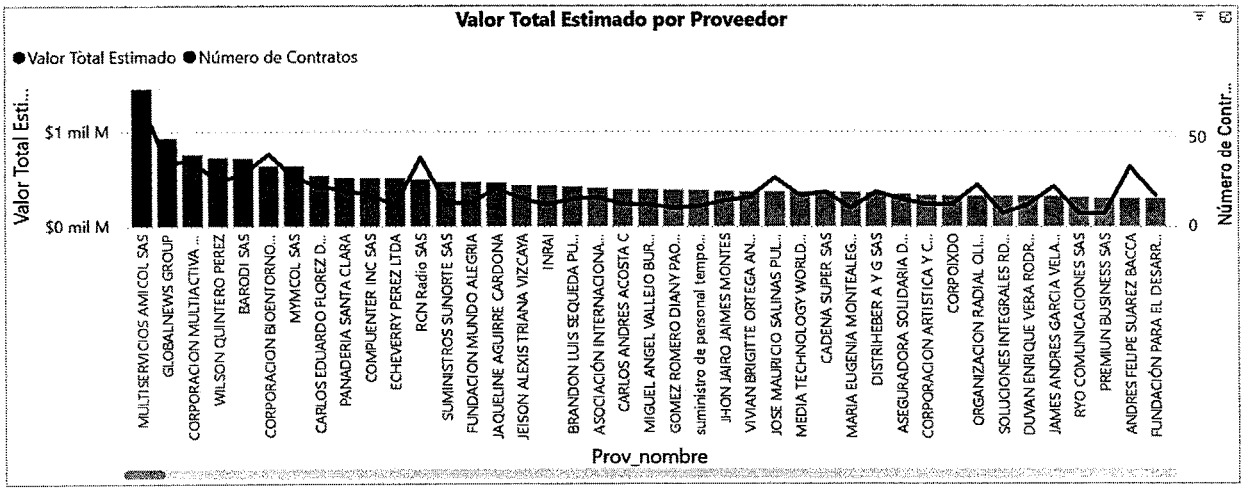
2.3. ESTUDIO DE LA OFERTA

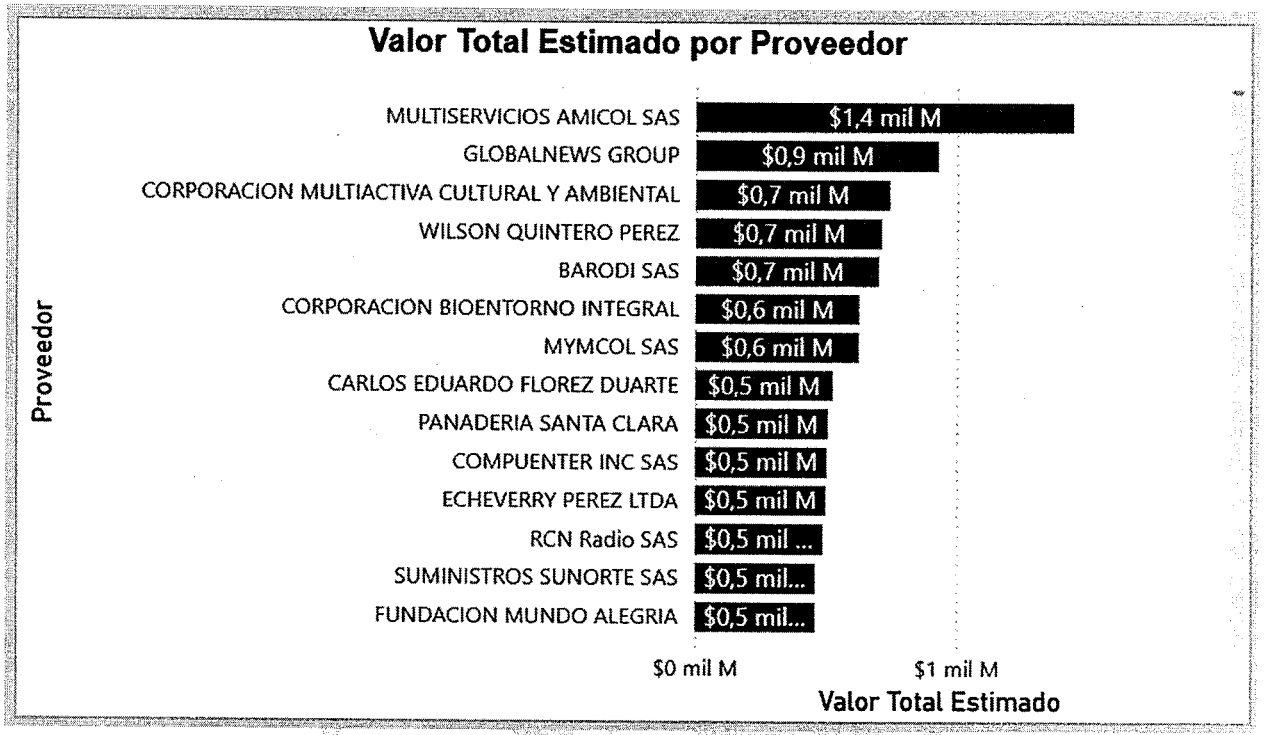


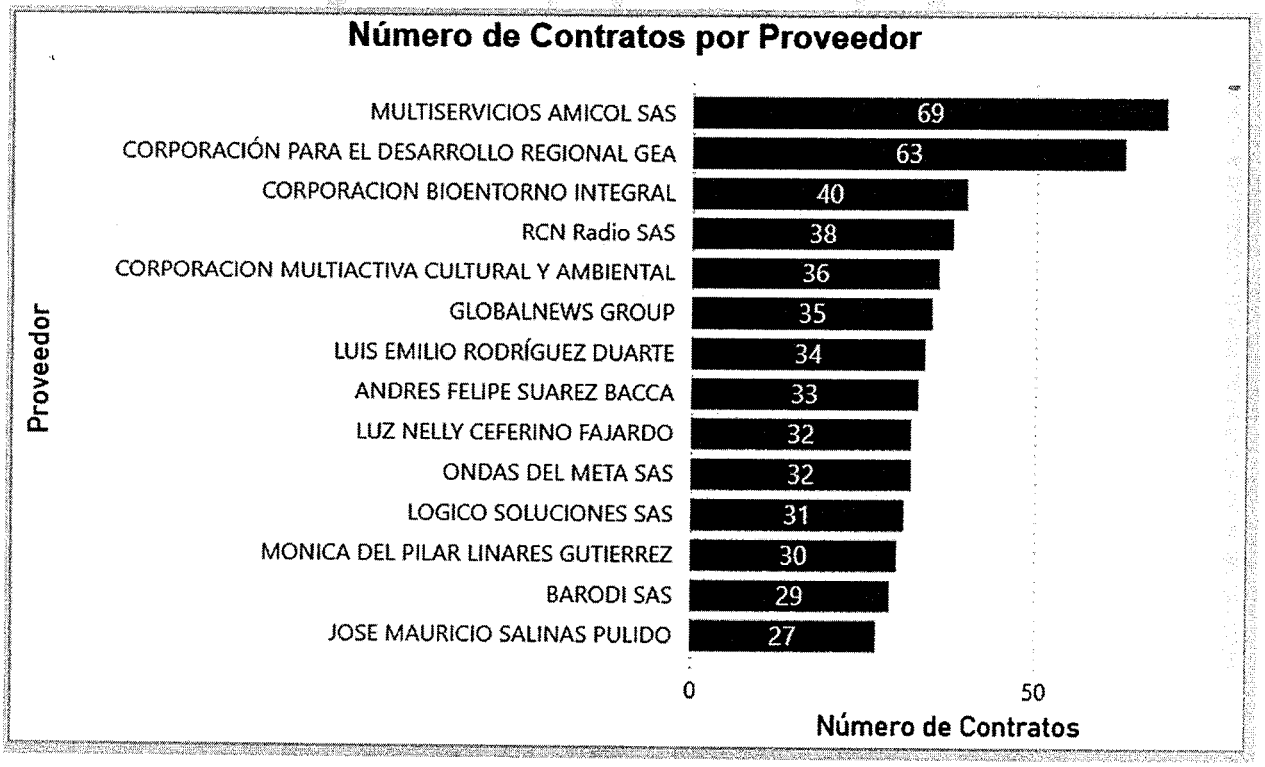

Gasto Anual
$9,43 mil M
$24,1 mil M
$33,4 mil M
$37,37 mil M
$40,03 mil M
$60,92 mil M
$51 mil M
$40 mil M
$37 mil M
$33 mil M
$24 mil M
$20 mil M
$17 mil M
$9 mil M
$0 mil M
Valor Total
2020
2021
2022
2023
2024
2025
2026
Año
Fuente SECOP_II

