ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

1. INTRODUCCIÓN

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, la entidad se elaboran los Estudios del Sector para contratar "PRESTACION DE SERVICIOS PARA ESTRATEGIA PUBLICITARIA Y DE DIFUSION PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LA ALCALDIA MUNICIPAL DE EL CARMEN DE BOLIVAR " y se deja constancia mediante el presente documento, del análisis del sector "Comercial" realizado en la etapa de planeación y estructuración de este, así:

De conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 del 26 de mayo del 2015, le corresponde a la Alcaldía de El Carmen de Bolívar, efectuar el análisis económico. El análisis del sector hace parte de la planeación de los Procesos de Contratación de las entidades estatales y materializa los principios de planeación, de responsabilidad y de transparencia consagrados en la Ley 80 de 1993.

La finalidad de este estudio es permitirle a la entidad estatal sustentar su decisión de hacer una contratación bajo la modalidad de mínima cuantía, la elección del proveedor del bien o servicio, y la forma en que se pacta el contrato desde el punto de vista de la eficiencia, eficacia y economía.

2. OBJETO CONTRACTUAL.

"PRESTACION DE SERVICIOS PARA ESTRATEGIA PUBLICITARIA Y DE DIFUSION PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LA ALCALDIA MUNICIPAL DE EL CARMEN DE BOLIVAR

3. CÓDIGO UNSPSC

La clasificación de los bienes y servicios, objeto del Proceso de Contratación, es la siguiente:

ITEM	CÓDIGO UNSPSC	CLASE
1	82101601	Publicidad en radio
2	82101602	Publicidad en televisión
3	82101603	Publicidad en internet

4. ASPECTOS ECONOMICOS.

La actividad económica está dividida en sectores económicos. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Su división se realiza de acuerdo con los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos.

- SECTOR SERVICIOS

Contexto Económico
Las variables macroeconómicas describen cómo es el comportamiento de la actividad económica de un país, su análisis permite a los expertos prever como va a evolucionar la economía y su incidencia en diferentes sectores, determinando cuales tienen más potencial o qué empresas están mejor situadas.

Los indicadores abordados a continuación se constituyen en variables que muestran el comportamiento y alcance de la economía de un país, su estructura, su nivel de competitividad y hacia dónde se dirige.

La actividad económica está dividida en sectores económicos. Cada sector hace referencia a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo con los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos.
La economía clásica establece que son tres los grandes sectores de la economía:

- Sector primario o sector agropecuario.
- Sector secundario o sector Industrial.
- Sector terciario o sector de servicios.

El presente estudio se ubica dentro del sector terciario o de servicios el cual relaciona actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales.

Entre los subsectores se encuentran: comercio, turismo, administración pública, finanzas, consultoría e interventoría, entre otros más.

Pese a que la teoría económica define estos grandes sectores de la economía, existen diferentes especialidades que llevan a establecer aún más sectores análogos a los ya mencionados y dan una aproximación mayor al mercado en su totalidad. De esta forma se determinan los siguientes sectores:

- Sector agropecuario
- Sector de servicios
- Sector industrial
- Sector de transporte
- Sector de comercio
- Sector financiero
- Sector de la construcción
- Sector minero y energético
- Sector solidario
- Sector de comunicaciones

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Esta contratación se enmarca en el sector servicio y comunicaciones.

I. Análisis de Mercado

PIB – Producto interno bruto.

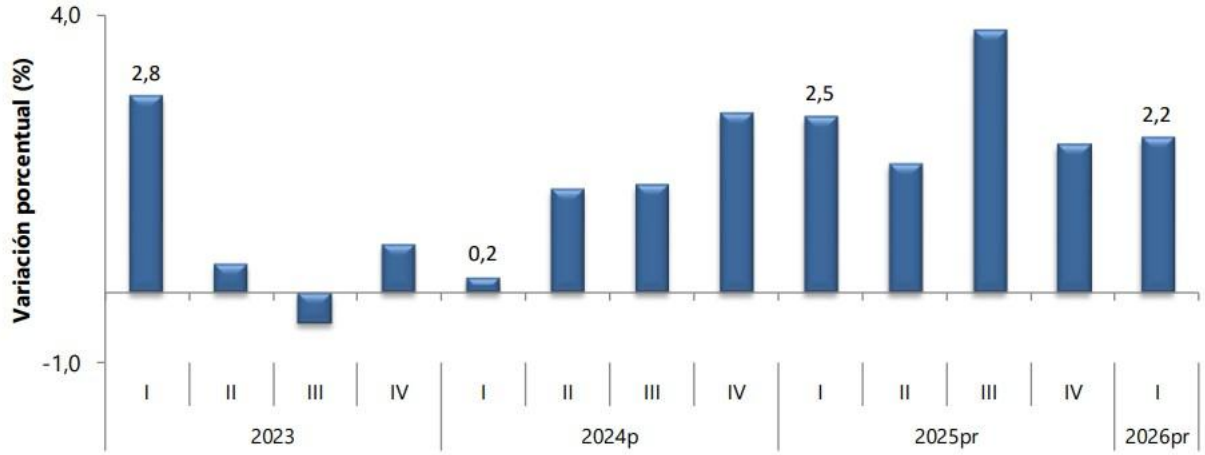
Es el valor total de los bienes y servicios finales producidos por el país durante un trimestre definido. Sirve para encontrar la evolución, la tendencia y las transformaciones estructurales de la economía, a partir de datos comparables entre sí y con aquellos calculados para el año base.

El PIB mide el tamaño de la economía, siendo este, la magnitud macroeconómica que expresa el valor en moneda de los bienes y servicios de demanda final para el país, durante un lapso, generalmente un año. Para el caso colombiano, el DANE tiene estudiado al país con los mismos sectores económicos establecidos por las Naciones Unidas. El PIB se compone por los macrosectores de, servicios, industria, agropecuario, comercio, construcción y otros.

Este indicador es útil para encontrar la evolución, la tendencia y las transformaciones estructurales de la economía, a partir de datos comparables entre sí y con aquellos calculados para el año base, además, se constituye en un insumo importante para la toma de decisiones en materia económica del país. Teniendo en cuenta que la actividad que satisface la necesidad pertenece a las actividades de sector agropecuario, solidario y de servicios, a continuación, se presenta su participación en la economía nacional tomando como fuente de información el Boletín Técnico Producto Interno Bruto (PIB) I trimestre 2026 pr publicado por el DANE el 15 de mayo de 2026, Boletín Técnico índice de precios al consumidor a agosto 2025 publicado por el DANE el 5 de septiembre del 2025 y el Boletín Técnico de los Principales indicadores del mercado laboral.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2023-I / 2026[Pr]-I



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

Como se puede observar en la gráfica anterior para los periodos 2018 – 2024; se observa el comportamiento volátil de la economía a partir de los periodos 2020 hasta el III trimestre del 2023, resaltando una evolución positiva durante los dos primeros trimestres del 2021 e intentando mantenerse hasta el II trimestre del 2022. Después de un proceso de desaceleración económica en la producción de bienes y servicios, en el cuarto trimestre de 2024pr comienza un leve proceso de reactivación económica puesto que el Producto Interno Bruto en su serie original, crece un 2,3% respecto al mismo periodo de 2023pr. En el primer periodo trimestral del 2026 se mantuvo estable.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Primer trimestre 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2026pr-I / 2025pr-I	2026pr-I / 2025pr-IV
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-1,4	-0,5
Explotación de minas y canteras	-0,1	0,8
Industrias manufactureras	2,9	2,3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	2,6	0,3
Construcción	-5,4	-4,6
Comercio al por mayor y al por menor[3]	2,9	0,2
Información y comunicaciones	1,3	1,1
Actividades financieras y de seguros	2,8	2,2
Actividades inmobiliarias	2,0	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	2,2	0,5
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	5,7	1,3
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	3,2	1,4
Valor agregado bruto	**2,2**	**0,6**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,9	0,9
Producto Interno Bruto	**2,2**	**0,6**

Fuente: DANE, PIB_T

prpreliminar

[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

[2]Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental.

[3]Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida.

[4]Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo.

[5]Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales.

[6]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.

En el primer trimestre de 2026pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,2% respecto al mismo periodo de 2025pr (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

• Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,7% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 2,9% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).

• Industrias manufactureras crece 2,9% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,6%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

• Industrias manufactureras crece 2,3%.

• Actividades financieras y de seguros crece 2,2%.

• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 1,4%.

Información y comunicaciones

En el primer trimestre de 2026pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 1,3% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr . Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 1,1%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 8).

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Primer trimestre 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2026pr-I / 2025pr-I	2026pr-I / 2025pr-IV
Información y comunicaciones	**1,3**	**1,1**

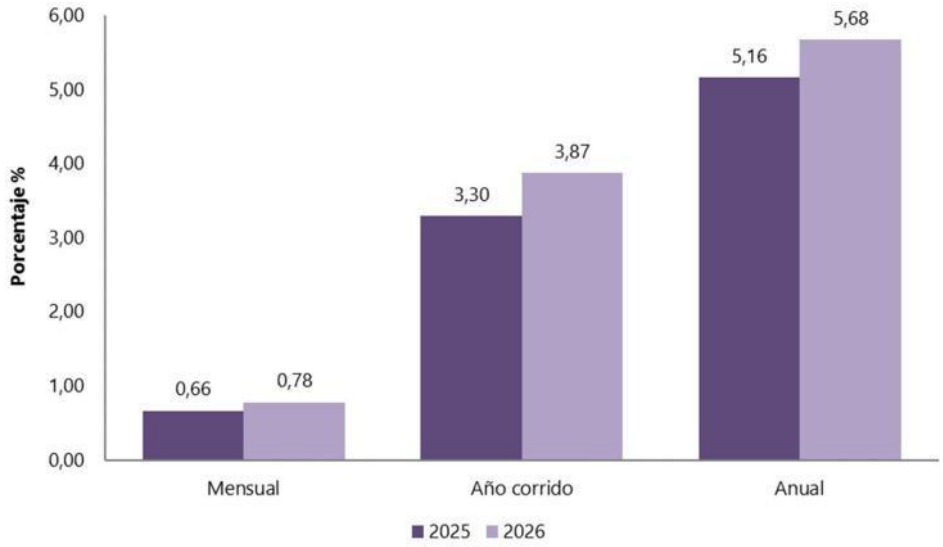
Fuente: DANE, PIB_T
pr preliminar
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

INFLACION

El índice de precios al consumidor (IPC) mide la evolución del costo promedio de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo final de los hogares, expresado en relación con un período base. El dato del IPC, en Colombia, lo calcula mensualmente el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Abril 2025 - 2026



Fuente: DANE, IPC.

En el mes de abril de 2026, el IPC registró una variación de 0,78% en comparación con marzo de 2026, tres divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,78%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,51%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (1,06%) y por último, Transporte (0,81%). Por debajo se ubicaron: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,70%), Salud (0,70%), Bienes y servicios diversos (0,63%), Recreación y cultura (0,58%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,54%), Prendas de vestir y calzado (0,45%), Restaurantes y hoteles (0,34%), Educación (0,07%) y por último, Información y comunicación (-0,05%).

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

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

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	1,10	0,21	1,51	0,29
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,53	0,02	1,06	0,04
Transporte	12,93	0,49	0,07	0,81	0,11
TOTAL	100,00	0,66	0,66	0,78	0,78
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,74	0,23	0,70	0,22
Salud	1,71	0,38	0,01	0,70	0,01
Bienes y servicios diversos	5,36	0,61	0,03	0,63	0,03
Recreación y cultura	3,79	0,45	0,01	0,58	0,02
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,38	0,01	0,54	0,01
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,40	0,01	0,45	0,01
Restaurantes y hoteles	9,43	0,63	0,07	0,34	0,04
Educación	4,41	0,03	0,00	0,07	0,00
Información y comunicación	4,33	-0,19	0,00	-0,05	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.

Teniendo en cuenta la necesidad que se pretende suplir por parte del proveedor, es necesario observar el comportamiento del incremento que ha tenido el salario mínimo en Colombia y el valor fijado de $1.750.905 M/CTE según decreto #1469 Y #1470 del 29 de diciembre de 2025 que rige a partir del 1 de enero de 2026.