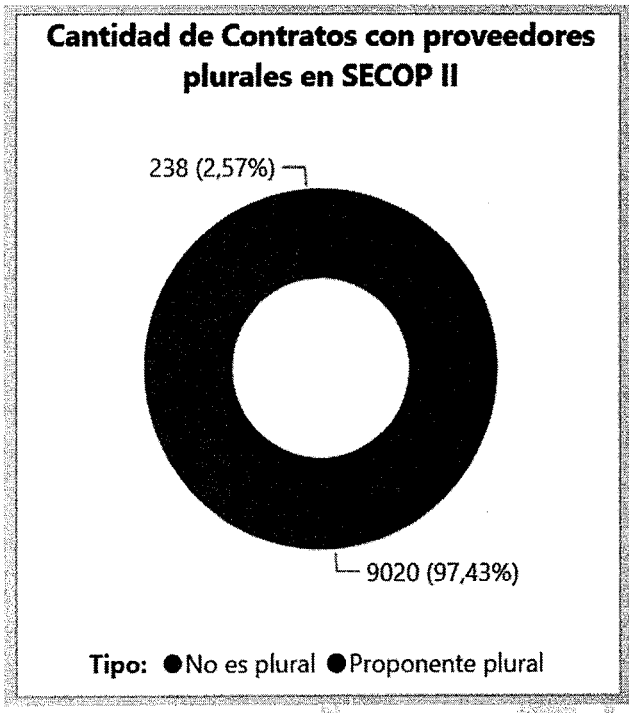

Cantidad de contratos - Mensual
Contratos Total
9.405
400
200
0
enero
febrero
marzo
abril
mayo
junio
julio
agosto
septiembre
octubre
noviembre
diciembre
2024
2021
2022
2020
2026
Año 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026

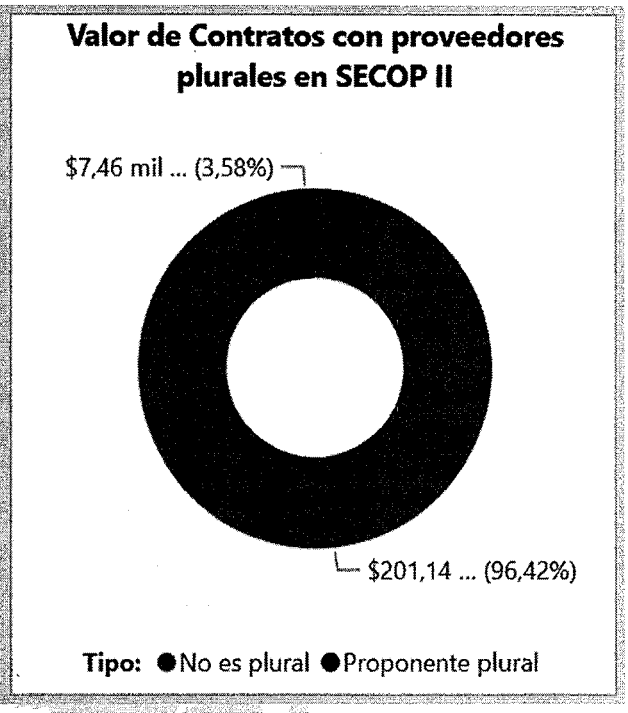

Cantidad de contratos - Anual
453
1215
1582
1782
1693
2041
2.000
1.500
1.000
500
0
Cantidad de contratos
2020
2021
2022
2023
2024
2025
2026
Año
Fuente
SECOP_II