AÑO	VALOR
2026	$ 1.750.905
2025	$ 1.423.500
2024	$ 1.300.000
2023	$ 1.160.000
2022	$ 1.000.000
2021	$ 908.526
2020	$ 877.803
2019	$ 828.116
2018	$ 781.242
2017	$ 737.717
2016	$ 689.455
2015	$ 644.350
2014	$ 616.000
2013	$ 589.500
2012	$ 566.700
2011	$ 535.600
2010	$ 515.000



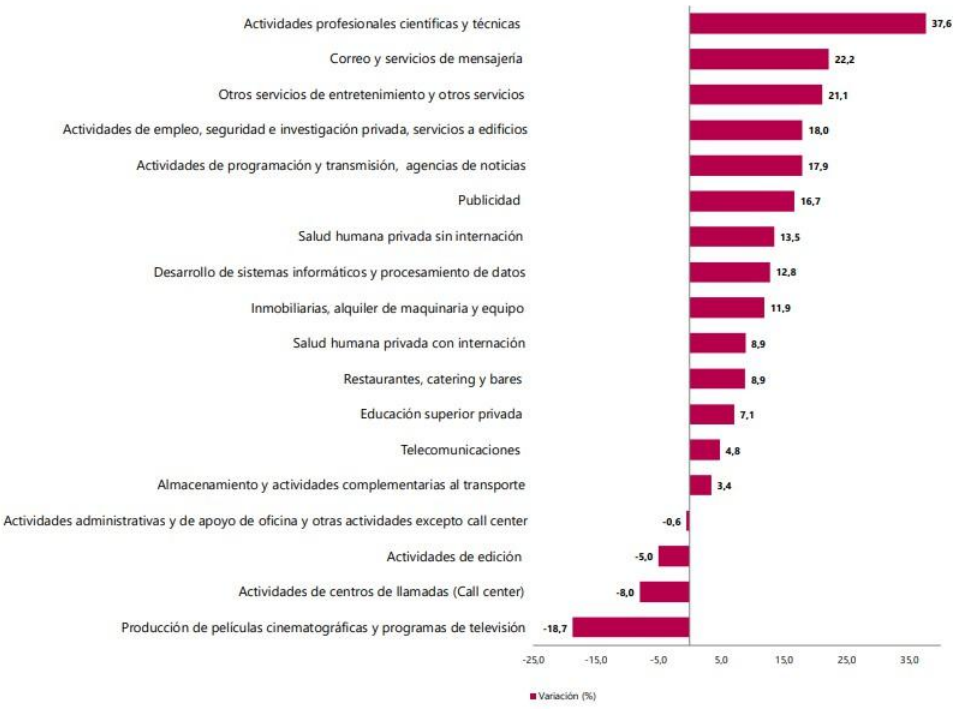
Fuente: Elaboración propia

ENCUESTA MENSUAL DE SERVICIOS

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

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

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios
Total nacional
Marzo 2026ᵖ / marzo 2025



Fuente: DANE, EMS.
ᵖ Cifra provisional

En marzo de 2026, catorce de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con marzo de 2025.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Total nacional
Marzo 2026ᵖ / marzo 2025

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros Ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	3,4	3,0	-0,0	0,4
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	22,2	21,8	-0,0	0,3
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	8,9	7,8	1,1	-0,0
J	Divsión 58	Actividades de edición	-5,0	0,0	-2,3	-2,8
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	-18,7	-22,8	0,7	3,4
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	17,9	12,9	0,0	4,9
J	División 61	Telecomunicaciones	4,8	5,4	-0,6	-0,0
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	12,8	12,9	-0,2	0,1
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	11,9	10,7	-1,1	2,3
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	37,6	37,8	-0,1	-0,1
M	Clase 7310	Publicidad	16,7	16,8	-0,1	-0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	18,0	18,0	0,0	0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-8,0	-8,0	0,0	0,1
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	-0,6	-1,5	0,0	0,9
P	Grupo 854	Educación superior privada	7,1	5,2	-0,0	1,9
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	8,9	9,1	-0,1	-0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	13,5	13,1	0,5	-0,0
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	21,1	16,2	3,4	1,5

Fuente: DANE, EMS.
ᵖ Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

PRINCIPALES INDICADORES DEL MERCADO LABORAL

La Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) tiene como objetivo proveer información estadística relacionada con mercado laboral, ingresos y pobreza monetaria, así como de las características sociodemográficas de la población residente en Colombia. A través de la encuesta se clasifica a las personas según su fuerza de trabajo como población ocupada, desocupada o población fuera de la fuerza de trabajo. De esta forma, es posible estimar los principales indicadores del mercado laboral colombiano, como son la Tasa Global de Participación (TGP), la Tasa de Ocupación (TO) y la Tasa de Desocupación (TD).

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Gráfico 1. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Enero (2018 - 2026)



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

Para enero de 2026, la tasa de desocupación del total nacional fue 10,9%, mientras que en el mismo mes de 2025 fue 11,6%. La tasa global de participación se ubicó en 63,6%, en tanto que en enero de 2025 fue 64,1%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 56,7%, siendo similar a la registrada en el mismo mes del año anterior.

Tabla 1. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad
Total nacional
Enero (2025 - 2026)

Rama de actividad	Total nacional				
	Enero 2025	Enero 2026	Distribución % 2026	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**22.903**	**23.227**	**100**	**324**	
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.557	2.729	11,7	172	0,8
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.734	1.889	8,1	155	0,7
Industrias manufactureras	2.417	2.552	11,0	134	0,6
Información y comunicaciones	369	462	2,0	93	0,4
Construcción	1.497	1.585	6,8	89	0,4
Transporte y almacenamiento	1.723	1.807	7,8	85	0,4
Actividades financieras y de seguros	484	488	2,1	5	0,0
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.218	3.219	13,9	1	0,0
Actividades inmobiliarias	371	332	1,4	-39	-0,2
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	1.981	1.941	8,4	-41	-0,2
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos^	655	586	2,5	-69	-0,3
Alojamiento y servicios de comida	1.755	1.646	7,1	-109	-0,5
Comercio y reparación de vehículos	4.141	3.991	17,2	-149	-0,7

Fuente: DANE, GEIH.
p.p.: puntos porcentuales.
^Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos^ incluye la rama de Explotación de minas y canteras.
Nota: por aproximación de decimales y la no inclusión de la categoría "No informa", la suma de las poblaciones, distribuciones y contribuciones puede diferir ligeramente con la información del anexo estadístico.
Nota: poblaciones en miles.
Nota: las ramas de actividad económica están definidas con base en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme -CIIU Rev. 4 A.C. (2022). Este documento se puede consultar en el siguiente enlace: https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2022.pdf

En el mes de enero de 2026, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 23.227 miles de personas. Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana (0,8 puntos porcentuales); Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos (0,7 puntos porcentuales) e Industrias manufactureras (0,6 puntos porcentuales).[1]

Tabla 2. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según posición ocupacional
Total nacional
Enero (2025 - 2026)

Posición ocupacional	Total nacional				
	Enero 2025	Enero 2026	Distribución % 2026	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**22.903**	**23.227**	**100**	**324**	
Trabajador por cuenta propia	9.392	9.587	41,3	195	0,9
Patrón o empleador	532	646	2,8	115	0,5
Obrero, empleado del gobierno	836	881	3,8	45	0,2
Jornalero o Peón	736	769	3,3	33	0,1
Obrero, empleado particular	10.233	10.250	44,1	17	0,1
Empleado doméstico	692	671	2,9	-21	-0,1
Trabajador familiar sin remuneración	475	421	1,8	-54	-0,2

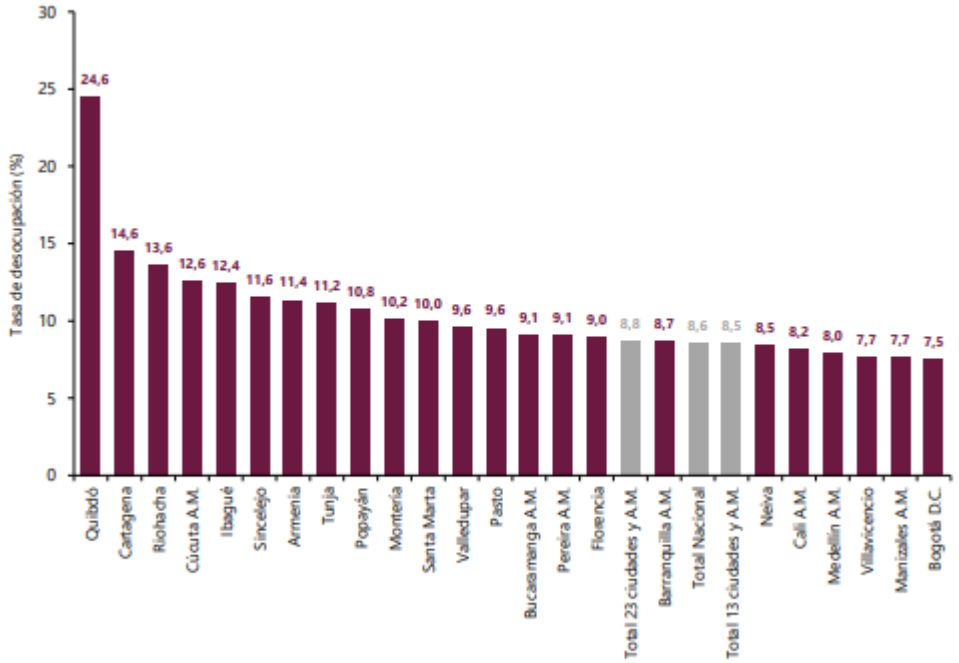
Fuente: DANE, GEIH.
p.p.: puntos porcentuales.
Nota: por aproximación de decimales y la no inclusión de la categoría "Otro", la suma de las poblaciones, distribuciones y contribuciones puede diferir ligeramente con la información del anexo estadístico.
Nota: poblaciones en miles.
Nota: las posiciones ocupacionales se definen a partir de la Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo CISE-93. Las definiciones de las posiciones ocupacionales se pueden consultar en el Manual de recolección y conceptos básicos de la GEIH en el siguiente enlace: https://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/853/related-materials (páginas 88 a 92).

Ranking de ciudades según tasa de desocupación, trimestre móvil noviembre 2025 - enero 2026
Para el trimestre móvil noviembre 2025 - enero 2026, de las 23 ciudades y áreas metropolitanas, las que presentaron mayores tasas de desocupación fueron: Quibdó (24,6%), Cartagena (14,6%) y Riohacha (13,6%). Las ciudades con menor tasa de desocupación fueron: Villavicencio (7,7%), Manizales A.M. (7,7%) y Bogotá D.C. (7,5%).

[1] https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Gráfico 6. Tasa de desocupación según ciudades
Total nacional y 23 ciudades y áreas metropolitanas
Noviembre 2025 - enero 2026



Fuente: DANE, GEIH.
A.M.: área metropolitana

Fuente: Elaboración propia

CARACTERISTICAS SECTOR (PUBLICIDAD).

Según el artículo del portal Revista P&M[2] en el 2025 es clave en la publicidad digital, marcado por la intensificación de la lucha entre las grandes compañías tecnológicas y los reguladores, tanto a nivel global como en América Latina (LATAM). Empresas como Google, Meta, Amazon, TikTok y Apple han consolidado su dominio en la región, lo que ha generado mayores desafíos para los publishers, quienes deben luchar por mantener su relevancia mientras los anunciantes se ajustan a las normativas impuestas por estos gigantes tecnológicos. En LATAM, este panorama es aún más pronunciado debido al creciente protagonismo de estas plataformas en el mercado digital.
Con el control de las grandes tecnológicas sobre gran parte del espacio digital se enfrentan retos significativos. Un ejemplo de esto es que Google está probando la eliminación de contenido de publishers en los resultados de búsqueda en Europa, lo cual podría extenderse a la región en el futuro, afectando aún más a los medios locales. Además, la desaparición de las cookies de terceros sigue siendo un tema relevante e importante para

[2] *Las tendencias que impactarán en el 2025 al mercado publicitario,* Link: https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/81947/las-tendencias-que-impactaran-en-el-2025-al-mercado-publicitario

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

el sector, se estima que más del 80% del tráfico web sea "sin cookies" en los próximos años, lo que obligaría a los medios a enfocarse en su netamente en los datos de primera parte para mantener sus audiencias.
Estos serán los temas claves que Linda Ruiz, directora regional de MGID Latam, analiza para este 2025.

1 Los anunciantes: la IA como ventaja competitiva

Para los anunciantes, el 2025 será un año decisivo en el que la inteligencia artificial (IA) jugará un papel fundamental. Las herramientas de IA, como las de generación de creativos personalizados a gran escala, están permitiendo a las marcas generar mensajes publicitarios más efectivos y dirigidos a audiencias específicas. Esto es particularmente relevante en LATAM, donde muchos anunciantes tienen presupuestos limitados y el acceso a agencias creativas de gran escala puede ser restringido. La IA permite que marcas con recursos más pequeños puedan llevar a cabo campañas de alta calidad sin depender de grandes agencias.
Con el crecimiento de canales como las Redes de Medios de Retail (RMN), la Publicidad Digital fuera del Hogar (DOOH) y la TV Conectada (CTV) en los últimos años, los anunciantes se enfrentan a la presión de tener que conectar con su audiencia objetivo a través de múltiples puntos de contacto de manera coherente y estructurada, mientras gestionan presupuestos limitados. Con la IA ahora se puede ir más allá de agilizar la creatividad ya que las herramientas que brinda tienen el poder de ofrecer perspectivas únicas basadas en datos y predecir el rendimiento, utilizando información que antes estaba fuera de alcance. Al aprovechar el aprendizaje automático para encontrar las mejores ubicaciones de medios y aumentar la eficiencia y efectividad del gasto, los anunciantes pueden mantener una ventaja competitiva el próximo año.

2 La encrucijada de los Publishers: datos propios y nuevas estrategias

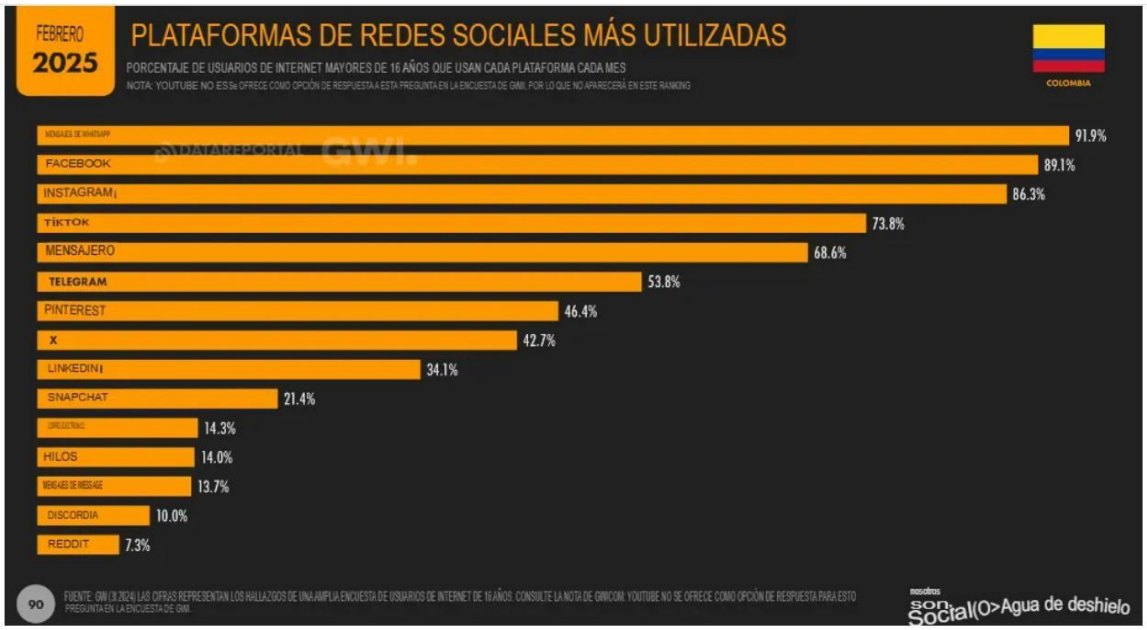
Para los publishers, la clave del éxito en este año será cómo gestionen y moneticen sus propios datos. Deberán centrarse en construir audiencias más específicas, aprovechando la recolección y análisis de datos de primera fuente, y ofreciendo paquetes de audiencias curadas que resulten atractivas para los anunciantes. Esta estrategia les permitirá generar ingresos adicionales mediante colaboraciones directas con marcas y agencias, evitando depender completamente de las grandes plataformas.
La relación con los anunciantes será más directa que nunca, lo que permitirá a los publishers optimizar sus ingresos a través de acuerdos más transparentes y beneficiosos. Sin embargo, también deberán ser cautelosos con las herramientas de IA, que aunque les permiten automatizar procesos creativos, es crucial mantener un toque humano para evitar la saturación de contenidos generados por máquinas, y que los consumidores pronto identificarán como tales.

3 El nuevo paradigma: priorizar lo esencial

2025 se perfila como un año de grandes transformaciones para la publicidad digital. Con la IA como aliada, tanto anunciantes como publishers deberán adaptarse a un entorno más competitivo y regulado, donde el uso inteligente de los datos y la tecnología serán claves para mantener la relevancia y la eficiencia en la generación de ingresos. Las marcas que logren equilibrar innovación y personalización tendrán mayores posibilidades de sobresalir.

Redes sociales en Colombia: ¿Cuáles son las más usadas en 2025?

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.



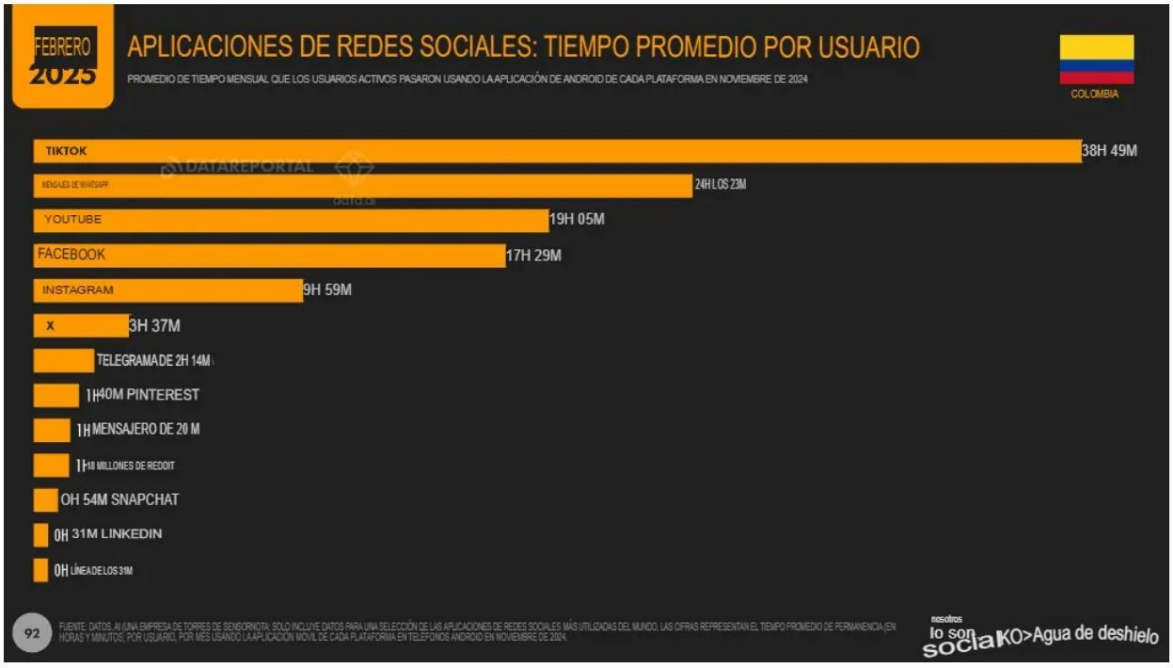
Las redes sociales continúan siendo un pilar fundamental del ecosistema digital en Colombia. Con 36.8 millones de usuarios activos, estas plataformas representan una ventana de oportunidad para empresas, marcas y creadores de contenido que buscan conectar con su audiencia.



- 69.2% de la población usa redes sociales, lo que equivale a 36.8 millones de personas.
- El crecimiento es moderado: en el último año, los usuarios de redes sociales aumentaron solo un 0.3%.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

- El 89.5% de los internautas usan al menos una red social, consolidando estas plataformas como un canal clave de comunicación y consumo de contenido.
- Las plataformas más usadas:
    - Facebook: 36.8M de usuarios (69.2% de la población).
    - YouTube: 30.6M de usuarios (74.5% de los internautas).
    - Instagram: 20.4M de usuarios (38.4% de la población).
    - TikTok: 32M de usuarios adultos (79.5% de los mayores de 18 años).
    - LinkedIn: 16M de usuarios (30.1% de la población).



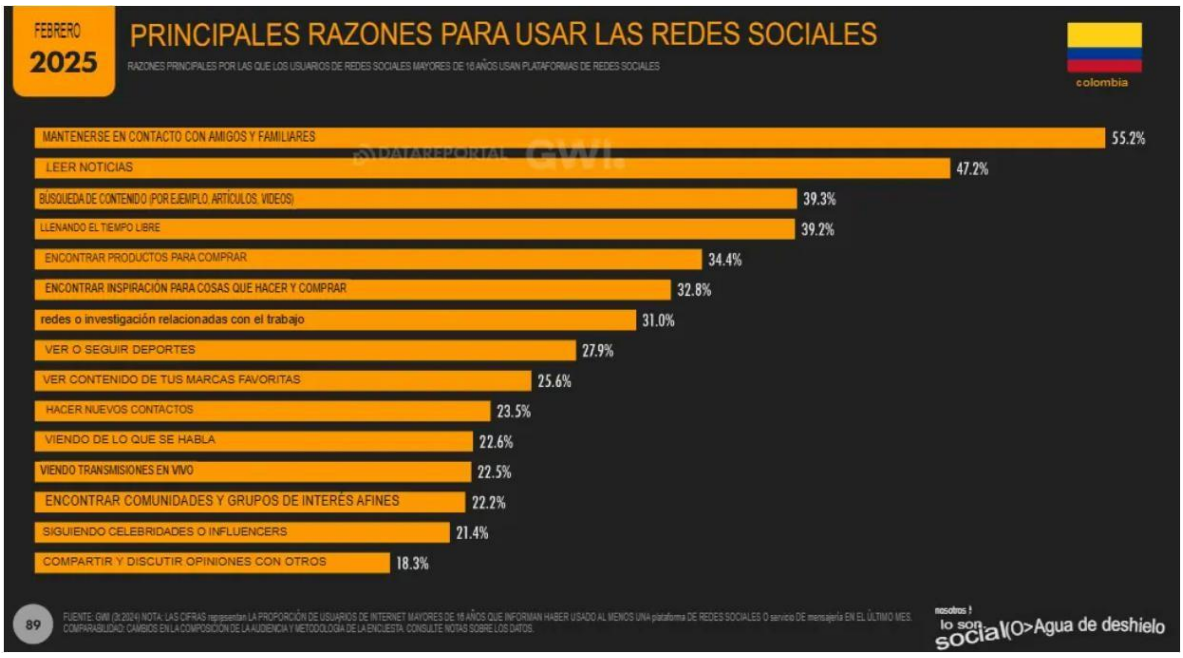
Evolución y tendencias en el uso de redes sociales

- TikTok sigue en ascenso: con 32M de usuarios adultos y un crecimiento del +17.1%, la plataforma se consolida como una de las favoritas en el país.
- Instagram mantiene su relevancia, pero con un crecimiento más moderado (+1.7%).
- Facebook y YouTube siguen dominando en alcance, pero con tasas de crecimiento más bajas.
- LinkedIn experimenta un fuerte crecimiento (+23.1%), indicando que el networking digital y el contenido profesional están en auge.

¿Qué significa esto para las marcas y negocios?

- El contenido en video es el rey: TikTok y YouTube lideran en términos de crecimiento y alcance, lo que indica que las estrategias de contenido deben centrarse en videos cortos, contenido interactivo y narrativas visuales.
- El engagement supera el número de usuarios: Aunque Facebook sigue siendo la red con más usuarios, las marcas deben priorizar plataformas donde la audiencia interactúe activamente.
- LinkedIn se fortalece como canal B2B: Si tu negocio se orienta a empresas o profesionales, este es el momento ideal para invertir en contenido de valor en esta red.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.



Las redes sociales en Colombia son más que un canal de comunicación: son un espacio clave para la construcción de marca, la fidelización de clientes y la generación de ventas. Adaptarse a las plataformas con mayor crecimiento es esencial para no quedarse atrás en un mundo digital en constante evolución.

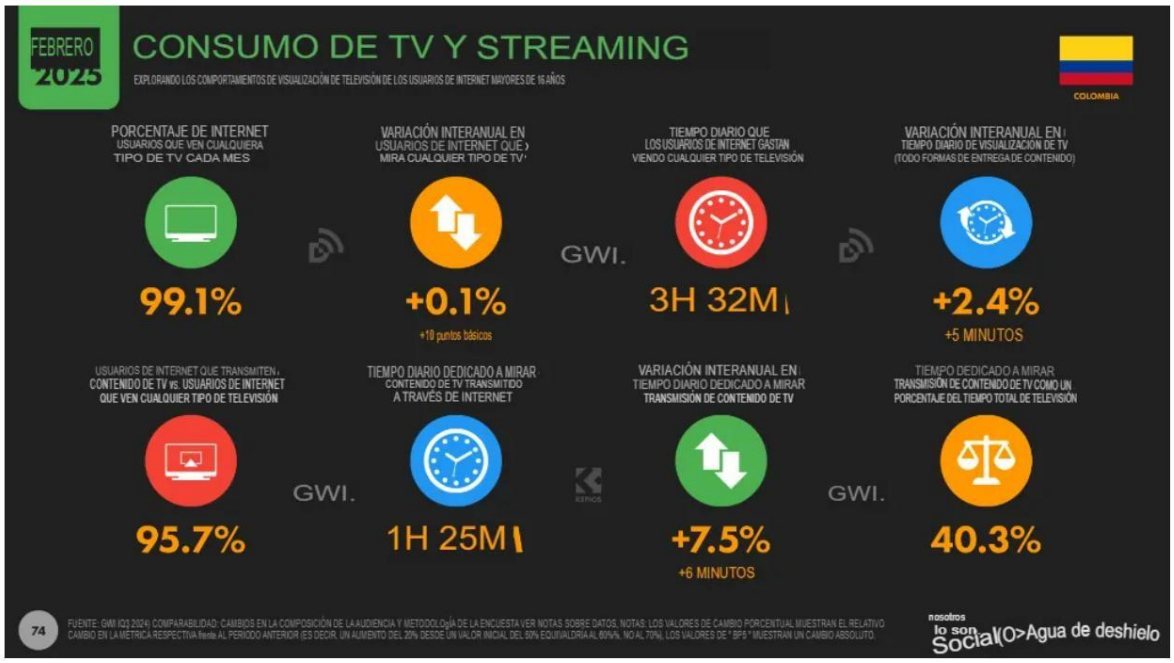
Estadísticas Marketing Digital 2025 en Colombia: Tendencias