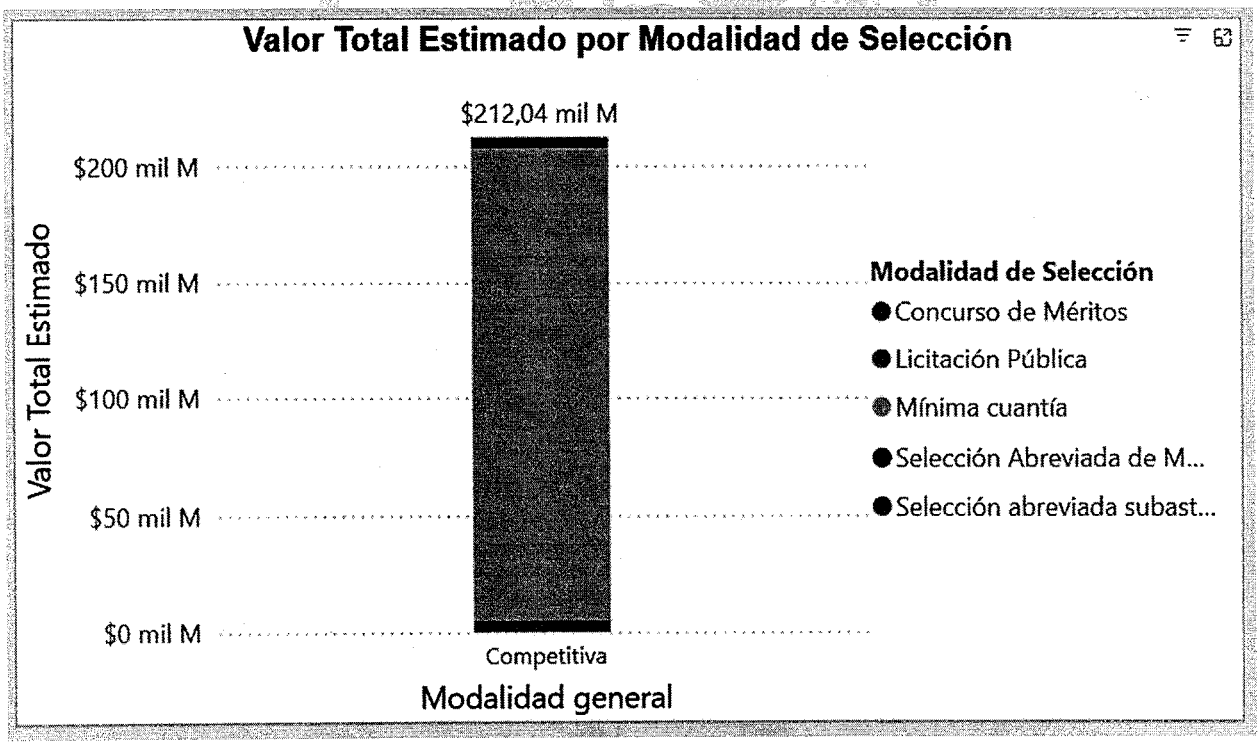

Valor Total Estimado por Proveedor
Valor Total Estimado
Número de Contratos
Valor Total Esti...
$1 mil M
$0 mil M
Número de Contr...
50
0
MULTISERVICIOS AMICOL SAS
GLOBALNEWS GROUP
CORPORACION MULTIACTIVA ...
WILSON QUINTERO PEREZ
BARODI SAS
CORPORACION BIOENTORNO...
MYMCOL SAS
CARLOS EDUARDO FLOREZ D...
PANADERIA SANTA CLARA
COMPUENTER INC SAS
ECHEVERRY PEREZ LTDA
RCN Radio SAS
SUMINISTROS SUNORTE SAS
FUNDACION MUNDO ALEGRIA
JAQUELINE AGUIRRE CARDONA
JEISON ALEXIS TRIANA VIZCAYA
INRAI
BRANDON LUIS SEQUEDA PU...
ASOCIACIÓN INTERNACIONA...
CARLOS ANDRES ACOSTA C
MIGUEL ANGEL VALLEJO BUR...
GOMEZ ROMERO DIANY PAO...
suministro de personal tempo...
JHON JAIRO JAIMES MONTES
VIVIAN BRIGITTE ORTEGA AN...
JOSE MAURICIO SALINAS PUL...
MEDIA TECHNOLOGY WORLD...
CADENA SUPER SAS
MARIA EUGENIA MONTEALEG...
DISTRIHEBER A Y G SAS
ASEGURADORA SOLIDARIA D...
CORPORACION ARTISTICA Y C...
CORPOIXDO
ORGANIZACION RADIAL OLI...
SOLUCIONES INTEGRALES RD...
DUVAN ENRIQUE VERA RODR...
JAMES ANDRES GARCIA VELA...
RYO COMUNICACIONES SAS
PREMIUN BUSINESS SAS
ANDRES FELIPE SUAREZ BACCA
FUNDACIÓN PARA EL DESARR...
Prov_nombre

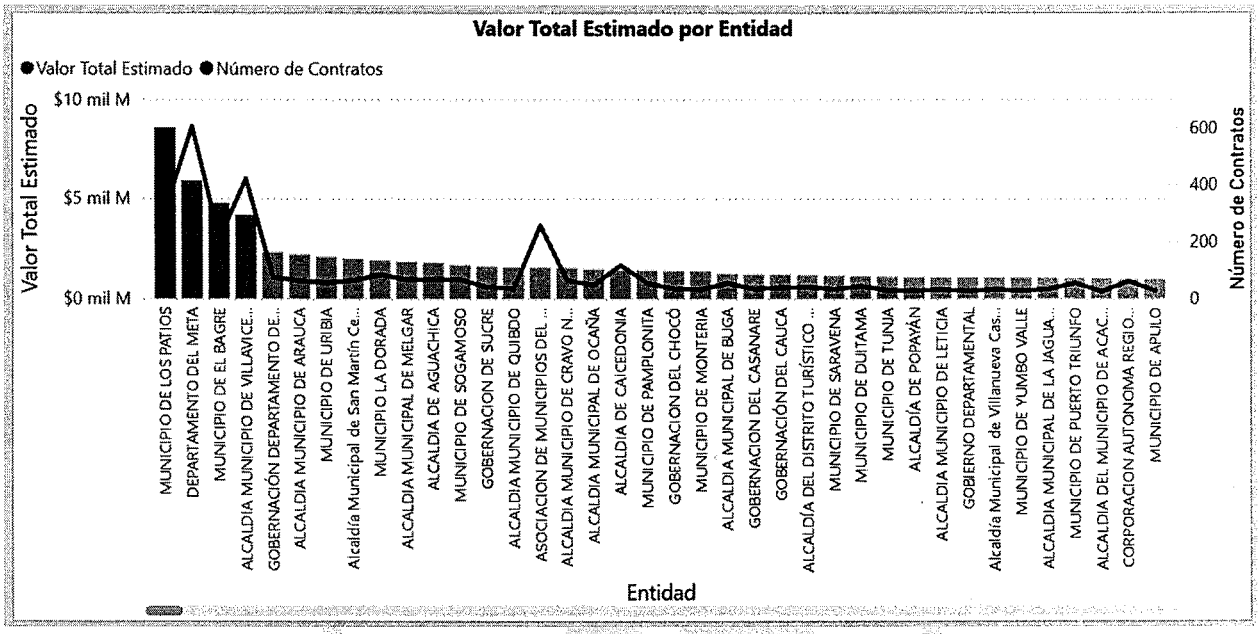

Valor Total Estimado por Proveedor
MULTISERVICIOS AMICOL SAS
GLOBALNEWS GROUP
CORPORACION MULTIACTIVA CULTURAL Y AMBIENTAL
WILSON QUINTERO PEREZ
BARODI SAS
CORPORACION BIOENTORNO INTEGRAL
MYMCOL SAS
CARLOS EDUARDO FLOREZ DUARTE
PANADERIA SANTA CLARA
COMPUENTER INC SAS
ECHEVERRY PEREZ LTDA
RCN Radio SAS
SUMINISTROS SUNORTE SAS
FUNDACION MUNDO ALEGRIA
$1,4 mil M
$0,9 mil M
$0,7 mil M
$0,7 mil M
$0,7 mil M
$0,6 mil M
$0,6 mil M
$0,5 mil M
$0,5 mil M
$0,5 mil M
$0,5 mil M
$0,5 mil ...
$0,5 mil...
$0,5 mil...
Proveedor
$0 mil M
$1 mil M
Valor Total Estimado


Número de Contratos por Proveedor
MULTISERVICIOS AMICOL SAS
CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO REGIONAL GEA
CORPORACION BIOENTORNO INTEGRAL
RCN Radio SAS
CORPORACION MULTIACTIVA CULTURAL Y AMBIENTAL
GLOBALNEWS GROUP
LUIS EMILIO RODRÍGUEZ DUARTE
ANDRES FELIPE SUAREZ BACCA
LUZ NELLY CEFERINO FAJARDO
ONDAS DEL META SAS
LOGICO SOLUCIONES SAS
MONICA DEL PILAR LINARES GUTIERREZ
BARODI SAS
JOSE MAURICIO SALINAS PULIDO
69
63
40
38
36
35
34
33
32
32
31
30
29
27
Proveedor
0
50
Número de Contratos


Cantidad de Contratos con proveedores plurales en SECOP II
238 (2,57%)
9020 (97,43%)
Tipo: No es plural Proponente plural


Valor de Contratos con proveedores plurales en SECOP II
$7,46 mil ... (3,58%)
$201,14 ... (96,42%)
Tipo: No es plural Proponente plural

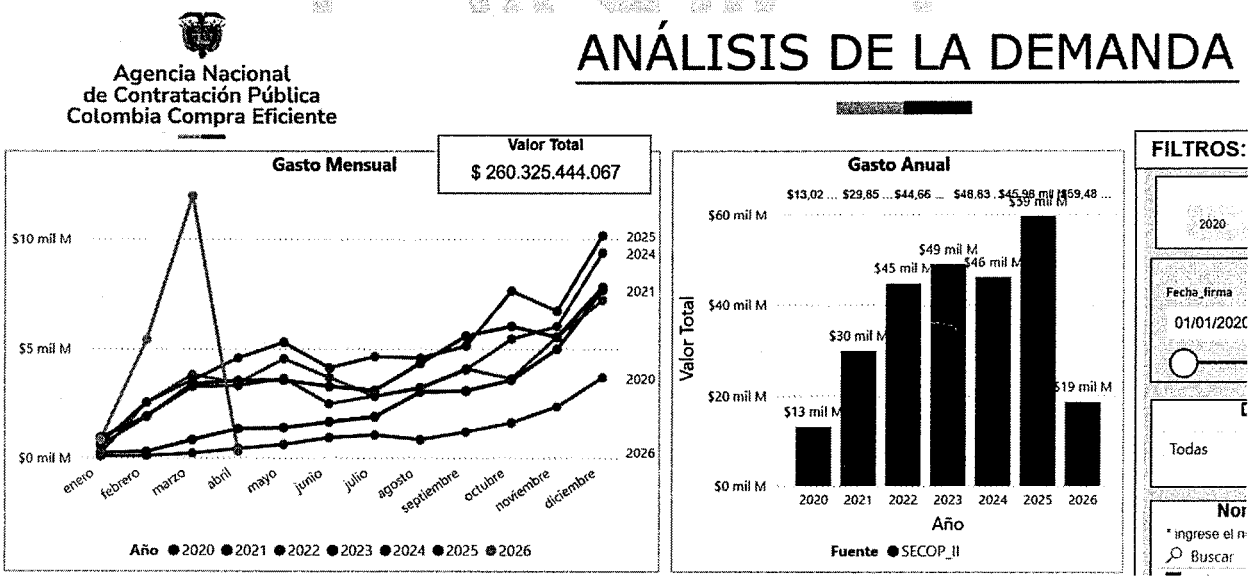

Valor Total Estimado por Modalidad de Selección
$212,04 mil M
$200 mil M
$150 mil M
$100 mil M
$50 mil M
$0 mil M
Valor Total Estimado
Competitiva
Modalidad general
Modalidad de Selección
Concurso de Méritos
Licitación Pública
Mínima cuantía
Selección Abreviada de M...
Selección abreviada subast...