©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

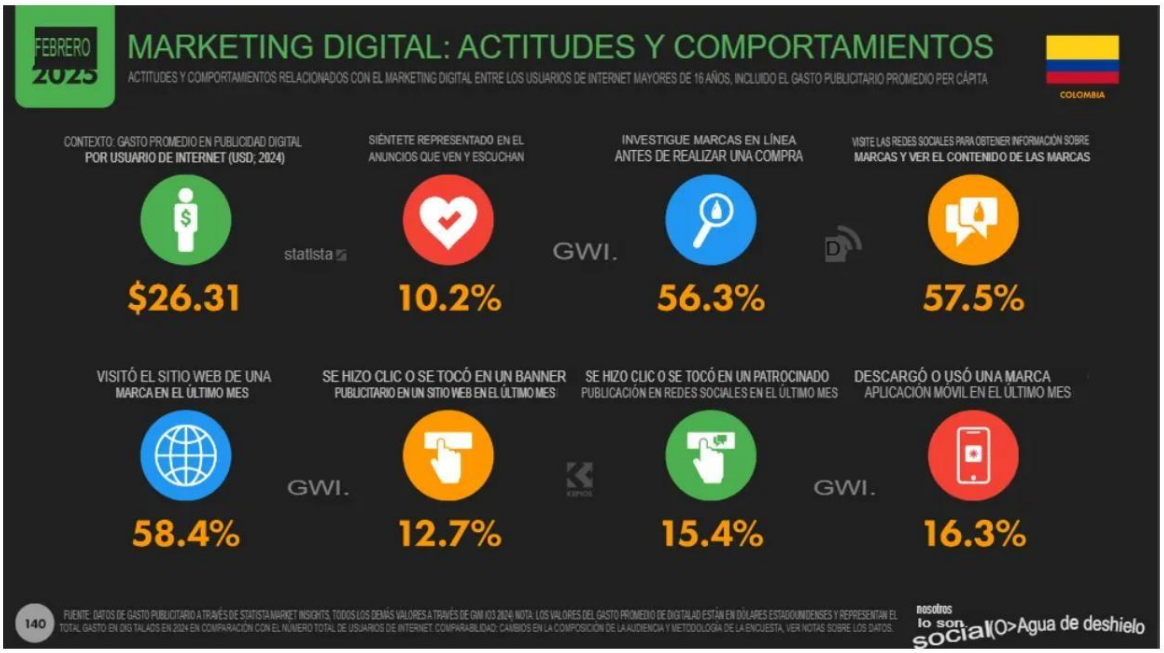
El video sigue siendo el formato estrella

- YouTube y TikTok lideran en crecimiento en las Estadísticas Marketing Digital 2025 en Colombia, lo que confirma que los usuarios prefieren consumir contenido en video.
- Las transmisiones en vivo y los videos cortos se consolidan como formatos esenciales para conectar con la audiencia.



El mercado digital colombiano ofrece grandes oportunidades, pero también requiere que las empresas se adapten a las tendencias y preferencias del usuario. Las marcas que apuesten por innovación, contenido de valor y estrategias centradas en la experiencia del usuario serán las que lideren en esta nueva era digital.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.



PROYECCIÓN

Por otra parte, el portal ADlatina[3] señala que el en 2024, Colombia registró un crecimiento publicitario del 8,3 por ciento, con los medios digitales representando el 45 por ciento de los presupuestos publicitarios, impulsados por un incremento del 19,2 por ciento, liderado por redes sociales y video digital.

Desempeño publicitario en 2024

En 2024, Colombia experimentó un crecimiento publicitario del 8,3 por ciento, alcanzando ingresos de 6,1 mil millones de pesos colombianos (1,6 mil millones de dólares), lo que la posicionó como el 38º mercado publicitario mundial. Este crecimiento fue impulsado por sectores como el gobierno, cuidado personal y telecomunicaciones. Los medios digitales representaron el 45 por ciento de los presupuestos publicitarios, con un crecimiento del 19,2 por ciento, destacando las redes sociales (+31,8 por ciento) y el video digital (+17,2 por ciento). A pesar de este avance, los medios tradicionales mostraron un crecimiento mínimo del 0,8 por ciento, liderados por la televisión tradicional, que aún conserva una audiencia significativa.

Factores que impulsaron la industria en 2024

El crecimiento de la publicidad digital estuvo respaldado por la integración de innovaciones tecnológicas como la inteligencia artificial (IA), la adopción de la 5G y las soluciones programáticas que mejoraron la escalabilidad y transparencia en las estrategias publicitarias. Estos avances, combinados con un entorno de alta penetración de internet, posicionaron a los medios digitales como un pilar clave en la transformación de la industria publicitaria en Colombia. Además, la publicidad en radio online y el OOH crecieron, aprovechando nuevas plataformas y formatos.

[3] *Para 2025, se proyecta un crecimiento total del mercado publicitario colombiano del 9 por ciento,* ADlatina Link: https://www.adlatina.com/publicidad/para-2025-se-proyecta-un-crecimiento-total-del-mercado-publicitario-colombiano-del-9-por-ciento

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Proyecciones para 2025

En 2025, se espera que los ingresos publicitarios totales crezcan un 9 por ciento, alcanzando 6,6 mil millones de pesos colombianos (1,7 mil millones). Los medios digitales continuarán liderando, con un aumento del 21,6 por ciento, representando el 50 por ciento de los presupuestos publicitarios. Se prevé que las redes sociales crezcan un 35,4 por ciento, alcanzando 1,3 mil millones (300 millones de dólares), mientras que la publicidad en video digital aumentará un 15 por ciento, generando 1,1 mil millones (300 millones de dólares). Por otro lado, los medios tradicionales mostrarán una leve contracción del 1,3 por ciento, siendo *publishing* (-5,7 por ciento) y televisión (-2,7 por ciento) los más afectados.

Tendencias impulsadas por la digitalización

El auge de los medios digitales será reforzado por la creciente demanda de personalización y avances tecnológicos como la IA. La publicidad móvil y las plataformas programáticas continuarán transformando la industria, mientras que el OOH innovará con el uso de transporte y plataformas como Uber y Didi para alcanzar audiencias de manera más efectiva. La publicidad en audio y radio online mantendrá su expansión, reflejando cambios en los hábitos de consumo de los colombianos.

Hacia 2029, el mercado publicitario colombiano crecerá a una TCAC (Tasa Compuesta Anual de Crecimiento) del 7 por ciento, alcanzando el 31º lugar mundial. Los ingresos de medios digitales liderarán con un crecimiento anual del 12,3 por ciento, representando una mayor proporción de los presupuestos. En contraste, los medios tradicionales mostrarán un crecimiento mínimo, con una TCAC del 0,8 por ciento. Para ese año, los ingresos publicitarios per cápita alcanzarán 41 dólares, consolidando a Colombia como un mercado emergente clave en la región.

5. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD.

La contratación de Bienes, obras y Servicios es la principal actuación administrativa en virtud de la cual las entidades territoriales dan cumplimiento a su función pública y social, garantizan su adecuado funcionamiento y materializan los proyectos de inversión socioeconómica contenidos en sus respectivos Planes de Desarrollo.

En consideración a ello, las entidades estatales tienen el deber de garantizar que sus procesos de selección de contratista, la celebración y ejecución de sus contratos, se ciñan a los principios generales del Derecho y especialmente de la contratación estatal, estén en armonía con los postulados que orientan la función Pública y cumplan con lo dispuesto en el Estatuto General de la Contratación Administrativa y las demás disposiciones normativas que regulan la materia.

Ahora bien, la Alcaldía Municipal para cumplir todos los objetivos trazados requiere fortalecer la gestión administrativa de la Alcaldía y mejorar su percepción por parte de la comunidad, mejorar la comunicación con la comunidad, aumentar la transparencia y promover la participación ciudadana. La estrategia propuesta permitirá mejorar la imagen institucional, promover la transparencia y la rendición de cuentas, y fomentar la participación ciudadana, lo que contribuirá a mejorar la gestión administrativa de la Alcaldía y a fortalecer la confianza de la comunidad en la institución. Lo anterior se podrá alcanzar implementando estrategias que generen un impacto positivo para con los administrados, tales como:

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

1. Desarrollo de una estrategia de comunicación: Se desarrollará una estrategia de comunicación que permita mejorar la imagen institucional, promover la transparencia y la rendición de cuentas, y fomentar la participación ciudadana.

2. Creación de contenido: Se creará contenido de calidad que permita comunicar de manera efectiva los logros y avances de la gestión administrativa de la Alcaldía.

3. Uso de redes sociales: Se utilizarán redes sociales para promover la comunicación y la participación ciudadana, y para difundir información sobre la gestión administrativa de la Alcaldía.

4. Realización de eventos: Se realizarán eventos que permitan promover la participación ciudadana y fomentar la colaboración entre la comunidad y la Alcaldía.

Las estrategias de comunicaciones están dirigidas a socializar de manera permanente la oferta institucional social que presta la Alcaldía Municipal de el Carmen de Bolívar dirigida a grupos de interés y comunidad en general, a través de los medios de comunicación de la entidad tales como (página web y redes sociales) y emisoras radiales del municipio, ya que estos juegan un papel fundamental e importante a la hora de informar, trasmitir o divulgar información de interés para la comunidad por su dinamismo e inmediatez. El proceso de promoción y difusión de los servicios y gestión de la entidad, permiten garantizar una rendición de cuentas pública y permanente de cara a la ciudadanía y entes de control.

En este sentido, se hace necesario implementar una estrategia publicitaria y de difusión que permita mejorar los canales de comunicación entre la administración municipal y la ciudadanía, garantizando el acceso oportuno, claro y transparente a la información pública, así como la promoción de campañas institucionales, actividades, programas sociales, jornadas comunitarias y demás actividades que requieren conocimiento de la comunidad.

La contratación de estos servicios permitirá ampliar el alcance de la información institucional mediante herramientas de comunicación tradicionales y digitales, fortaleciendo la imagen institucional de la Alcaldía y promoviendo una mayor participación ciudadana en los procesos administrativos y sociales del municipio. Asimismo, contribuirá al cumplimiento de los principios de transparencia, publicidad y acceso a la información establecidos en la normatividad vigente.

Adicionalmente, la administración municipal no cuenta con la capacidad operativa, técnica y logística suficiente para desarrollar de manera integral y permanente las actividades relacionadas con diseño publicitario, difusión masiva, manejo estratégico de contenidos y campañas comunicacionales, razón por la cual se requiere contratar una persona natural o jurídica con experiencia e idoneidad en el área.

Que el valor del contrato no supera el 10% de la menor cuantía de la entidad, por lo tanto, de acuerdo con el artículo 30 de la Ley 2069 de 2020 y reglamentada por el Decreto 1860 de 2021, y el concepto del 18 de febrero de 2022 emitido por Colombia Compra Eficiente que indicó:

De conformidad con lo expuesto, esta Agencia concluye que, con base en la nueva regulación establecida por el artículo 30 de la Ley 2069 de 2020 y reglamentada con el Decreto 1860 de 2021, no hay concurrencia entre las modalidades de la selección abreviada por Acuerdo Marco de Precios y de Mínima Cuantía y, por tanto, cuando el valor del objeto que se pretende contratar no exceda del 10% de la menor cuantía de la entidad, independientemente de su objeto, se debe adelantar el procedimiento de contratación con base en la modalidad de selección de mínima cuantía, pues en este caso no debe tenerse en cuenta el objeto sino sólo el valor del contrato.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Con todo, es pertinente resaltar que el parágrafo 1 del mismo artículo 30 de la Ley 2069 de 2020 indica que el reglamento determinará, como una suerte de precisión a la regla general en la mínima cuantía, las particularidades del procedimiento en relación con la posibilidad que tienen las entidades estatales para realizar estas adquisiciones de mínima cuantía a Mipymes o establecimientos que correspondan a la definición de «gran almacén», señalada por la Superintendencia de Industria y Comercio. Entonces, la adquisición en «grandes superficies» o/a «Mipymes » debe concebirse como procedimientos que hacen parte de la modalidad de la mínima cuantía, con unas reglas procedimentales particulares contenidas en los artículos 2.2.1.2.1.5.3., 2.2.1.2.1.5.4. y 2.2.1.2.1.5.5. del Decreto 1082 de 2015, modificados recientemente por el artículo 2 del Decreto 1860 de 2021. (…)

Para poder cumplir con la necesidad en virtud de los preceptos legales de la ley de contratación, en aras de darle transparencia y garantizar la correcta ejecución de los recursos, la administración Municipal requiere realizar el proceso de escoger la persona jurídica idónea para el desarrollo de este servicio relacionado con el objeto del contrato, que reúna los requisitos establecidos por la norma, a través del procedimiento de Mínima Cuantía de conformidad con lo establecido en el artículo 94 de la Ley 1474 de 2011, por el cual se reglamenta esta modalidad y modifica el artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, reglamentada por el decreto 1082 de 2015.

Que la función administrativa del Estado, se desarrolla con fundamento en los principios constitucionales de eficiencia, eficacia y transparencia, en garantía del interés general, y dado que la entidad requiere contratar con quien realice y este en capacidad de ejecutar el mismo

En este orden de ideas, para cumplir el requerimiento del municipio, es necesario “PRESTACION DE SERVICIOS PARA ESTRATEGIA PUBLICITARIA Y DE DIFUSION PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LA ALCALDIA MUNICIPAL DE EL CARMEN DE BOLIVAR.”

Para poder cumplir con la necesidad en virtud de los preceptos legales de la ley de contratación, en aras de darle transparencia y garantizar la correcta ejecución de los recursos, la administración Municipal requiere realizar el proceso de escoger la persona jurídica o natural idónea para la ejecución de este suministro relacionado con el objeto del contrato, que reúna los requisitos establecidos por la norma, a través del procedimiento de Mínima Cuantía de conformidad con lo establecido en el artículo 94 de la Ley 1474 de 2011, por el cual se reglamenta esta modalidad y modifica el artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, reglamentada por el decreto 1082 de 2015.

Que dentro del presupuesto aprobado para la vigencia 2026, se asignaron los recursos para este servicio, y en aras de darle trámite a lo requerido, es necesario que la entidad Municipal, realicé los procedimientos jurídicos legales para desarrollar el objeto, de acuerdo a la necesidad. Que la ordenación de gasto debe ser acorde a la necesidad, y contando que a la fecha dentro del presupuesto aprobado para la vigencia 2026, existen los recursos que respaldan suplir con lo requerido en este estudio.

6. ASPECTOS TECNICOS.

El presente proceso de contratación tiene como soporte el anexo técnico que se presenta a continuación:

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

ACTIVIDAD Y CANTIDADES	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	INSUMOS , RECURSOS Y EQUIPO HUMANO
Diseño e implementación de campañas audiovisuales educativas (micro contenidos o "píldoras informativas"); sobre cultura ciudadana, convivencia y desarrollo social. Realización de 1 píldora mensual con 1 emisión diaria durante 3 meses	Se producirán y emitirán 3 videos de entre 30 y 40 segundos (mínimo), los cuales serán de carácter educativo y sus contenidos estarán enfocados en promover la cultura ciudadana, la convivencia y el desarrollo social en el municipio; estos videos se realizarán en diferentes sectores del municipio, como barrios, espacios públicos, plazas étc dando participación a la comunidad, con una visión inclusiva.	1 Cámara de video profesionales de alta definición. - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance. - 1 IPhone 15 de 256 gb - 1 Computador de escritorio equipado con programas de edición profesional - 1 Micrófono duro profesional para inserción de audios - 1 Mesclador de audio profesional de 12 canales EQUIPO HUMANO 1 Camarógrafo, 1 Coordinador de producción, 1 realizador audiovisual, 1 locutor, 1 guionista y corrector de estilo.
Realización y emisión de 1 nota periodística mensual durante 3 meses, enfocadas en los eventos culturales y educativos, a realizar por la secretaría de educación y cultura municipal.	Se producirán y emitirán 3 notas (noticias) con un duración entre 1 a 5 minutos máximo, que incluirán entrevistas del funcionario a cargo de la secretaría y/u otros; e implementación de imágenes de apoyo y/o tomas visuales soportadas con voz en off de las actividades o eventos que lleve a cabo esta oficina en el lapso estipulado	1 IPhone 15 pro de 256 gb - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance - 1 Computador de escritorio equipado con programas de edición profesional EQUIPO HUMANO - 1 Periodista - 1 Camarógrafo - 1 Editor
Realización y emisión de 1 nota periodística mensual durante 3 meses, enfocadas en las obras de infraestructura que viene llevando a cabo la administración municipal	Se producirán y emitirán 3 notas (noticias) con un duración entre 1 a 5 minutos máximo, que incluirán entrevistas del funcionario a cargo de la secretaría y/u otros; e implementación de imágenes de apoyo y/o tomas visuales soportadas con voz en off	1 IPhone 15 pro de 256 gb - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance - 1 Computador de escritorio equipado con programas de edición profesional EQUIPO HUMANO - 1 Periodista - 1 Camarógrafo - 1 Editor
Realización y emisión de 1 nota periodística mensual durante 3 meses, enfocadas en las actividades a realizar por la secretaría de gobierno y convivencia ciudadana	Se producirán y emitirán 3 notas (noticias) con un duración entre 1 a 5 minutos máximo, que incluirán entrevistas del funcionario a cargo de la secretaría y/u otros; e implementación de imágenes de apoyo y/o tomas visuales soportadas con voz en off de las actividades o eventos que lleve a cabo esta oficina en el lapso estipulado	1 IPhone 15 pro de 256 gb - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance - 1 Computador de escritorio con 1 Tera de almacenamiento equipado con programas de edición profesional EQUIPO HUMANO - 1 Periodista - 1 Camarógrafo - 1 Editor
Realización y emisión de 1 nota periodística mensual durante 3 meses, enfocadas en las actividades a realizar por la oficina de desarrollo social	Se producirán y emitirán 3 notas (noticias) con un duración entre 1 a 5 minutos máximo, que incluirán entrevistas del funcionario a cargo de la secretaría y/u otros; e implementación de imágenes de apoyo y/o tomas visuales soportadas con voz en off de las actividades o eventos que lleve a cabo esta oficina en el lapso estipulado	1 IPhone 15 pro de 256 gb - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance - 1 Computador de escritorio con 1 Tera de almacenamiento equipado con programas de edición profesional EQUIPO HUMANO - 1 Periodista - 1 Camarógrafo - 1 Editor
Realización y emisión de 1 video publicitario enfocado en el pago de impuestos desde la secretaría de hacienda municipal, 1 emisión diaria durante 2 meses	Se producirá 1 video publicitario con una duración entre 30 y 40 segundos, cuyo contenido será incentivar al pago de impuestos, recaudo, etcétera y en l producción de este participaran funcionarios y/o colaboradores de la secretaría de hacienda municipal	1 IPhone 15 pro de 256 gb - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance - 1 Computador de escritorio con 1 Tera de almacenamiento equipado con programas de edición profesional EQUIPO HUMANO - 1 Coordinador de producción - 1 Camarógrafo
Realización y emisión de publicidad alusiva a las festividades patronales en honor a la Virgen del Carmen 2026 durante 1 mes	Se producirá un video comercial con una duración entre 30 y 45 segundos en alta calidad, este video tendrá como base imágenes de archivos que representen o hagan alusión a estas festividades, ambientaciones e imágenes del municipio que permitirán impulsar y promover este evento religioso y cultural	1 Cámara de video profesional de alta definición. - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance. - 1 IPhone 15 pro de 256 gb - 1 Computador de escritorio equipado con programas de edición profesional - 1 Micrófono duro profesional para inserción de audios - 1 Mezclador de audio profesional de 12 canales EQUIPO HUMANO 1 Camarógrafo, 1 Coordinador de

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

		producción, 1 realizador audiovisual, 1 locutor, 1 guionista y corrector de estilo.
Cubrimiento en vivo de la 3ra Feria Emprendedora Virgen del Carmen 2026, a realizarse en el marco de las festividades patronales	Se realizará un cubrimiento en vivo del inicio y apertura de la 3ra Feria Emprendedora Virgen del Carmen 2026, esta trasmisión se realizara a través de nuestra página de Facebook y en la misma se hablará de la importancia de esta feria, recorreremos cada stand y hablaremos con sus protagonistas y visitantes, para invitar a El Carmen de Bolívar y la región a visitar este evento durante los días de desarrollo	1 iPhone 15 pro de 256 gigas 2 Micrófonos inalámbricos 1 Trípode para celular 1 Kits de luces sencillo EQUIPO HUMANO 1 Camarógrafo y videógrafo 1 Presentador (a) 1 Asistente de transmisión
Transmisión en vivo y cubrimiento de evento público – concierto musical Fiestas Patronales en Honor a la Virgen del Carmen 2026	Se realizará la trasmisión en vivo durante 6 horas del evento público – concierto ofrecido por la administración municipal en el marco de las festividades patronales de la virgen del Carmen 2026; esta trasmisión se realizará a través de nuestro cable operador y página de Facebook, incluirá la trasmisión de todos los actos, presentaciones musicales e intervenciones a realizarse en el mismo	3 Cámaras de video profesional de formato full HD con longitud focal de 4.08 a 81.6 mm y zoom óptico de 20x, dos entradas externas para micrófono, luz led, visor y pantalla LCD - 1 Dron DJI Mavic 2 con cámara 4k - 1 Computador portátil para trasmisión equipado con el programa vMix Live video con 1 Tera de memoria interna y 32 gigas de RAM - 3 Convertidores o escaladores de video - 1 Computador portátil para presentaciones y créditos video con 1 Tera de memoria interna y 32 gigas de RAM - 1 Computador portátil para monitoreo con 500 gigas de memoria interna y 32 gigas de RAM - 1 Computador de escritorio con 1 Tera de almacenamiento, 16 gigas de RAM para recepción de señal en estudio - 3 Trípodes profesionales cabezal fluido para cámaras de video - 1 Kit de luces led profesionales EQUIPO HUMANO 3 Camarógrafos 1 Fotógrafo 1 Coordinador de trasmisión 2 Asistentes de trasmisión 3 Auxiliares generales 1 Coordinador de emisión en estudio 1 Ponchador de señal y mezclador 1 Director General

7. ASPECTOS LEGALES.

De acuerdo con el Objeto del Presente proceso contractual, le aplican las siguientes normas:

- Ley 80 de 1993, por la cual se expide el estatuto general de la contratación de la administración pública.
- Ley 1150 de 2007, por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con recursos públicos.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

- Decreto 1082 de 2015, por la cual se reglamenta el sistema de compras y contratación pública.

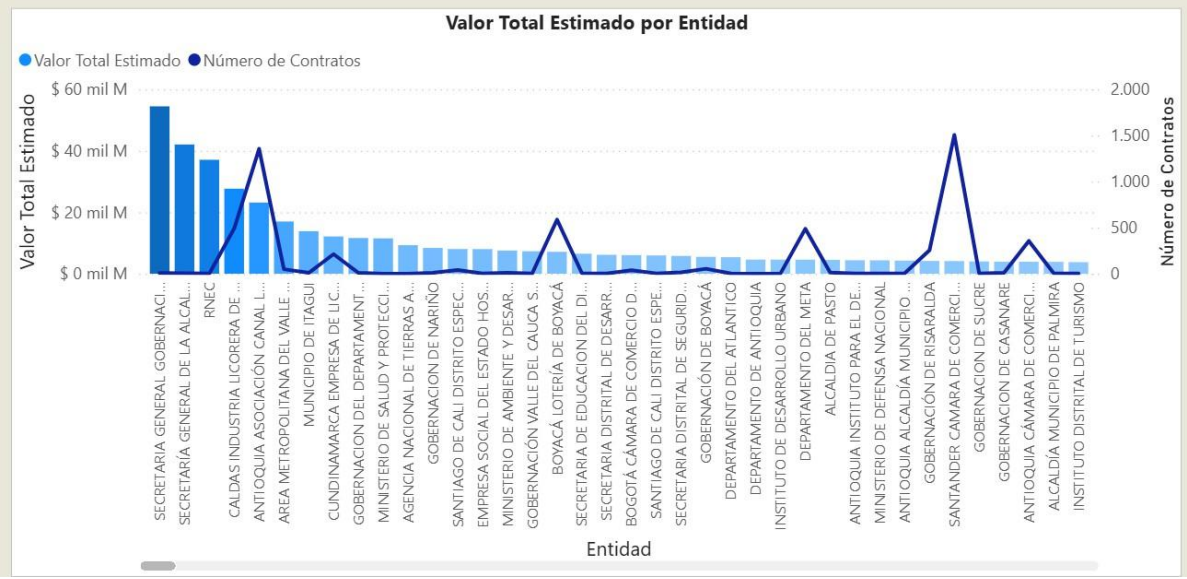
8. ESTUDIO DE LA DEMANDA

De acuerdo con la información obtenida en la consulta realizada en el modelo de abastecimiento estratégico *Análisis de la Demanda de Colombia Compra Eficiente*[4], se consultan los contratos celebrados relacionados con el código de clasificación descrito en el presente estudio:

ITEM	CÓDIGO UNSPSC	CLASE
1	82101601	Publicidad radio
2	82101602	Publicidad televisión
3	82101603	Publicidad internet

Una vez consultadas las distintas entidades a nivel nacional dentro de las cuales se ejecutaron contratos cuyo Códigos de Naciones Unidas (UNSPSC) incluyen el descrito en el presente estudio se evidencia lo siguiente:

En las vigencias 2020 al 2025 se registra las entidades que más han contratado este tipo de servicios:



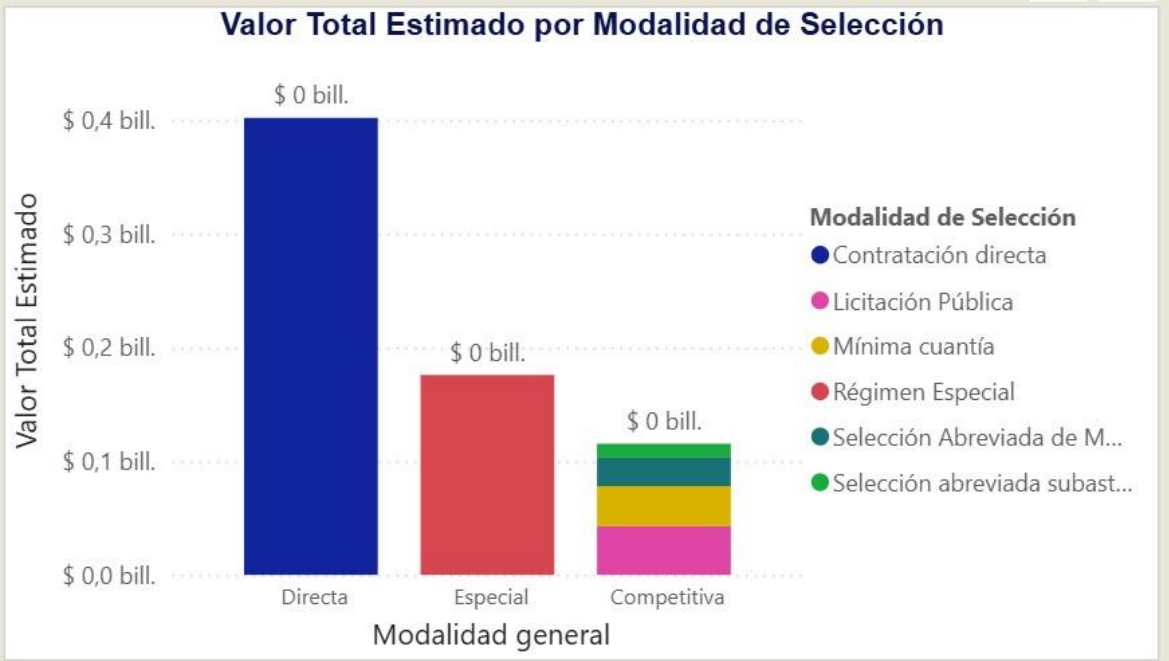
En la gráfica se puede evidenciar que la entidad que más ha contratado este tipo de servicios bajo la codificación del presente proceso es la Secretaría General de la Gobernación del Valle. Por otra parte, Telemedellin y La Camara de comercio de Bucaramanga son las entidades con mayor número de contratos. Estos son algunos de los contratos encontrados en Secop.