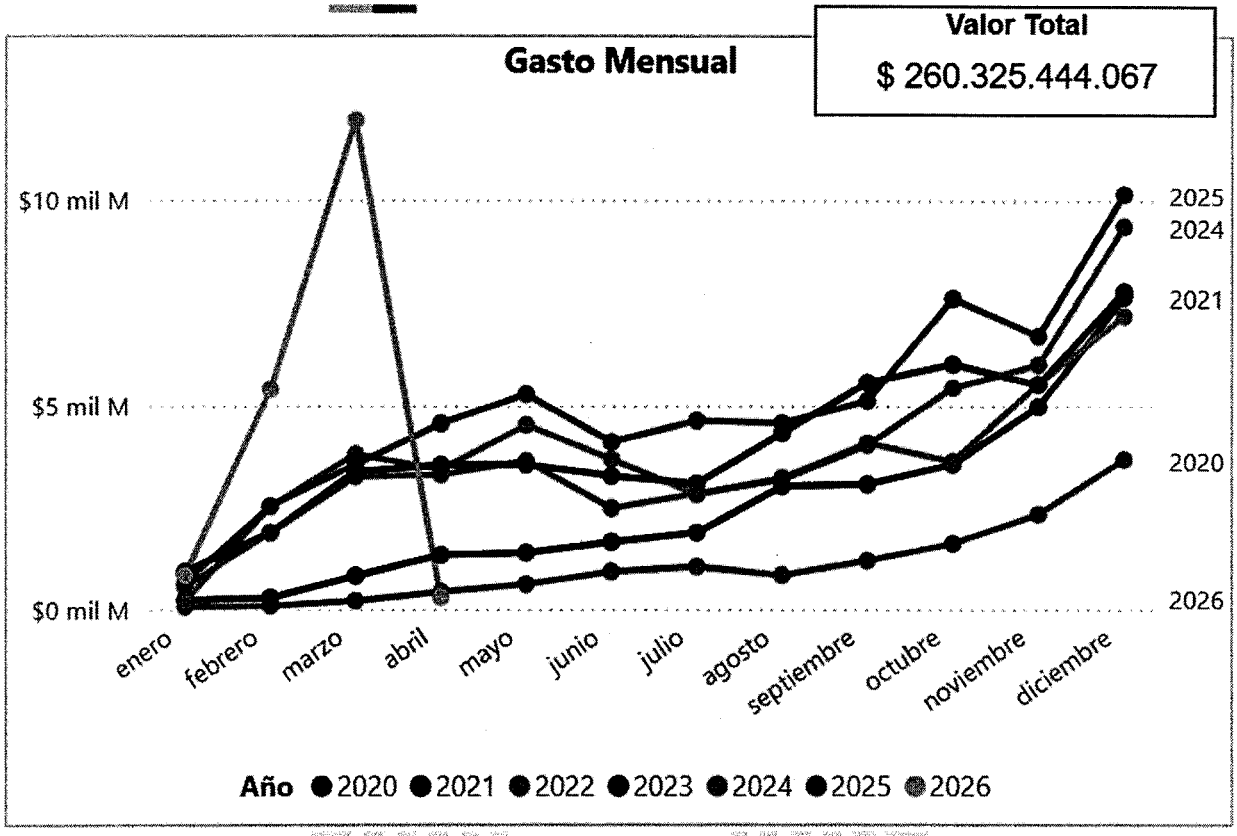


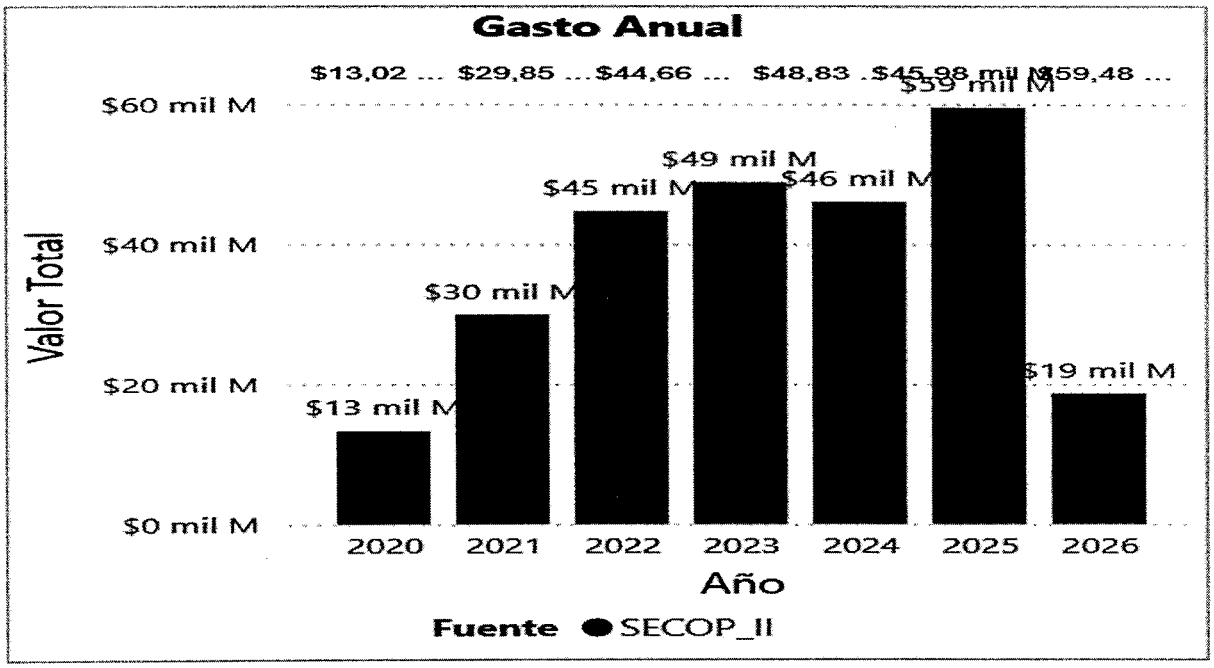
Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

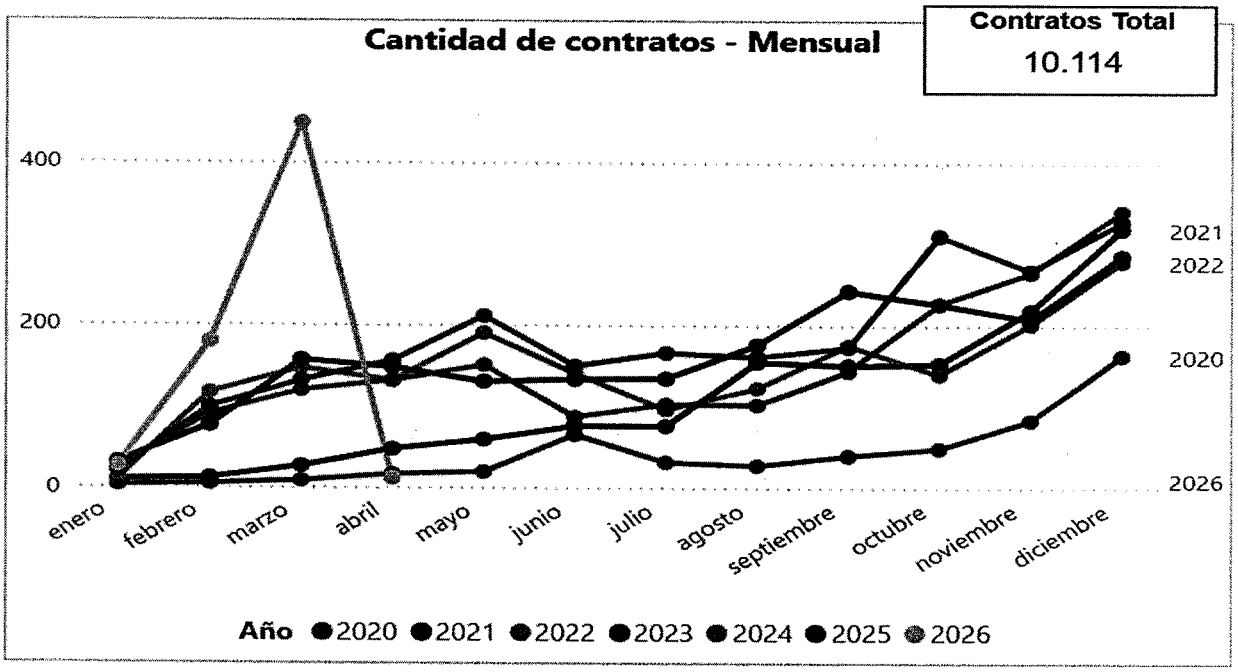
Año	2024			2025			2026			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	ticipación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8010 - Servicios de asesoría de gestión	3,16%	391	$10.980.802.958	5,18%	59	$1.575.847.574	0,74%	1829	$41.938.798.246	19,78%
8011 - Servicios de recursos humanos	11,81%	1081	$28.818.338.183	13,59%	444	$12.064.218.033	5,69%	4694	$118.586.526.733	55,93%
8210 - Publicidad	1,73%	329	$5.269.565.242	2,49%	61	$1.334.655.245	0,63%	1656	$23.201.474.028	10,94%
8311 - Servicios de medios de telecomunicaciones	0,21%	18	$337.560.010	0,16%	10	$238.851.848	0,11%	85	$1.707.397.365	0,81%
8312 - Servicios de información	0,79%	73	$1.629.895.170	0,77%	47	$1.110.680.836	0,52%	441	$9.958.651.230	4,70%
8610 - Formación profesional	1,18%	149	$3.878.978.415	1,83%	18	$468.702.530	0,22%	700	$16.650.276.176	7,85%
Total	18,88%	2041	$50.915.139.978	24,01%	639	$16.792.956.066	7,92%	9405	$212.043.123.778	100,00%

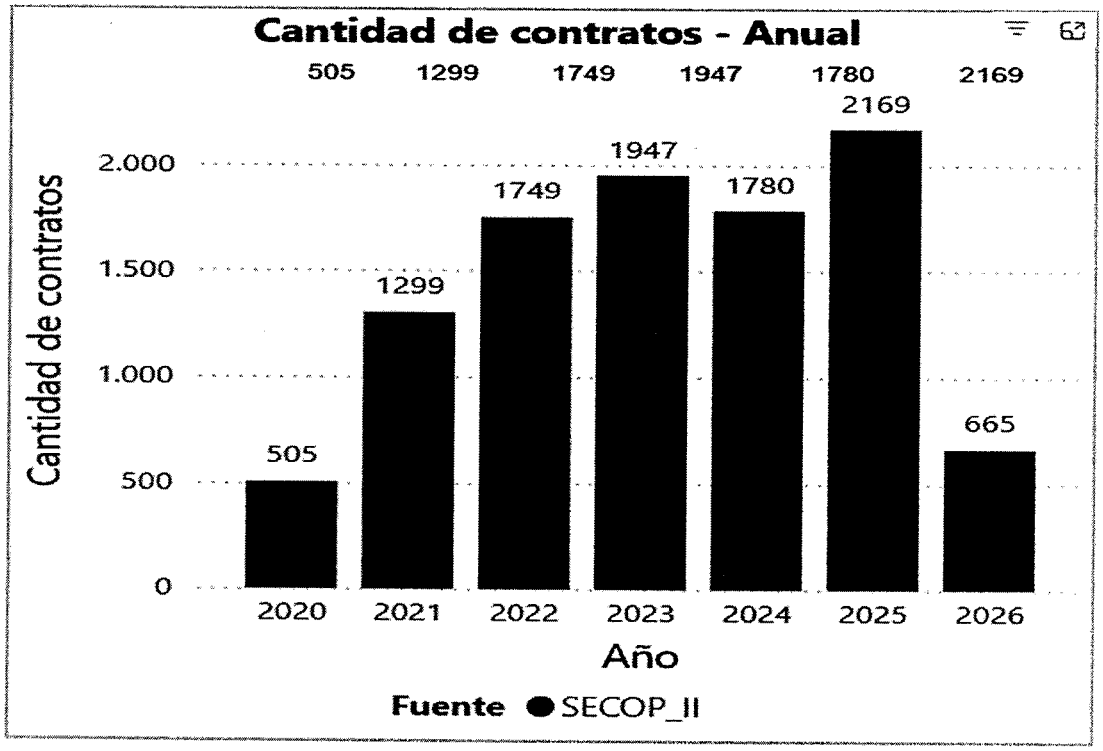
2.4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

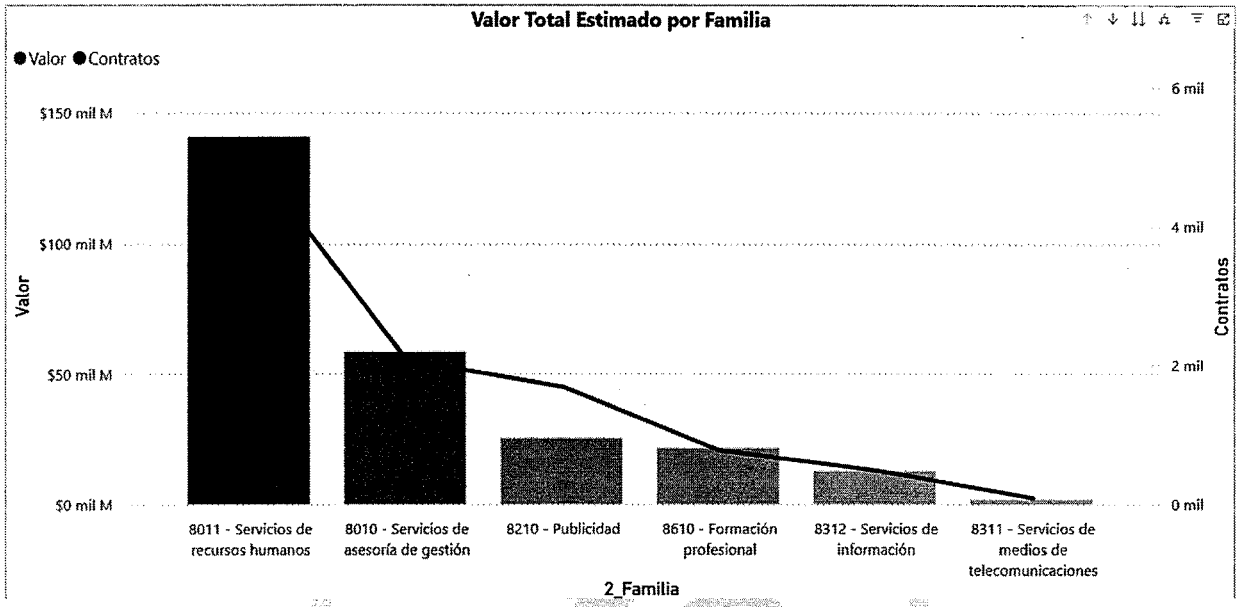



Gasto Mensual
Valor Total
$ 260.325.444.067
$10 mil M
$5 mil M
$0 mil M
2025
2024
2021
2020
2026
enero
febrero
marzo
abril
mayo
junio
julio
agosto
septiembre
octubre
noviembre
diciembre
Año 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026