[4]https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiOTNjY2MyZmUtZWE1My00NmY4LWJiMDctNjE4NTA0OTFkZGQyIiwidCI6IjdiMDkwNDFlLTI0NTEtNDlkMC04Y2IxLTc5ZDVlM2Q4YzFiZSIsImMiOjR9&pageName=ReportSectione5c384a004e1d3e0a667

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Entidad Estatal	Referencia	Descripción	Fase actual	Fecha de publicació	Fecha de presentación	Cuantía	Estado
UNIVERSIDAD DEL TOLIMA	580-2024	Prestar servicios de producción audiovisual a través del diseño de estrategias de comunicación y marketing digital para la difusión de la oferta académica y el fortalecimiento de la imagen institucion	Presentación de oferta	31/12/2024 9:41 AM (UTC -5 horas)	-	35.000.000 COP	Publicado
UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	0601 DE 2024	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA PAUTAS PUBLICITARIAS	Presentación de oferta	29/05/2024 3:31 PM (UTC -5 horas)	-	125.961.492 COP	Publicado
EMPRESAS PUBLICAS MUNICIPALES EMCANDELARIA SAS ESP	EMC-019-2024	PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES	Presentación de oferta	24/05/2024 2:07 PM (UTC -5 horas)	-	36.000.000 COP	Publicado
GOBERNACION DE NARIÑO	GN2716-2024	CONTRATO INTERADMINISTRATIVO	Presentación de oferta	26/07/2024 5:48 PM (UTC -5 horas)	-	920.181.600 COP	Proceso adjudicado y celebrado
AREA METROPOLITANA DEL VALLE DE ABURRA	3167	PARTICIPACION PUBLICITARIA DEL AREA METROPOLITANA DEL VALLE DE ABURRÁ EN LA REALIZACIÓN DE DOS EVENTOS DE CIUDAD	Presentación de oferta	27/07/2023 4:05 PM (UTC -5 horas)	-	800.000.000 COP	Proceso adjudicado y celebrado
LA PREVISORA S.A. COMPAÑÍA DE SEGUROS	090-2023	SION TRADE S.A.S.	Presentación de oferta	25/07/2023 8:51 AM (UTC -5 horas)	-	47.598.821,9 COP	Proceso en evaluación y observaciones
CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DE SANTANDER+	SAMC2-009-2022 (Manifestación de interés (Menor Cuantía)) (Presentación de oferta)	DIVULGACION PLAN DE MEDIOS (Manifestación de interés (Menor Cuantía)) (Presentación de oferta)	Presentación de oferta	29/08/2022 2:37 PM (UTC -5 horas)	1/09/2022 9:00 AM (UTC -5 horas)	278.404.247 COP	Proceso adjudicado y celebrado

La modalidad de contratación más empleada para la adquisición de estos servicios es la contratación directa.



9. ESTUDIO DE LA OFERTA

En Colombia existen empresas capaces de satisfacer las necesidades del presente proyecto, es por eso que dentro del análisis realizado por la secretaria de Educación del Municipio del Carmen de Bolívar, para analizar la capacidad financiera y la capacidad organizacional, se toma como referencia una muestra de 55 empresas registradas ante la Superintendencia de Sociedades a nivel nacional a corte del 31 de diciembre de 2024, en su última versión actualizada en la página SIIS - (supersociedades.gov.co), revisada durante el mes de abril 2026. Cabe resaltar que en el pliego de condiciones se usara la clasificación establecida por las naciones unidas (UNSPSC).

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Con el objetivo de conocer el comportamiento de los posibles oferentes para el presente proyecto, el análisis realizado comprobó que existen varias empresas clasificadas en los códigos CIIU M7310 (Publicidad), que tienen disponibilidad de ejecutar acciones dentro del proceso de publicidad.

Con el objetivo de conocer el comportamiento de los posibles oferentes para el presente proyecto, el análisis realizado comprobó que existen varias empresas clasificadas en los códigos CIIU M7310 (Publicidad) que tienen disponibilidad de ejecutar acciones dentro del proceso de conectividad del municipio.

CODIGOS:

CIIU M7310 (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.

Esta clase excluye:

• La edición impresa o en formato electrónico de material publicitario. Se incluye en la clase 5819 «Otros trabajos de edición».

• La producción de avisos comerciales para radio, televisión y salas de cine o teatros. Se incluye en la clase 5911 «Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión».

• Las actividades de relaciones públicas. Se incluyen en la clase 7020 «Actividades de consultoría de gestión».

• Los estudios de mercados. Se incluye en la clase 7320 «Estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública».

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

• Las actividades de diseño gráfico se incluyen en la clase 7410 «Actividades especializadas de diseño».

• La fotografía publicitaria. Se incluye en la clase 7420 «Actividades de fotografía».

• La organización de convenciones y eventos comerciales. Se incluye en la clase 8230 «Organización de convenciones y eventos comerciales».

Las empresas que reportaron información a la superintendencia de sociedades bajo este código son:

NIT	RAZÓN SOCIAL DE LA SOCIEDAD
800240190	WUNDERMAN THOMPSON COLOMBIA S.A.S.
811043389	IMAGEN Y RELACIONES PUBLICAS S.A.S.
830035904	HAVAS MEDIA COLOMBIA SAS
830045427	ESSENCEMEDIACOM COLOMBIA S.A.S
830058081	WPP MEDIA MANAGEMENT COLOMBIA SAS
830060529	WAVEMAKER COLOMBIA SAS
830075502	J&M COMUNICACIONES SAS
830077417	MERCADEO RELACIONAL S.A.S
830104453	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES SAS
830136865	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA SAS
830140775	TFCF CHANNELS COLOMBIA LTDA
830141093	PROXIMITY COLOMBIA SAS
860006628	McCann-Erickson Corporation S.A.
860015547	MMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS
890101778	SONOVISTA PUBLICIDAD S.A.
890306162	OGILVY & MATHER COLOMBIA S.A.S
890801783	SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS
900057522	MEDIAWISE SOLUTIONS SAS
900129597	INVERSIONES CMR S.A.S
900171676	MULTISPONSOR SAS
900206027	UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA
900284732	PHD COLOMBIA SAS
900298176	BULL MARKETING SAS
900426105	GROUPM TRADING COLOMBIA S.A.S.
900438134	PUBLIMETRO COLOMBIA SAS
900491296	SALESLAND COLOMBIA SAS
900518245	CARAT COLOMBIA SAS
900710525	FACEBOOK COLOMBIA SAS
900720758	CHEIL COLOMBIA CHEIL COLOMBIA
900776765	ORION CAPITAL SAS
900797542	HAVAS + SAS

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

901017183	EDITORIAL LA REPUBLICA SAS
901106368	APEX TRADING S.A.S.
830047108	GRUPO ZEA SAS
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS
800033055	MF PUBLICIDAD MERCADEO LIMITADA
800045878	SERVIMEDIOS SAS
800086186	LOGROS PUBLICITARIOS SAS
800099468	TEXPOIDEAS LTDA
800144934	VISION Y MARKETING SAS
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS
800167898	JH HOYOS & ASOCIADOS SAS
800193477	IMAGEN VIRTUAL SAS
802013501	INMOV S.A.S
802014640	DAVILA P&M SAS
802021183	SIGNO 21 SAS
805000085	METROVIA SAS EN REORGANIZACION
805023055	SOCIEDAD INNOVACIONS GRAFICAS SAS
805030145	STP NETWORKS SAS
811025635	FEELING COMPANY SAS
811045004	MORALESCOM SAS EN PROCESO DE NEGOZIACION DE EMERGENCIA
830004707	MBA S A S
830005640	KOALA ANDINA LTDA
830013805	SILVA PUBLICIDAD SAS
830026954	STRAZA SAS
830028713	PEOPLE MARKETING SAS
830039532	CENTRAL REGIONAL DE MEDIOS SAS
830047108	GRUPO ZEA SAS
830054555	EDITORIAL GLOBAL DE PUBLICACIONES S A S - GLOBSA
830054838	ESPACIO Y MERCADEO S A S
830057131	EDICIONES MEDICAS LATINOAMERICANAS SAS
830059566	OPTIMA TM SAS
830067529	DISEÑO MDC SAS
830073417	CINEVISION DE COLOMBIA LTDA
830075011	CENTURY MEDIA SAS
830076788	E MARKETTOOLS SAS - EN REORGANIZACION
830081460	FWNIX MEDIA GROUP SAS
830093596	INTERA MARKETING LTDA.
830096789	IMAGINARIA FILMS S.A.S.
830098598	CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS SAS

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

830108799	CONSTRUCTORA DE MARCAS SAS
830109396	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA S.A.S.
830114289	AD ORANGE SAS
830114417	BEE GROUP SAS
830118816	SM DIGITAL
830122431	MARKETING SERVICES DE COLOMBIA SAS
830125837	MASS DIGITAL S.A.S.
830127077	IDEANDINA SAS
830134474	VOLUTION PLASTIC SAS
830135377	MERCADEO EFECTIVO
830137308	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TELEVISION SA
830138621	CENTRAL FILMS SAS
830503745	ON BRAND EXPERIENCE SAS
830511773	BRM SA
860033744	LOPEZ PUBLICIDAD EXTERIOR SAS
860039334	SOCIEDAD DIGUELI LTDA
860052606	MEDIOS PUBLICITARIOS PUBLIMEDIOS LTDA
860076863	IDEAMOS PUBLICIDAD LTDA
891902435	PUBLIK TECNOLOGIAS INFORMACION COMUNICACIONES Y MEDIO AMBIENTE SAS EN REORGANIZACION
900007881	MARKETING TOOLS AGENCY S.A.S
900010096	MARKETING VALLAS SAS
900011228	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS
900047559	LAMUVI FILMS SAS
900052405	OPEN MIND LTDA
900058852	DIALSA SAS
900080081	MARCAS VITALES BMV SAS
900084944	VC MEDIOS COLOMBIA SA
900092620	AUREA DISEÑO ARQUITECTURA SAS
900110842	SQADRA TEAM SAS
900111204	BOMBAI SAS
900122694	AYZ PUBLICIDAD SAS
900135415	CREAR PUBLICIDAD EXTERIOR SAS EN REORGANIZACION
900147111	GRUPO NACIONAL DE MEDIOS S.A.
900147578	ESPACIOS ALTERNOS SAS
900162979	PCN PUBLICIDAD LTDA
900202565	MARCA REGISTRADA MR SAS
900204473	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONIES S.A.S
900209047	BRANDEX GLOBAL SAS BIC
900212132	BrainHub SAS

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

900214217	GOOGLE COLOMBIA LIMITADA
900218414	XP COLOMBIA SAS EN REORGANIZACIÓN
900224569	BIOMARIN COLOMBIA LTDA
900247331	WHISKEY FILM SAS
900260136	ANTHROPOLOGIC S.A.S
900264662	TALK WORD OF MOUTH SAS
900273623	HIFERA S EN C
900282001	GO SPORTS MEDIA SAS
900297403	METALVISUAL SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA EN REORGANIZACION ABREVIADA
900324019	ASYLUM MARKETING SAS EN REORGANIZACION
900360619	INTERNATIONAL AIRMEDIA GROUP LTDA
900363376	LUMEN GRAPHICS S A S
900365358	DOBLEFECTO SAS
900366218	CROMATICAPEX SAS
900373599	JAIME URIBE Y ASOCIADOS S.A.S.
900374048	ZORB PUBLICIDAD SAS EN REORGANIZACION
900378858	INVERSIONES GABO SAS
900389753	PYP MEDIOS SAS
900394210	HERCAS PUBLICIDAD EXTERIOR S.A.S.
900397996	PUBLICITV SAS
900410870	VALLAS Y PUBLICIDAD JAC SAS EN REORGANIZACION
900423752	PRENSA & ENTRETENIMIENTO AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS
900425718	TARGET MEDIOS COLOMBIA S.A.S
900443180	GRUPO EMPRESARIAL ZAPATA MARTINEZ SAS
900454459	FANTASTICA SAS
900483066	INTERACTIVE MEDIA SAS
900511703	SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.
900515542	CONTENIDOS EL REY SAS
900522641	NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE SAS
900524265	AIRFACTORY COLOMBIA LTDA
900548289	DIGIMARKETING SAS
900559491	MARKETEAM OPTIONS COLOMBIA SAS
900559638	INTERNET MEDIA SERVICES COLOMBIA SAS
900619786	LOS GOODFELLAS BIC S A S
900621477	PLANEAR COMUNICACIONES SAS
900626892	DENSUT COLOMBIA SAS
900635943	FINDASENSE COLOMBIA SAS FINDASENSE COLOMBIA SAS
900639612	RED MAS COLOMBIA SAS