Gasto Anual
$13,02 ... $29,85 ... $44,66 ... $48,83 ... $45,98 mil M $59,48 ...
$60 mil M
$40 mil M
$20 mil M
$0 mil M
Valor Total
$13 mil M
$30 mil M
$45 mil M
$49 mil M
$46 mil M
$59 mil M
$19 mil M
2020
2021
2022
2023
2024
2025
2026
Año
Fuente SECOP_II


Cantidad de contratos - Mensual
Contratos Total
10.114
400
200
0
enero
febrero
marzo
abril
mayo
junio
julio
agosto
septiembre
octubre
noviembre
diciembre
2021
2022
2020
2026
Año 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026


Cantidad de contratos - Anual
505
1299
1749
1947
1780
2169
2.000
1.500
1.000
500
0
Cantidad de contratos
2020
2021
2022
2023
2024
2025
2026
Año
Fuente SECOP_II

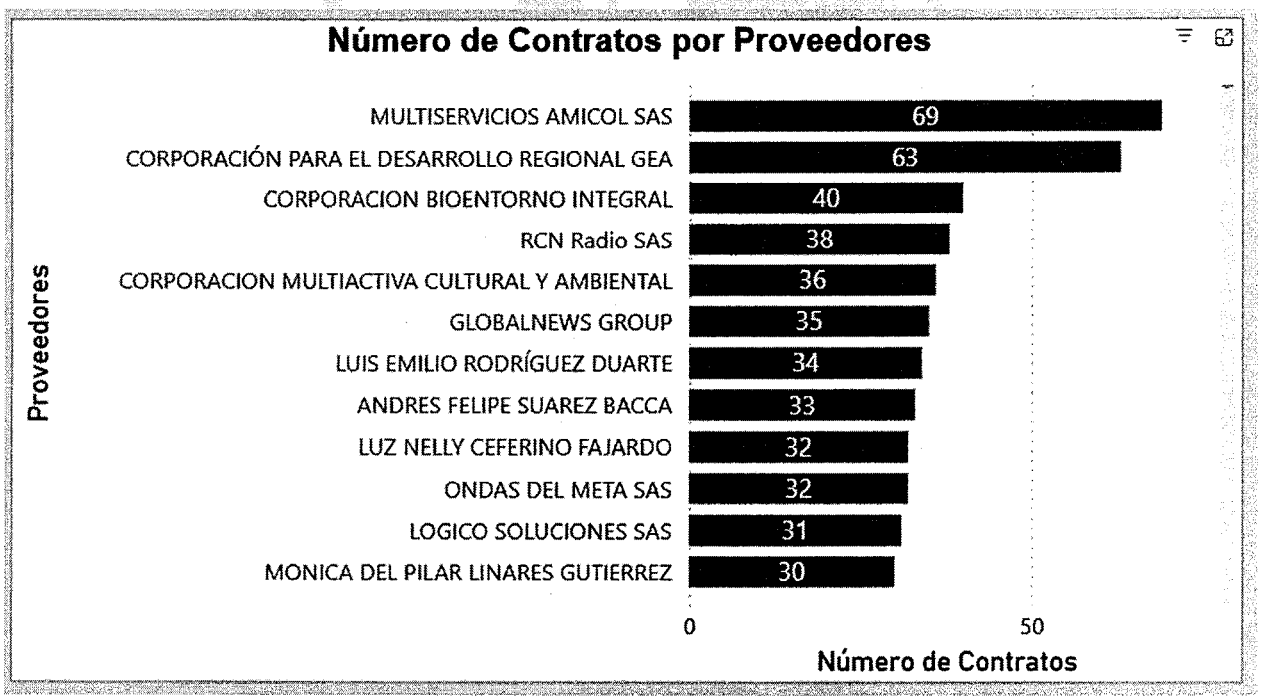


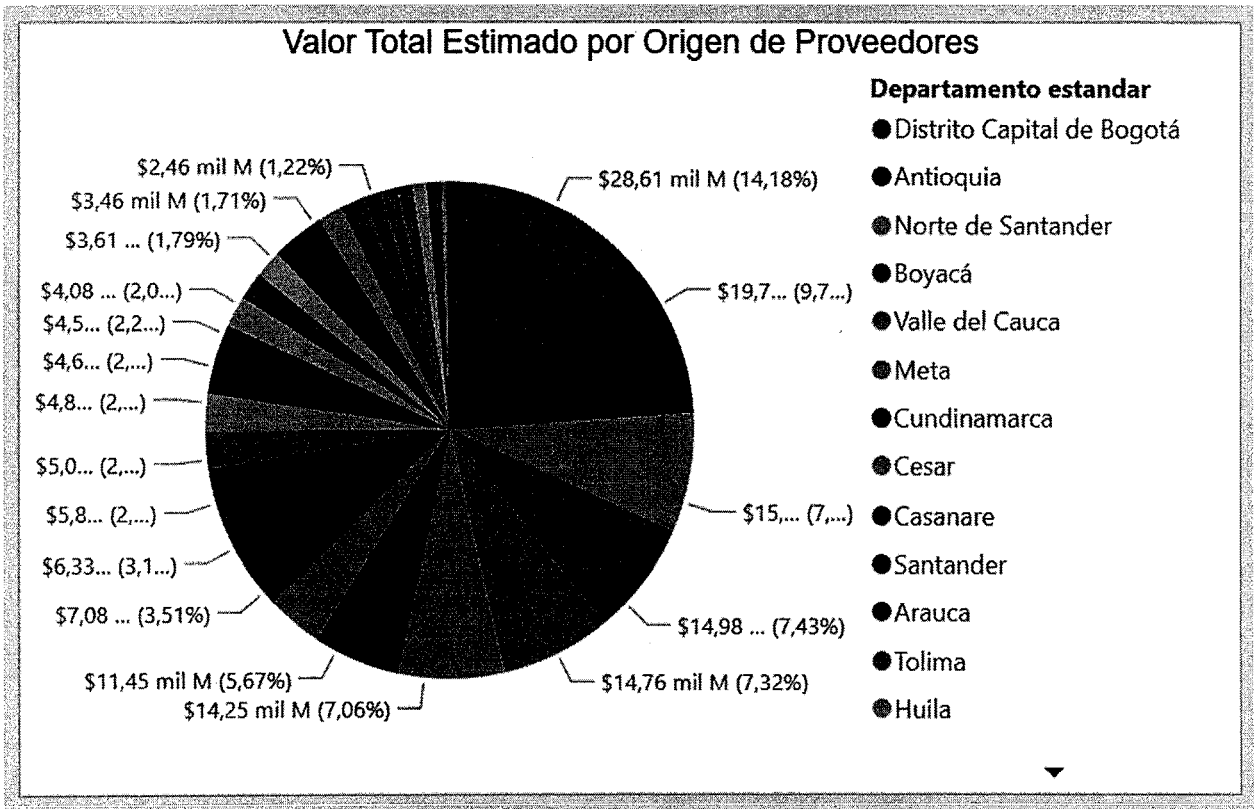
Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

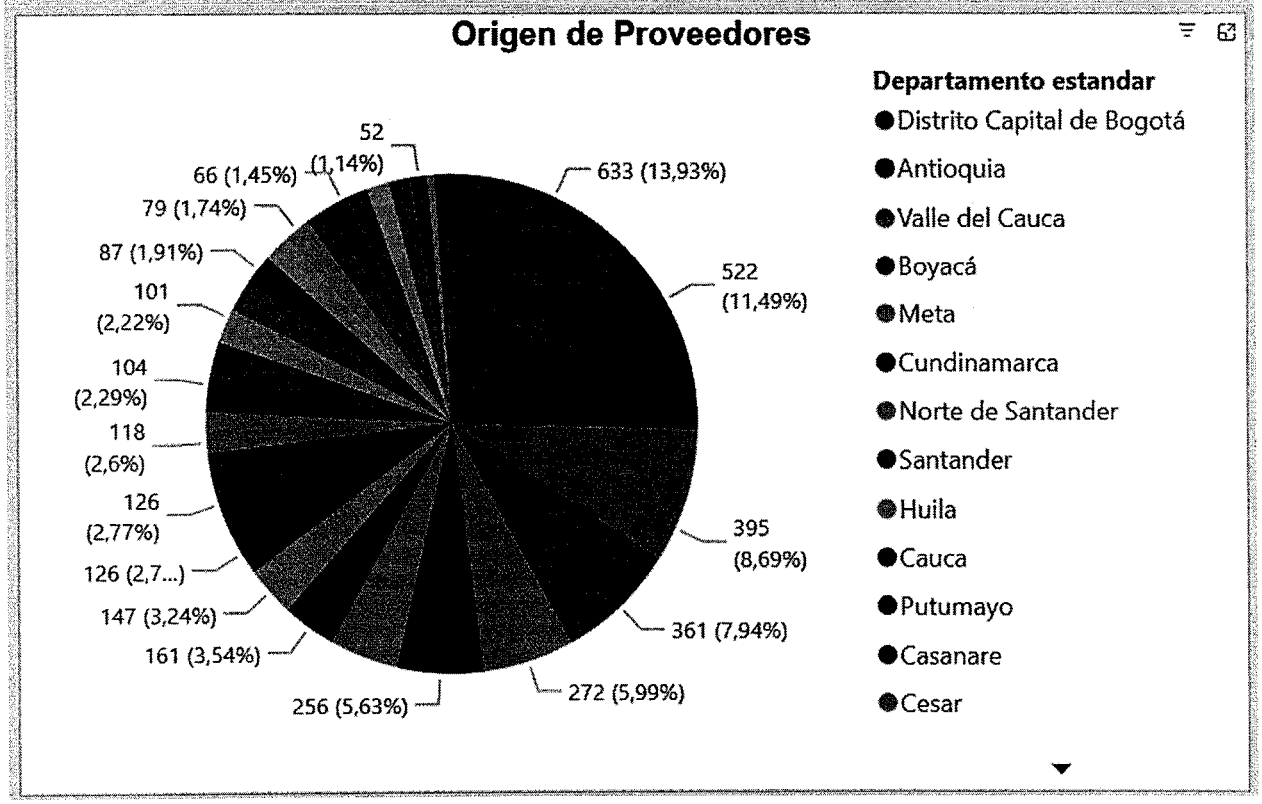
Año	2024			2025			2026			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	ticipación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8011 - Servicios de recursos humanos	11,81%	1081	$28.818.338.183	13,59%	444	$12.064.218.033	5,69%	4694	$118.586.526.733	55,93%
8010 - Servicios de asesoría de gestión	3,16%	391	$10.980.802.958	5,18%	59	$1.575.847.574	0,74%	1829	$41.938.798.246	19,78%
8210 - Publicidad	1,73%	329	$5.269.565.242	2,49%	61	$1.334.655.245	0,63%	1656	$23.201.474.028	10,94%
8610 - Formación profesional	1,18%	149	$3.878.978.415	1,83%	18	$468.702.530	0,22%	700	$16.650.276.176	7,85%
8312 - Servicios de información	0,79%	73	$1.629.895.170	0,77%	47	$1.110.680.836	0,52%	441	$9.958.651.230	4,70%
8311 - Servicios de medios de telecomunicaciones	0,21%	18	$337.560.010	0,16%	10	$238.851.848	0,11%	85	$1.707.397.365	0,81%
Total	**18,88%**	**2041**	**$50.915.139.978**	**24,01%**	**639**	**$16.792.956.066**	**7,92%**	**9405**	**$212.043.123.778**	**100,00%**