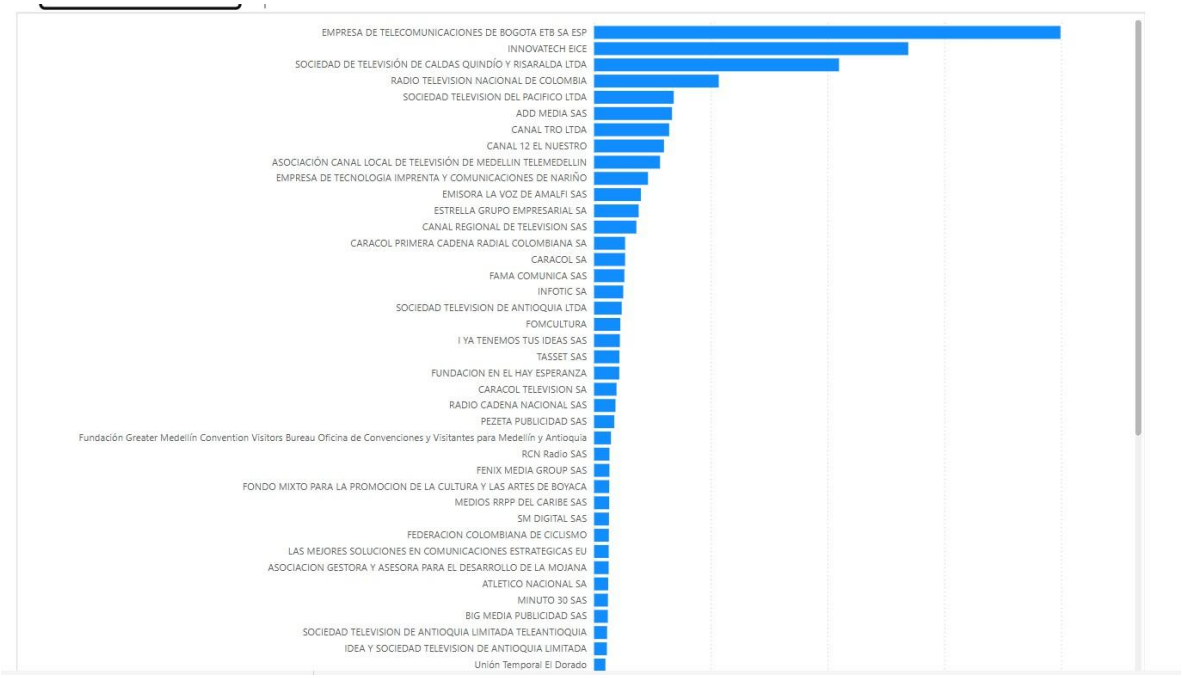
©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

900665748	ADGLOW COLOMBIA SAS
900688372	HEADWAY DIGITAL COLOMBIA SAS
900700061	IPROSPECT COLOMBIA SAS
900706422	BUENTIPO ANCHOR WORLDWIDE SAS
900713342	TAPTAP ADVERTISING SAS
900731768	MARKET DYNAMO SAS
900753503	LA FABRIQUE ATELIER CRÉATIF SAS
900784306	PLUG COLOMBIA SAS
900797268	LATIR EXPERIENCES SAS
900808626	COMARCA MARKETING ADVERTISING S A S EN REORGANIZACION
900812787	TWENTY AGENCIA CREATIVA SAS
900827343	SENSEBOX SAS
900844025	ARETE LATIN AMERICA (COLOMBIA) S.A.S
900908443	BURSON COHN & WOLFE COLOMBIA S.A.S
900949435	ADBID LATINOAMERICA S.A.S.
900972188	GRUPO ADE SAS
900983664	IWALL COLOMBIA SAS
901007920	Pangea MTD SASPangea MTD SAS
901033787	OWAK SAS
901069185	MACARENA & CO SAS
901135214	NBCUNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL COLOMBIA SAS
901264146	THE JUJU SAS
901264539	INTELLIGENT CUSTOMER ACQUISITION SAS

De acuerdo con la información obtenida en la consulta realizada en el modelo de abastecimiento estratégico; *Análisis de la Oferta y Demanda de Colombia Compra Eficiente*[5], frente a la búsqueda de empresas del sector cuyo objeto se relaciona con el "PRESTACION DE SERVICIOS PARA ESTRATEGIA PUBLICITARIA Y DE DIFUSION PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LA ALCALDIA MUNICIPAL DE EL CARMEN DE BOLIVAR." relacionado con los códigos UNSPSC descritos en el presente estudio se puede evidenciar que entre los años 2020 al 2025 se suscribieron 24,23 mil contratos por valor de $694 mil millones cuyos proveedores se relacionan a continuación:

[5]https://www.colombiacompra.gov.co/content/herramienta-de-visualizacion-para-el-analisis-de-la-demanda-y-de-la-oferta

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

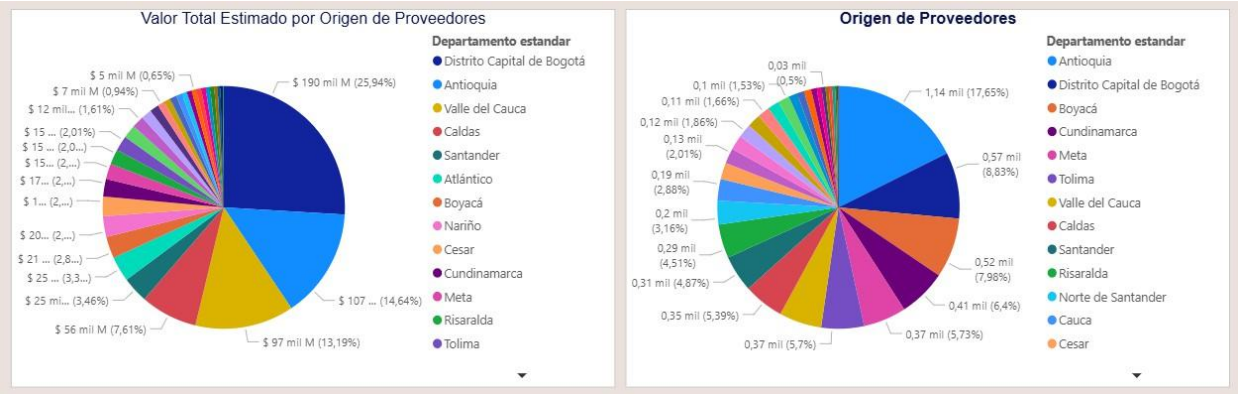


El proveedor con mayor cuantía suministrando servicios al estado es ETB con un valor de 79 mil millones de pesos.

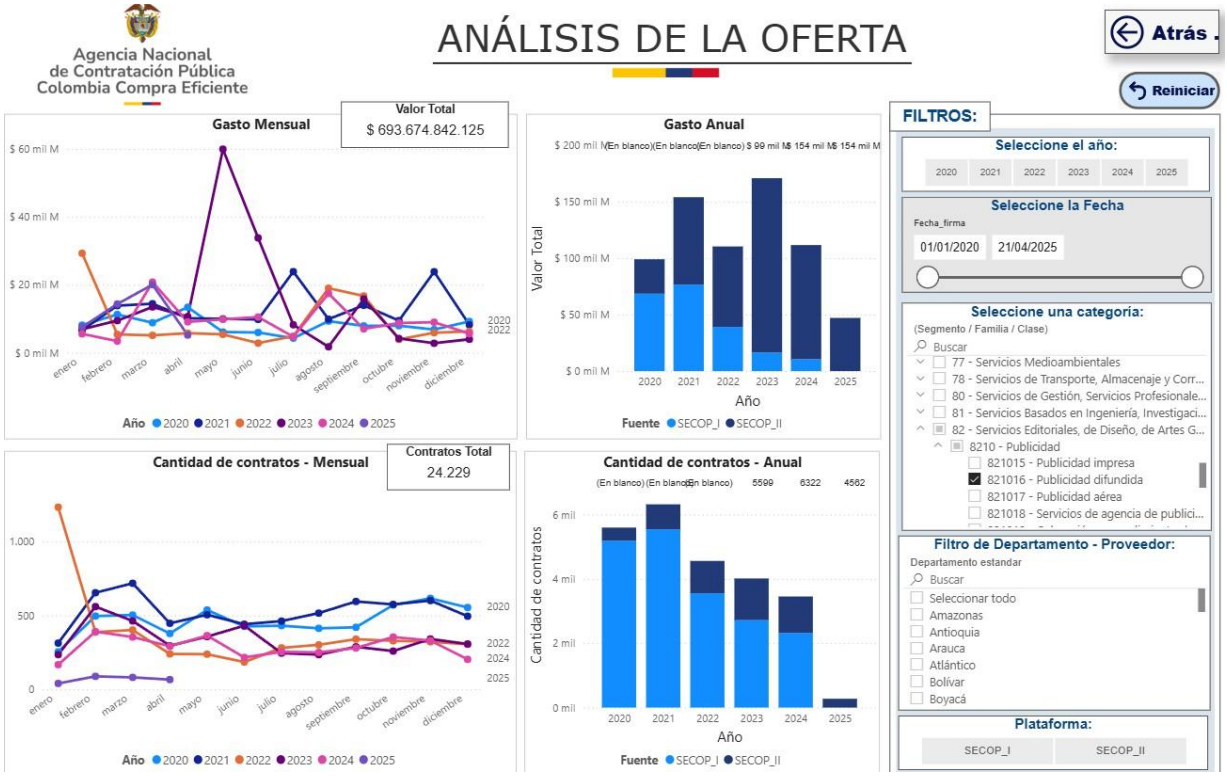


En la siguiente ilustración se pueden observar varios factores, el distrito de Bogotá es el lugar donde más se ejecutó gasto público, teniendo un 25,94% del total nacional, seguido de Antioquia con el 14,64%.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

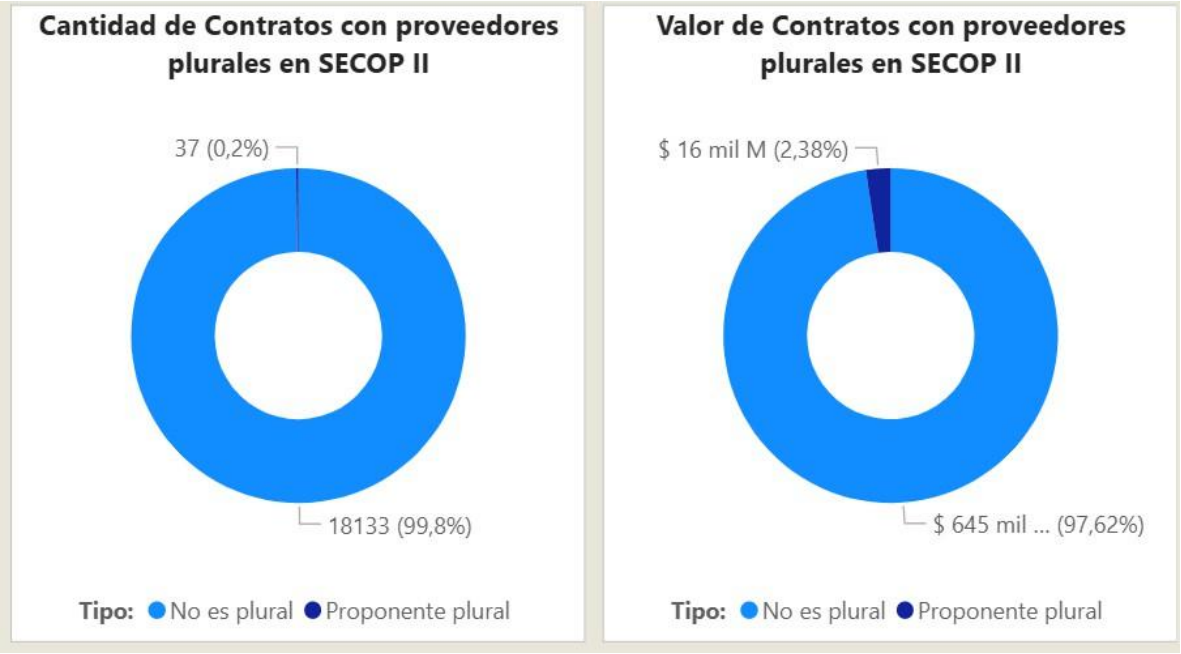


En total, el análisis de la entidad a nivel nacional de acuerdo con el conjunto establecido para las vigencias 2020 al 2025, arroja que el gasto público a nivel nacional para este tipo de actividades asciende a la suma de 694 mil millones:



Por último se evidencia que un 99,8% de los proveedores que han participado en SECOP ll no son proveedores plurales y que estos han ejecutado el 97,62% del valor de los aproximado 694 mil millones.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.



11. PRESUPUESTO OFICIAL

El presupuesto oficial se determinó mediante estudio de mercado tomando como base los requerimientos técnicos anteriormente señalados; se procedió a solicitar las cotizaciones para los estudios de precios del mercado obteniendo respuesta de Telemontes y Tele San Jacinto.