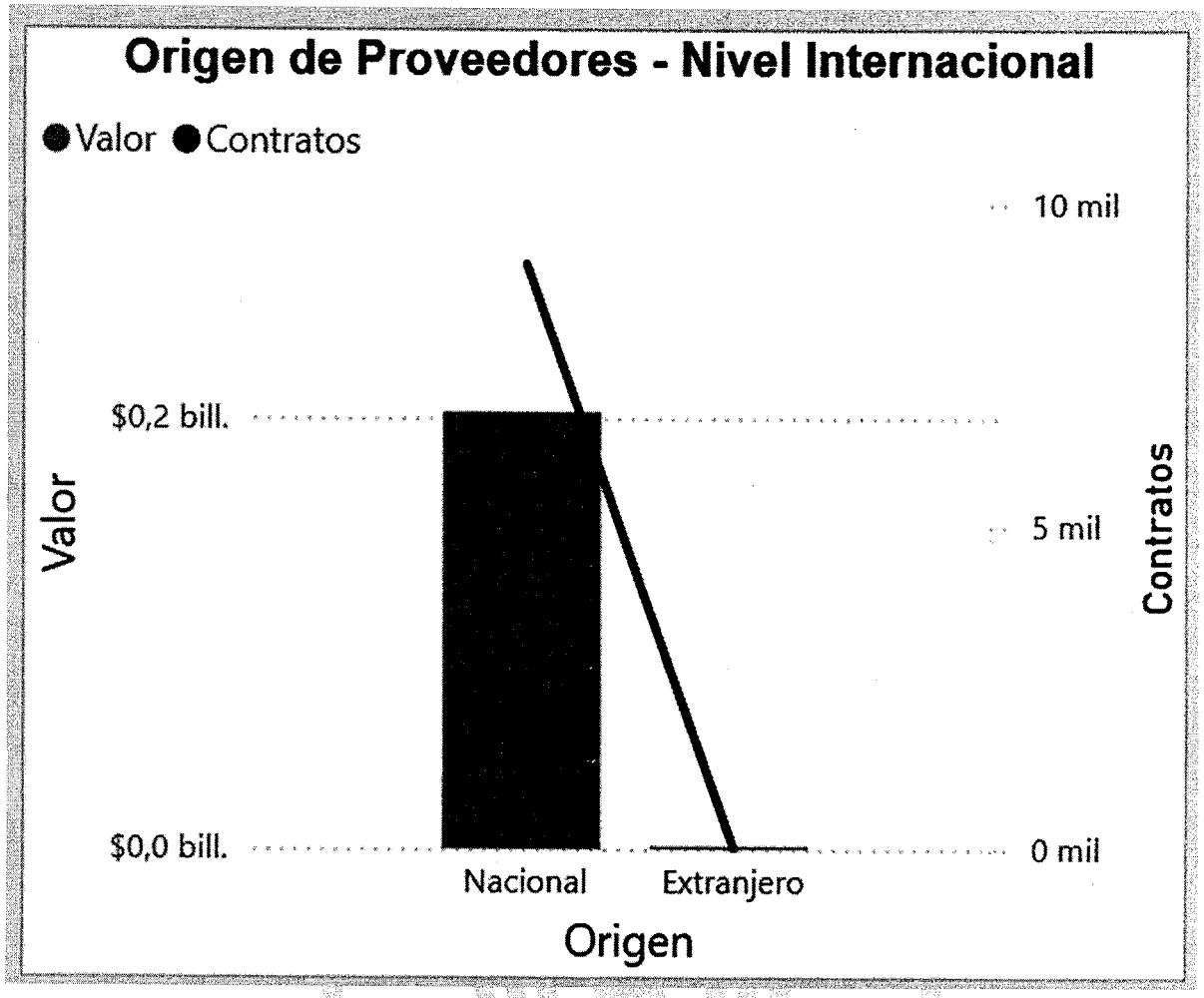
Municipio de Arauca
NIT. 800.102.504-0

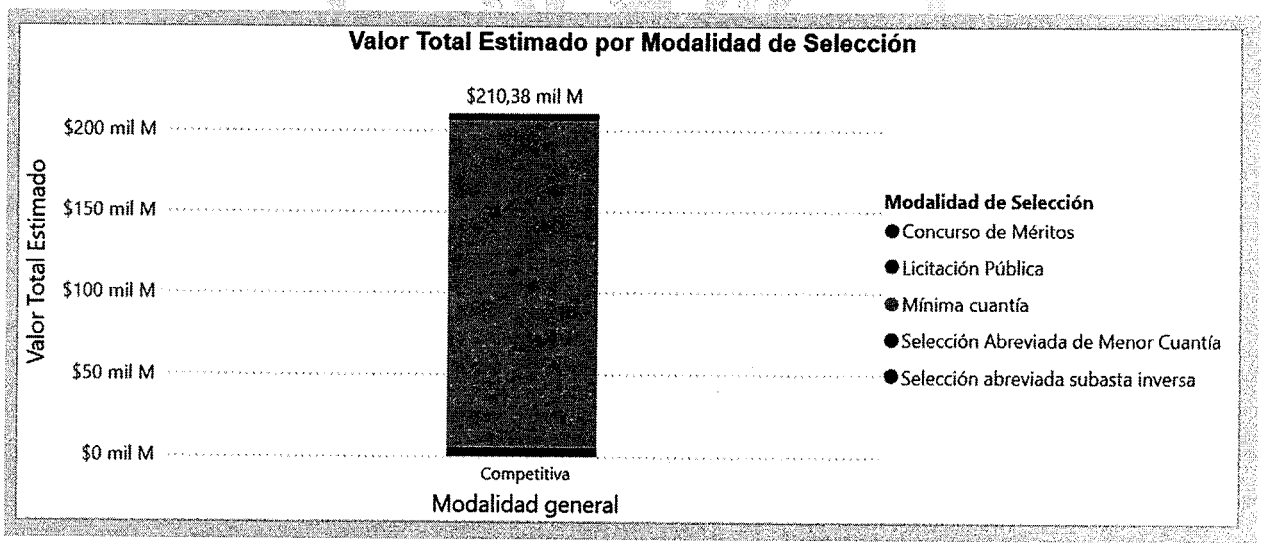





Valor Total Estimado por Origen de Proveedores
Departamento estandar
Distrito Capital de Bogotá
Antioquia
Norte de Santander
Boyacá
Valle del Cauca
Meta
Cundinamarca
Cesar
Casanare
Santander
Arauca
Tolima
Huila
$28,61 mil M (14,18%)
$19,7... (9,7...)
$15,... (7,...)
$14,98 ... (7,43%)
$14,76 mil M (7,32%)
$14,25 mil M (7,06%)
$11,45 mil M (5,67%)
$7,08 ... (3,51%)
$6,33... (3,1...)
$5,8... (2,...)
$5,0... (2,...)
$4,8... (2,...)
$4,6... (2,...)
$4,5... (2,2...)
$4,08 ... (2,0...)
$3,61 ... (1,79%)
$3,46 mil M (1,71%)
$2,46 mil M (1,22%)


Origen de Proveedores
Departamento estandar
Distrito Capital de Bogotá
Antioquia
Valle del Cauca
Boyacá
Meta
Cundinamarca
Norte de Santander
Santander
Huila
Cauca
Putumayo
Casanare
Cesar
633 (13,93%)
522 (11,49%)
395 (8,69%)
361 (7,94%)
272 (5,99%)
256 (5,63%)
161 (3,54%)
147 (3,24%)
126 (2,7...)
126 (2,77%)
118 (2,6%)
104 (2,29%)
101 (2,22%)
87 (1,91%)
79 (1,74%)
66 (1,45%)
52 (1,14%)


Origen de Proveedores - Nivel Internacional
Valor
Contratos
10 mil
$0,2 bill.
5 mil
Valor
Contratos
$0,0 bill.
0 mil
Nacional
Extranjero
Origen


Valor Total Estimado por Modalidad de Selección
$210,38 mil M
$200 mil M
$150 mil M
$100 mil M
$50 mil M
$0 mil M
Valor Total Estimado
Modalidad de Selección
Concurso de Méritos
Licitación Pública
Mínima cuantía
Selección Abreviada de Menor Cuantía
Selección abreviada subasta inversa
Competitiva
Modalidad general

2.5. ANÁLISIS ECONÓMICO

En este análisis nos permite establecer el presupuesto oficial para esta contratación. A continuación se detalla las conclusiones del proceso:

Item	*DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO*	*UNIDAD*	*CANTIDAD*	*COTIZACION 1*	*COTIZACION 2*	*COTIZACION 3*	*VALOR UNITARIO PROMEDIO*
1	***Componente 1: FOMENTO, USO Y APROPIACION DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS***						
1.2.	Actividad 2. Taller de Sensibilización sobre el Uso de Internet	Número	1	$ 1,687,207.50	$ 1,621,042.50	$ 1,654,125.00	$ 1,654,125.00
2	***Componente 2. ACTUALIZACIÓN DE ZONAS WIFI***						
2.1.	Actividad 1. Diagnóstico y Planificación	Estrategia	1	$ 3,570,000.00	$ 3,430,000.00	$ 3,500,000.00	$ 3,500,000.00
2.2.	Actividad 2. Instalación y puesta en funcionamiento de la Zona Wifi	Número	1	46,500,000.00	45,520,000.00	47,480,000.00	46,500,000.00

2.6. CUADRO DE COSTOS

ITEM	COMPONENTE / ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	**Componente 1: FOMENTO, USO Y APROPIACION DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS**				
1.1.	Actividad 1. Desarrollar estrategia de promoción y difusión	Estrategia	1	$ 2,383,500.00	$ 2,383,500.00
1.2.	Actividad 2. Taller de Sensibilización sobre el Uso de Internet	Número	4	$ 1,654,125.00	$ 6,616,500.00
2	**Componente 2. ACTUALIZACIÓN DE ZONAS WIFI**				
2.1.	Actividad 1. Diagnóstico y Planificación	Número	1	$ 3,500,000.00	$ 3,500,000.00

Municipio de Arauca
NIT. 800.102.504-0

2.2.	Actividad 2. Instalación y puesta en funcionamiento de la Zona Wifi	Número	1	$ 46,500,000.00	$ 46,500,000.00
				VALOR TOTAL	**$ 59,000,000.00**

IVA: INCLUIDO

VALOR TOTAL: CINCUENTA Y NUEVE MILLONES DE PESOS M/CTE ($59.000.000,00).

Podemos observar que se la diferencia de valor entre las firmas no es significativa, lo anterior permite establecer que existe en el mercado un valor promedio para la adquirir los servicios del cual es objeto el presente análisis.

Del presente podemos establecer que una vez analizado el sector permite establecer criterios para escoger la mejor oferta económica, que presente la experiencia requerida para la entrega de los bienes y seleccione al contratista idóneo para suplir las necesidades, tanto para el cumplimiento de las políticas públicas establecidas y nos permite realizar el control de los recursos aportados por el Municipio, reduciendo el riesgo de incumplimiento por parte del contratista seleccionado.

Atentamente,

CARLOS HUMBERTO JIMENEZ CEDEÑO
Secretario de Despacho - Secretaría General Municipal

PROYECTÓ ASPECTOS TÉCNICOS:
JAIME VASQUEZ TORRES
Profesional Universitario Código 2019 grado 03 Área de Sistemas