Producto de la herramienta en Excel MAX de estas cotizaciones y dado que no existe mucha volatilidad en los precios de mercado en las cotizaciones analizadas, se determinó el presupuesto oficial para el presente proceso de contratación por un monto VEINTISEIS MILLONES DE PESOS MCTE ($26.000.000,00).

ACTIVIDAD Y CANTIDADES	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	INSUMOS , RECURSOS Y EQUIPO HUMANO	TELE SAN JACINTO	TELE MONTES	PRESUPUESTO
Diseño e implementación de campañas audiovisuales educativas (micro contenidos o "píldoras informativas"); sobre cultura ciudadana, convivencia y desarrollo social. Realización de 1 píldora mensual con 1 emisión diaria durante 3 meses	Se producirán y emitirán 3 videos de entre 30 y 40 segundos (mínimo), los cuales serán de carácter educativo y sus contenidos estarán enfocados en promover la cultura ciudadana, la convivencia y el desarrollo social en el municipio; estos videos se realizarán en diferentes sectores del municipio, como barrios, espacios públicos, plazas étc dando participación a la comunidad, con una visión inclusiva.	1 Cámara de video profesionales de alta definición. - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance. - 1 IPhone 15 de 256 gb - 1 Computador de escritorio equipado con programas de edición profesional - 1 Micrófono duro profesional para inserción de audios - 1 Mesclador de audio profesional de 12 canales EQUIPO HUMANO 1 Camarógrafo, 1 Coordinador de producción, 1 realizador audiovisual, 1 locutor, 1 guionista y corrector de estilo.	3.600.000,00	3.600.000,00	3.600.000,00

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Realización y emisión de 1 nota periodística mensual durante 3 meses, enfocadas en los eventos culturales y educativos, a realizar por la secretaría de educación y cultura municipal.	Se producirán y emitirán 3 notas (noticias) con un duración entre 1 a 5 minutos máximo, que incluirán entrevistas del funcionario a cargo de la secretaría y/u otros; e implementación de imágenes de apoyo y/o tomas visuales soportadas con voz en off de las actividades o eventos que lleve a cabo esta oficina en el lapso estipulado	1 IPhone 15 pro de 256 gb - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance - 1 Computador de escritorio equipado con programas de edición profesional EQUIPO HUMANO - 1 Periodista - 1 Camarógrafo - 1 Editor	2.400.000,00	2.400.000,00	2.400.000,00
Realización y emisión de 1 nota periodística mensual durante 3 meses, enfocadas en las obras de infraestructura que viene llevando a cabo la administración municipal	Se producirán y emitirán 3 notas (noticias) con un duración entre 1 a 5 minutos máximo, que incluirán entrevistas del funcionario a cargo de la secretaría y/u otros; e implementación de imágenes de apoyo y/o tomas visuales soportadas con voz en off	1 IPhone 15 pro de 256 gb - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance - 1 Computador de escritorio equipado con programas de edición profesional EQUIPO HUMANO - 1 Periodista - 1 Camarógrafo - 1 Editor	2.400.000,00	2.400.000,00	2.400.000,00
Realización y emisión de 1 nota periodística mensual durante 3 meses, enfocadas en las actividades a realizar por la secretaría de gobierno y convivencia ciudadana	Se producirán y emitirán 3 notas (noticias) con un duración entre 1 a 5 minutos máximo, que incluirán entrevistas del funcionario a cargo de la secretaría y/u otros; e implementación de imágenes de apoyo y/o tomas visuales soportadas con voz en off de las actividades o eventos que lleve a cabo esta oficina en el lapso estipulado	1 IPhone 15 pro de 256 gb - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance - 1 Computador de escritorio con 1 Tera de almacenamiento equipado con programas de edición profesional EQUIPO HUMANO - 1 Periodista - 1 Camarógrafo - 1 Editor	2.400.000,00	2.400.000,00	2.400.000,00
Realización y emisión de 1 nota periodística mensual durante 3 meses, enfocadas en las actividades a realizar por la oficina de desarrollo social	Se producirán y emitirán 3 notas (noticias) con un duración entre 1 a 5 minutos máximo, que incluirán entrevistas del funcionario a cargo de la secretaría y/u otros; e implementación de imágenes de apoyo y/o tomas visuales soportadas con voz en off de las actividades o eventos que lleve a cabo esta oficina en el lapso estipulado	1 IPhone 15 pro de 256 gb - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance - 1 Computador de escritorio con 1 Tera de almacenamiento equipado con programas de edición profesional EQUIPO HUMANO - 1 Periodista - 1 Camarógrafo - 1 Editor	2.400.000,00	2.400.000,00	2.400.000,00
Realización y emisión de 1 video publicitario enfocado en el pago de impuestos desde la secretaría de hacienda municipal, 1 emisión diaria durante 2 meses	Se producirá 1 video publicitario con una duración entre 30 y 40 segundos, cuyo contenido será incentivar al pago de impuestos, recaudo, etcétera y en l producción de este participaran funcionarios y/o colaboradores de la secretaría de hacienda municipal	1 IPhone 15 pro de 256 gb - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance - 1 Computador de escritorio con 1 Tera de almacenamiento equipado con programas de edición profesional EQUIPO HUMANO - 1 Coordinador de producción - 1 Camarógrafo	2.600.000,00	2.600.000,00	2.600.000,00
Realización y emisión de publicidad alusiva a las festividades patronales en honor a la Virgen del Carmen 2026 durante 1 mes	Se producirá un video comercial con una duración entre 30 y 45 segundos en alta calidad, este video tendrá como base imágenes de archivos que representen o hagan alusión a estas festividades, ambientaciones e imágenes del municipio que permitirán impulsar y promover este evento religioso y cultural	1 Cámara de video profesional de alta definición. - 2 Micrófonos de solapa inalámbricos de largo alcance. - 1 IPhone 15 pro de 256 gb - 1 Computador de escritorio equipado con programas de edición profesional - 1 Micrófono duro profesional para inserción de audios - 1 Mezclador de audio profesional de 12 canales EQUIPO HUMANO 1 Camarógrafo, 1 Coordinador de producción, 1 realizador audiovisual, 1 locutor, 1 guionista y corrector de estilo.	1.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Cubrimiento en vivo de la 3ra Feria Emprendedora Virgen del Carmen 2026, a realizarse en el marco de las festividades patronales	Se realizará un cubrimiento en vivo del inicio y apertura de la 3ra Feria Emprendedora Virgen del Carmen 2026, esta trasmisión se realizara a través de nuestra página de Facebook y en la misma se hablará de la importancia de esta feria, recorreremos cada stand y hablaremos con sus protagonistas y visitantes, para invitar a El Carmen de Bolívar y la región a visitar este evento durante los días de desarrollo	1 iPhone 15 pro de 256 gigas 2 Micrófonos inalámbricos 1 Trípode para celular 1 Kits de luces sencillo EQUIPO HUMANO 1 Camarógrafo y videógrafo 1 Presentador (a) 1 Asistente de transmisión	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00
Transmisión en vivo y cubrimiento de evento público – concierto musical Fiestas Patronales en Honor a la Virgen del Carmen 2026	Se realizará la trasmisión en vivo durante 6 horas del evento público – concierto ofrecido por la administración municipal en el marco de las festividades patronales de la virgen del Carmen 2026; esta trasmisión se realizará a través de nuestro cable operador y página de Facebook, incluirá la trasmisión de todos los actos, presentaciones musicales e intervenciones a realizarse en el mismo	3 Cámaras de video profesional de formato full HD con longitud focal de 4.08 a 81.6 mm y zoom óptico de 20x, dos entradas externas para micrófono, luz led, visor y pantalla LCD - 1 Dron DJI Mavic 2 con cámara 4k - 1 Computador portátil para trasmisión equipado con el programa vMix Live video con 1 Tera de memoria interna y 32 gigas de RAM - 3 Convertidores o escaladores de video - 1 Computador portátil para presentaciones y créditos video con 1 Tera de memoria interna y 32 gigas de RAM - 1 Computador portátil para monitoreo con 500 gigas de memoria interna y 32 gigas de RAM - 1 Computador de escritorio con 1 Tera de almacenamiento, 16 gigas de RAM para recepción de señal en estudio - 3 Trípodes profesionales cabezal fluido para cámaras de video - 1 Kit de luces led profesionales EQUIPO HUMANO 3 Camarógrafos 1 Fotógrafo 1 Coordinador de trasmisión 2 Asistentes de trasmisión 3 Auxiliares generales 1 Coordinador de emisión en estudio 1 Ponchador de señal y mezclador 1 Director General	6.600.000,00	6.598.000,00	6.600.000,00
TOTAL					**26.000.000,00**

12. MATRIZ DE RIESGOS

De conformidad con el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, la entidad estatal debe evaluar el riesgo que el proceso de contratación representa para el cumplimiento de sus metas y objetivos. En cuanto a los riesgos que se pueden tipificar, estimar y asignar al objeto y obligaciones del suministro, los mismos se determinan a partir de las actividades que pueden representar un riesgo previsible.

El riesgo contractual en general es entendido como todas aquellas circunstancias que pueden presentarse durante el desarrollo o ejecución de un contrato y que pueden alterar el equilibrio financiero del mismo y ha tenido una regulación desde cinco ópticas, asociadas con el proceso de gestión que se requiere en cada caso.

Este análisis se elaboró de una matriz de riesgo de acuerdo con la metodología de Colombia Compra Eficiente, en concordancia con el documento Conpes 3714 como se evidencia a continuación.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

Se efectúa el análisis a través de la matriz de riesgos sugerida en el Manual.

ALVARO MIGUEL MURGAS
SECRETARIO GENERAL
MUNICIPIO EL CARMEN DE BOLÍVAR
Revisó: Cristhian Ríos Mancera- Asesor Financiero

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

ANEXO MATRIZ DE RIESGO

No.	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción (Que puede pasar y como puede Ocurrir)	Consecuencia de la Ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/ Controles a ser implementados	Impacto después del Tratamiento				¿Afecta el equilibrio económico del Contrato?	Persona responsable por implementar el tratamiento	Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	Fecha estimada en que se completa el tratamiento	Monitoreo y revisión	
													Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría					¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad ¿Cuándo?
1	General	Interno	Contratación	Operacional	No contar con el registro presupuestal	Extensión del plazo, no ejecución del contrato	1	5	6	Alto	Contratante	Elaborar y solicitar el registro presupuestal	1	1	2	Bajo	No	Área de presupuesto	mar-23	mar-23	Solicitud de registro presupuestal	Durante la elaboración del contrato
2	Especifico	Externo	Ejecución	Operacional	Retrasos en la ejecución.	Incumplimiento del contrato	2	2	4	Bajo	Contratista	Requerir al proponente que para las justifique las demoras en la prestación de servicio	1	1	3	Bajo	No	Supervisor	mar-23	Hasta la ejecución y liquidación del contrat	Revisión constante de la ejecución del contrato	Durante la duración del contrato
3	Especifico	Externo	Ejecución	Operacional	No presentación de las garantías y pólizas exigidas para la ejecución del contrato	Incumplimiento de las obligaciones del contrato	3	3	6	Alto	Contratista	Requerir al contratista para que entregue las garantías y pólizas para su aprobación	1	2	3	Bajo	No	Supervisor, Asesor Jurídico	mar-23	mar-23	Proyectando acta de aprobación de la póliza	En la etapa de perfeccionamiento del contrato
4	General	Interno	Selección	Operacional	Propuestas artificialmente baja	Riesgo de que el contratista incumpla con el objeto contratado y las obligaciones pactadas	2	5	7	Alto	Contratista	Se le requiere al proponente para que explique sus precios tan bajos	2	4	6	Alto	No	Asesor Financiero	mar-23	mar-23	Una vez presentada la justificación del precio tan bajo, el comité financiero evalúa lo expresado y considera su	En la etapa de evaluación de las propuestas
5	Especifico	Interno	Ejecución	Operacional	Problemas en la prestación de servicio y e incumplimiento del objeto contractual.	Incumplimiento del contrato	1	5	6	Alto	Contratista	Se requiere a contratista para que garantice la prestación del servicio en la oportunidad pactada	1	3	3	Bajo	No	Supervisor del contrato	mar-23	Hasta la ejecución total del contrato	Con verificación constante de la ejecución contractual	Durante la duración del contrato

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

6	Especifico	Externo	Ejecución	Operacional	Deficiencias en planeación y logística para la disposición oportuna de los trabajos, equipos y prestación del servicio.	Incumplimiento del contrato	2	3	5	Medio	Contratista	Se requiere al contratista para que suministre los materiales requeridosp ara el servicio según lo pactada.	1	2	3	Bajo	No	Supervisor del contrato	mar-23	Hasta la ejecución total del contrato	Revisión constante de la ejecución del contrato	Durante la duración del contrato
7	Especifico	Externo	Ejecución	Económico	Reajustes imprevistos en el costo de materiales con precios no regulados por el gobierno	Riesgo que asume el contratista	1	1	2	Bajo	Contratista	Se requiere al contratista para que preste el servicio con oportunidad	1	2	3	Bajo	Si	Supervisor del contrato	mar-23	Hasta la ejecución del contrato	Revisión y atención del sector económico y de la información que suministre el contratista.	Durante la duración del contrato

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.

©ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE LA ALCALDIA DE EL CARMEN DE BOLÍVAR. PROHIBIDA SU REPRODUCCION POR CUALQUIER MEDIO, SIN AUTORIZACION ESCRITA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD.