ANÁLISIS DEL SECTOR

OBJETO:

SERVICIOS PARA LA PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DE LAS ACCIONES INSTITUCIONALES DE LA ALCALDÍA DE ACACÍAS, META, CON EL PROPÓSITO DE FORTALECER EL VÍNCULO ENTRE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL Y LA COMUNIDAD, FOMENTANDO LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Julio de 2026

CONTENIDO

1. OBJETIVO DEL ESTUDIO
2. FICHA RESUMEN DEL ESTUDIO DEL SECTOR
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO
4. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO DE LA ENTIDAD
5. ANÁLISIS DE LA OFERTA
6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA POR PARTE DE OTRAS ENTIDADES
7. ANÁLISIS SOBRE LOS INDICADORES FINANCIEROS
8. CRITERIOS DIFERENCIALES PARA EMPRESAS DE MUJERES O EMPRENDIMIENTO DE MUJERES Y PARA MIPYMES
9. CRITERIOS DIFERENCIALES PARA EMPRESAS DE MUJERES O EMPRENDIMIENTO DE MUJERES O EMPRENDIMIENTOS DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD
10. BIENES NACIONALES RELEVANTES AL PROCESO DE CONTRATACIÓN
11. INCORPORACIÓN DE CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN EN FAVOR DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
12. ANÁLISIS DE COSTOS Y/O PRECIOS DEL MERCADO

1. – OBJETIVO DEL ESTUDIO

El presente estudio tiene como objetivo realizar un análisis de la oferta y demanda del mercado, estudio de posibles proveedores, entre otros factores que nos permitan:

- Conocer las características fundamentales de las empresas que conforman el segmento del mercado que cuenta con la capacidad de suplir la presente necesidad de contratación por parte del municipio de Acacías, Meta.

- Determinar las variables financieras como el índice de liquidez, capacidad de endeudamiento, cobertura de intereses, rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo, los cuales sirven de base para estructurar el proceso de selección, garantizando la pluralidad de oferentes y su selección objetiva.

- Determinar las variables técnicas como analizar posibles requisitos que sirven de base para estructurar el proceso de selección, garantizando la pluralidad de oferentes y su selección objetiva.

Lo anterior en aras de que el municipio de Acacías - Meta, obtenga la mejor oferta y seleccione el contratista idóneo para suplir las necesidades.

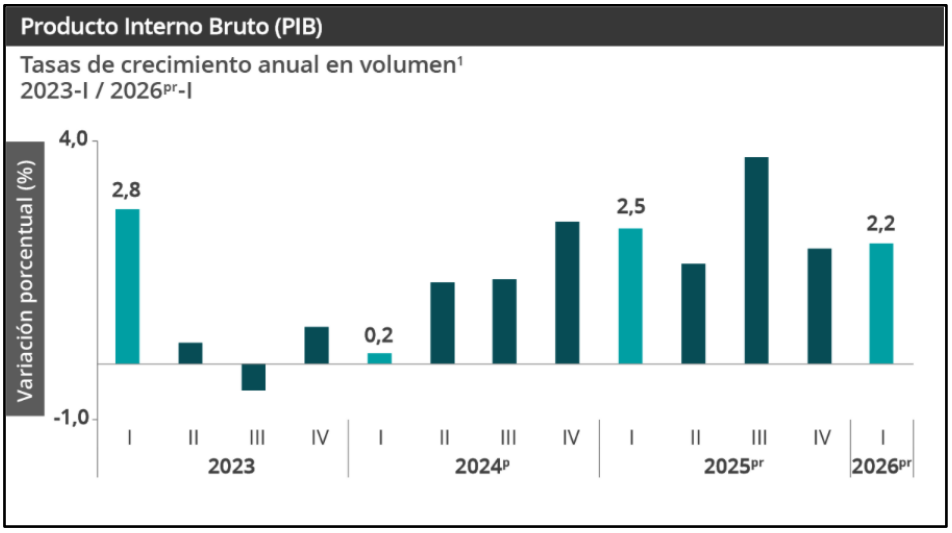
2. – FICHA RESUMEN DEL ESTUDIO DEL SECTOR

FICHA RESUMEN DE ESTUDIO DEL SECTOR	
Objeto a contratar	SERVICIOS PARA LA PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DE LAS ACCIONES INSTITUCIONALES DE LA ALCALDÍA DE ACACÍAS, META, CON EL PROPÓSITO DE FORTALECER EL VÍNCULO ENTRE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL Y LA COMUNIDAD, FOMENTANDO LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA
Área solicitante	OFICINA DE LAS TECNOLOGÍAS Y DE LA INFORMACIÓN Y LAS TELECOMUNICACIONES.
Valor estimado del contrato	CUATROCIENTOS CINCUENTA MILLONES DE PESOS MCTE ($450.000.000)
Plazo estimado Ejecución	CINCO(5) MESES y/o hasta agotar los recursos sin superar la presente vigencia fiscal
Modalidad de contratación	SELECCIÓN ABREVIADA MENOR CUANTÍA
Tipología del contrato	PRESTACIÓN DE SERVICIOS

3. – ANÁLISIS DEL ENTORNO

- **ECONOMÍA DE COLOMBIA**

PRODUCTO INTERNO BRUTO PIB



El Producto Interno Bruto crece 2,6% en el año 2025pr respecto al año 2024p.

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).

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%.

FUENTE	LINK DE CONSULTA
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE	https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica

PIB POR DEPARTAMENTO

Para 2024pr, el PIB nacional es 1.706.447 miles de millones de pesos, a precios corrientes. Los departamentos con mayor PIB son Bogotá D.C. y Antioquia con 430.151 y 253.232 miles de millones de pesos, respectivamente.Por su parte, los departamentos con menor PIB son Guainía y Vaupés con 605 y 472 miles de millones de pesos, respectivamente.

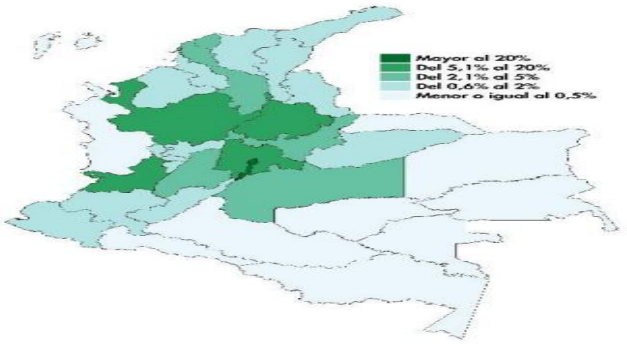
Tabla 1. Producto Interno Bruto por departamento
Miles de millones de pesos a precios corrientes
2024pr

Departamento	2024pr	Departamento	2024pr
COLOMBIA	1.706.447	Norte de Santander	27.389
Bogotá D.C.	430.151	Nariño	25.835
Antioquia	253.232	Magdalena	24.026
Valle del Cauca	166.349	Casanare	23.586
Santander	109.532	La Guajira	17.618
Cundinamarca	108.202	Quindío	14.587
Atlántico	76.818	Sucre	13.770
Bolívar	61.185	Arauca	9.209
Meta	54.797	Chocó	7.582
Boyacá	45.232	Caquetá	6.831
Tolima	37.046	Putumayo	6.091
Cauca	31.103	San Andrés y Providencia*	2.454
Cesar	31.092	Guaviare	1.396
Córdoba	30.952	Amazonas	1.331
Huila	29.310	Vichada	1.167
Caldas	28.821	Guainía	605
Risaralda	28.675	Vaupés	472

Fuente: DANE, Producto Interno Bruto por Departamento.
*San Andrés, Providencia y Santa Catalina (Archipiélago)
prpreliminar

Para 2024pr, Bogotá D. C., Antioquia y Valle del Cauca concentraron cerca de la mitad del PIB nacional; si se le suman las siguientes 3 economías en participación (Santander, Cundinamarca y Atlántico), juntas representan el 67,1% del PIB de Colombia.

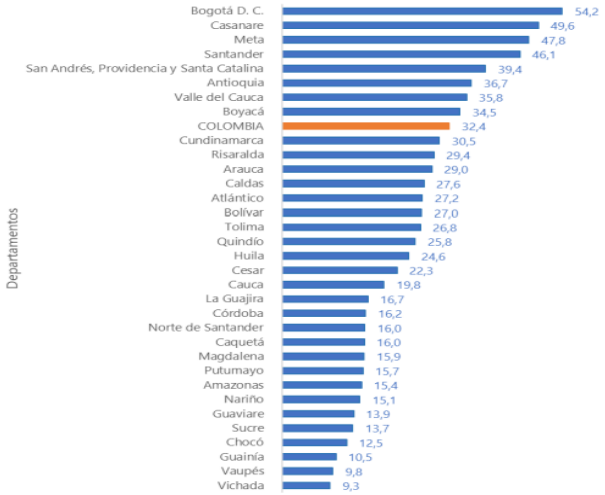
Gráfico 2. Producto Interno Bruto por departamento
Participación porcentual a precios corrientes
2024pr



Fuente: DANE, Producto Interno Bruto por Departamento.
prpreliminar

Para 2024pr, el PIB nacional por habitante es 32,4 millones de pesos. Los departamentos que registraron un PIB por habitante mayor al nacional son: Bogotá D.C., Casanare, Meta, Santander, San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Antioquia, Valle del Cauca y Boyacá.

Gráfico 4. Producto Interno Bruto departamental por habitante*
Millones de pesos a precios corrientes
2024pr



Fuente: DANE, Producto Interno Bruto por Departamento.
*Población actualizada con las proyecciones y retroproyecciones del CNPV 2018, 22 de marzo 2023
prpreliminar

FUENTE	LINK DE CONSULTA
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE	https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales

INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC)

Gráfica Indice de precios al consumidor (IPC)

Información mayo 2026

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Variación mensual, año corrido y anual
Total nacional
2025 - 2026 (mayo)

IPC	Mayo					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,32	**0,47**	3,63	**4,36**	5,05	**5,84**

Fuente: DANE, IPC

1.1.1 Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En mayo de 2026 la variación mensual del IPC fue 0,47%, la variación año corrido fue 4,36% y la anual 5,84%.

En mayo de 2026 la variación anual del IPC fue 5,84%, es decir, 0,79 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,05%.

El comportamiento mensual del IPC total en mayo de 2026 (0,47%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Transporte. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,86%) y Recreación y cultura (0,77%).

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

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,48	0,15	0,86	0,26
Recreación y cultura	3,79	-0,52	-0,02	0,77	0,02
Transporte	12,93	-0,08	-0,01	0,61	0,08
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,18	0,01	0,53	0,02
Salud	1,71	0,39	0,01	0,52	0,01
TOTAL	100,00	0,32	0,32	0,47	0,47
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,39	0,01	0,42	0,01
Restaurantes y hoteles	9,43	0,36	0,04	0,38	0,04
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,39	0,01	0,27	0,00
Información y comunicación	4,33	-0,15	0,00	0,25	0,01
Bienes y servicios diversos	5,36	0,28	0,01	0,22	0,01
Educación	4,41	0,00	0,00	0,00	0,00
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,60	0,11	-0,02	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.

1.1.2 Variaciones y contribuciones de las subclases en el mes

En mayo de 2026 en comparación con abril de 2026, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: arriendo imputado (0,67%), combustibles para vehículos (2,34%), arriendo efectivo (0,69%), suministro de agua (2,38%), carne de res y derivados (1,36%), electricidad (1,04%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,33%), servicios relacionados con la copropiedad (1,25%), alcantarillado (2,66%) y frutas frescas (0,88%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: tomate (-13,36%), plátanos (-5,54%), vehículo particular nuevo o usado (-0,31%), hortalizas y legumbres frescas (-1,26%) y naranjas (-6,36%).

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

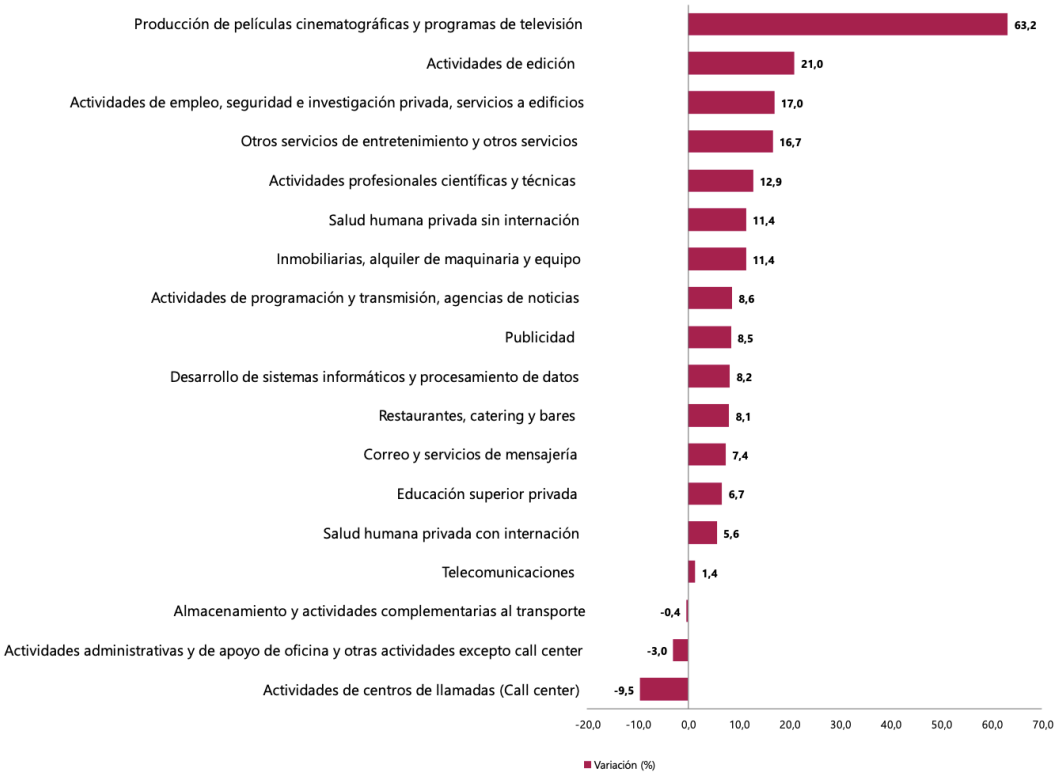
Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Arriendo imputado	0,67	0,08
Combustibles para vehículos	2,34	0,07
Arriendo efectivo	0,69	0,06
Suministro de agua	2,38	0,05
Carne de res y derivados	1,36	0,03
Electricidad	1,04	0,03
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	0,33	0,03
Servicios relacionados con la copropiedad	1,25	0,02
Alcantarillado	2,66	0,01
Frutas frescas	0,88	0,01

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.

FUENTE	LINK DE CONSULTA
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE	https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica

ENCUESTA MENSUAL DE SERVICIOS (EMS)

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



Fuente: DANE, EMS.
ᵖ Cifra provisional

1.1 Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (abril 2026p / abril 2025)

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

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Total nacional
Abril 2026ᵖ / abril 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	-0,4	-0,9	-0,1	0,6
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	7,4	7,2	-0,0	0,2
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	8,1	6,9	1,4	-0,3
J	Divsión 58	Actividades de edición	21,0	8,1	1,1	11,7
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	63,2	37,7	21,8	3,6
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	8,6	4,2	0,0	4,4
J	División 61	Telecomunicaciones	1,4	2,1	-0,7	0,0
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	8,2	7,4	0,9	-0,1
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	11,4	13,4	-1,8	-0,2
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	12,9	13,2	-0,3	-0,0
M	Clase 7310	Publicidad	8,5	8,4	-0,0	0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	17,0	17,1	-0,1	-0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-9,5	-9,6	0,0	0,1
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	-3,0	-3,2	0,0	0,1
P	Grupo 854	Educación superior privada	6,7	5,6	0,1	1,0
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	5,6	5,7	-0,1	0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	11,4	11,5	0,1	-0,1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	16,7	15,7	-0,5	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.

FUENTE	LINK DE CONSULTA
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE	https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/encuesta-mensual-de-servicios-ems

SECTOR ESPECÍFICO

- **SECTOR ESPECÍFICO DEL BIEN O SERVICIO A CONTRATAR**

Informe 2026 sobre las redes sociales: Tendencias y estadísticas de 9,3 millones de publicaciones[1]
¿Cómo sería tu estrategia en las redes sociales si se basara en millones de publicaciones reales en lugar de opiniones?

Analizamos 9.332.840 posts publicados en 10 redes sociales, junto con datos de crecimiento y participación de decenas de miles de usuarios activos de SocialBee a lo largo de 2025.

Este informe pone de relieve las últimas tendencias de los medios sociales que se manifiestan en el comportamiento real de las publicaciones, no sólo en las opiniones de moda.

Breve resumen – Estadísticas de las redes sociales 2026:

- Este informe examina cómo trabajan realmente los equipos de los medios sociales, utilizando datos anonimizados de SocialBee de 2025, que incluyen 9,3 millones de posts publicados en 10 plataformas.
- Facebook sigue siendo donde más publican las marcas, y representa casi la mitad de todo el contenido. Le siguen X, Instagram y LinkedIn, y juntas estas cuatro plataformas representan más del 80% de todas las publicaciones.
- Predomina la publicación entre semana. Casi la mitad de los mensajes se publican entre el martes y el jueves, con el miércoles ligeramente por delante.
- Las tardes son el momento de mayor actividad, especialmente entre las 14:00 y las 17:00 horas. Por la mañana temprano y por la noche hay mucha menos actividad.
- El crecimiento sigue el mismo patrón que la publicación. Casi todo el crecimiento medible de la audiencia se produce en Facebook, Instagram, X y LinkedIn, no en plataformas más nuevas.
- Las imágenes son las que mejor funcionan, pero no tanto como cabría esperar. Los carruseles y los enlaces funcionan bien, y los mensajes de texto funcionan casi a la par que los vídeos.
- Gestionar varias cuentas es la norma, no la excepción. La marca media gestiona 4,5 perfiles a la vez.
- La gran conclusión es sencilla: la mayoría de las decisiones sobre redes sociales se toman en función del tiempo, la carga de trabajo y los procesos repetibles, no persiguiendo cada nueva plataforma o tendencia.

Metodología
Esta investigación se basa en datos de uso agregados y anonimizados de SocialBee recogidos a lo largo de 2025. Analiza cómo la gente utiliza realmente las herramientas de gestión de las redes sociales en su trabajo diario.

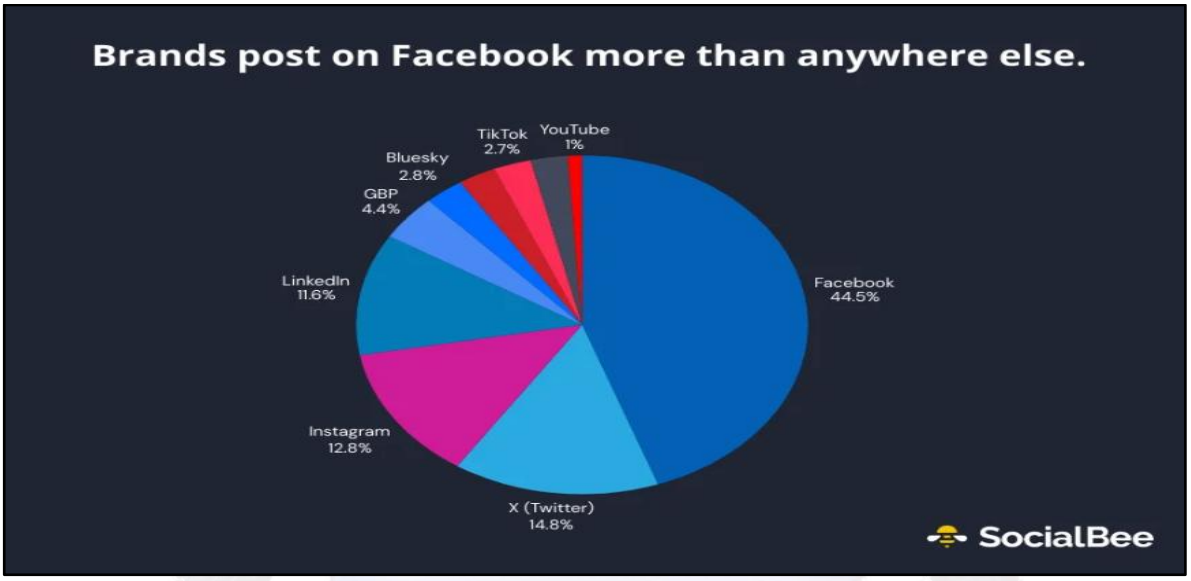
Examinamos 9.332.840 posts publicados en 10 de las principales redes sociales.

Para comprender las tendencias de gestión, crecimiento y participación de las cuentas, también analizamos los datos de las redes sociales de decenas de miles de usuarios que conectaron varias cuentas de redes sociales a la plataforma.

En pocas palabras, este estudio va más allá de las estadísticas superficiales de las redes sociales y muestra cómo los equipos publican realmente contenidos cuando gestionan varias cuentas al mismo tiempo.

¿En qué plataformas de redes sociales publican más las marcas?
Según el análisis de 9.332.840 posts publicados en 10 redes sociales, las marcas publican en Facebook más que en ningún otro sitio. En 2025, el 44,5% de todas las publicaciones en redes sociales se publicaron en Facebook, lo que lo convierte en el líder indiscutible por volumen de publicación.

[1] https://socialbee.com/es/blog/informe-de-redes-sociales/



Para ponerlo en perspectiva casi una de cada dos publicaciones en redes sociales va a Facebook. Le siguen X (Twitter), Instagram y LinkedIn, pero cada uno se sitúa muy por detrás de Facebook por sí solo. X representa 14,8% de las publicaciones Instagram 12.8%y LinkedIn 11.6%.

Aquí tienes la lista completa de las plataformas de redes sociales en las que más publican los usuarios:

- Facebook: De las 9.332.840 publicaciones en redes sociales analizadas de 2025, la gran mayoría, 4.157.751, se publicaron en Facebook, lo que representa el 44,5% de la actividad total de publicación.
- X (Twitter): En 2025 se compartieron 1.378.509 publicaciones en X, lo que representa el 14,8% de todas las publicaciones del conjunto de datos.
- Instagram: Instagram recibió 1.197.383 publicaciones, lo que supone el 12,8% de los 9,3 millones de publicaciones analizadas.
- LinkedIn: Con 1.083.542 posts publicados, LinkedIn acaparó el 11,6% del volumen total de publicaciones.
- Perfil de empresa de Google: En 2025 se publicaron 406.695 posts en los Perfiles de Empresa de Google, lo que representa el 4,4% de todos los posts analizados.
- Bluesky: En Bluesky se publicaron 262.443 posts, lo que representa el 2,8% del total de publicaciones en redes sociales.
- Pinterest: La actividad de publicación en Pinterest ascendió a 253.354 publicaciones, es decir, el 2,7% del conjunto de datos global.
- TikTok: En TikTok se publicaron 250.982 posts, lo que supone un 2,7% del volumen total de publicaciones.
- Threads: Con 249.141 posts publicados, Threads igualó a TikTok y Pinterest con un 2,7% del total de posts.
- YouTube: En YouTube se publicaron 93.040 subidas, lo que representa sólo el 1,0% de todas las publicaciones analizadas.

Conclusiones

Lo que nos dicen estos datos es que el uso y la publicación en las redes sociales siguen estando muy concentrados. Facebook, X, Instagram y LinkedIn representan más de 80% de todas las publicaciones aunque las plataformas más nuevas reciben mucha atención.

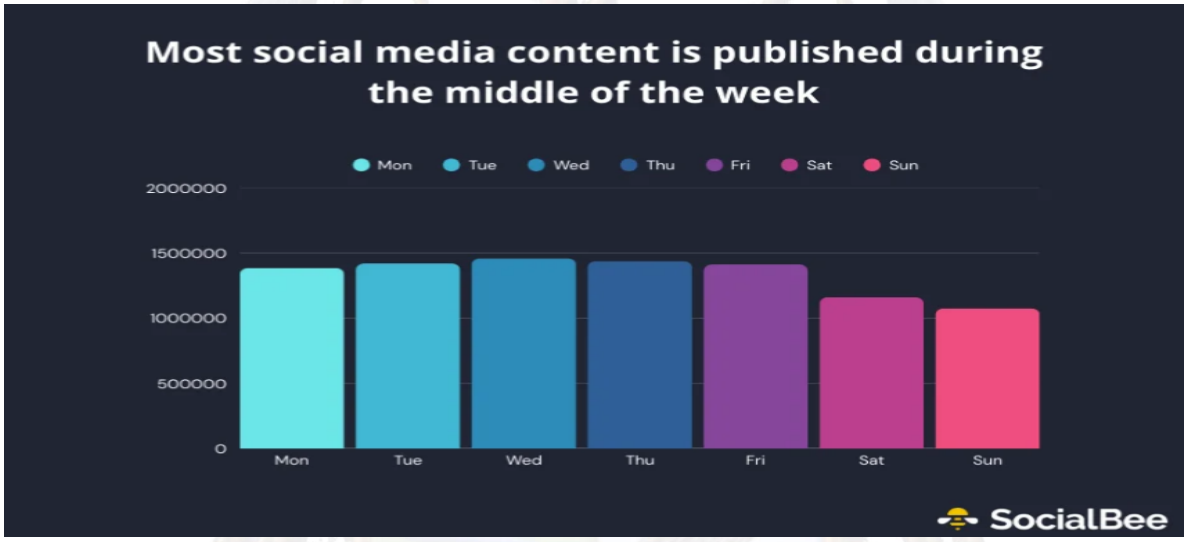
Para la mayoría de los equipos, la elección de la plataforma tiene menos que ver con el bombo publicitario y más con el comportamiento de la audiencia y con el lugar en el que una gran parte de su público objetivo realmente participa de forma coherente.

Un menor volumen de publicación en plataformas como TikTok, YouTube y Pinterest no significa que sean menos valiosas. En la mayoría de los casos, sólo significa que el contenido lleva más tiempo de planificación, creación y aprobación.

Cuando el tiempo es limitado, la coherencia tiende a ganar a la experimentación. La mayoría de los equipos prefieren ser visibles en unas pocas plataformas básicas que dispersarse intentando estar en todas partes.

¿Qué días publican más los usuarios en las redes sociales?

Según las 9.360.007 publicaciones analizadas, la mayor parte del contenido de las redes sociales se publica a mediados de semana, con el miércoles claramente a la cabeza. En la práctica, esto significa que casi la mitad de los mensajes salen entre el martes y el jueves.



Sólo el miércoles representa el 15,6% de todos los mensajes 1.458.879 contenidos. El jueves y el martes están justo detrás, rondando cada uno el 15%. Si juntas esos tres días El 46,1% de todas las publicaciones en redes sociales se publican entre semana lo que la convierte en la parte más concurrida del calendario.

Por otro lado , el domingo es el día menos popular para publicar, con 1,08 millones de publicaciones, o el 11,5% de la actividad total de publicación. El sábado y el domingo juntos representan sólo el 23,9% de todas las publicaciones en redes sociales, menos de una cuarta parte del volumen total.

He aquí cómo se desglosa el volumen de envíos por día de la semana:

- Miércoles: 1.458.879 publicaciones, lo que representa el 15,6% de todas las publicaciones en redes sociales.
- Jueves: 1.437.514 mensajes, lo que representa el 15,37% del volumen total de mensajes.
- Martes: 1.419.647 mensajes, lo que supone el 15,18% de todos los mensajes.
- Viernes: 1.412.790 mensajes, es decir, el 15,11% de la actividad total.
- Monday: 1.385.700 mensajes, lo que representa el 14,82% de los mensajes.
- Sábado: 1.160.775 mensajes, lo que representa el 12,41% del total de mensajes.

- Domingo: 1.075.702 mensajes, el día de menor volumen con el 11,5% de todos los mensajes.

Conclusiones

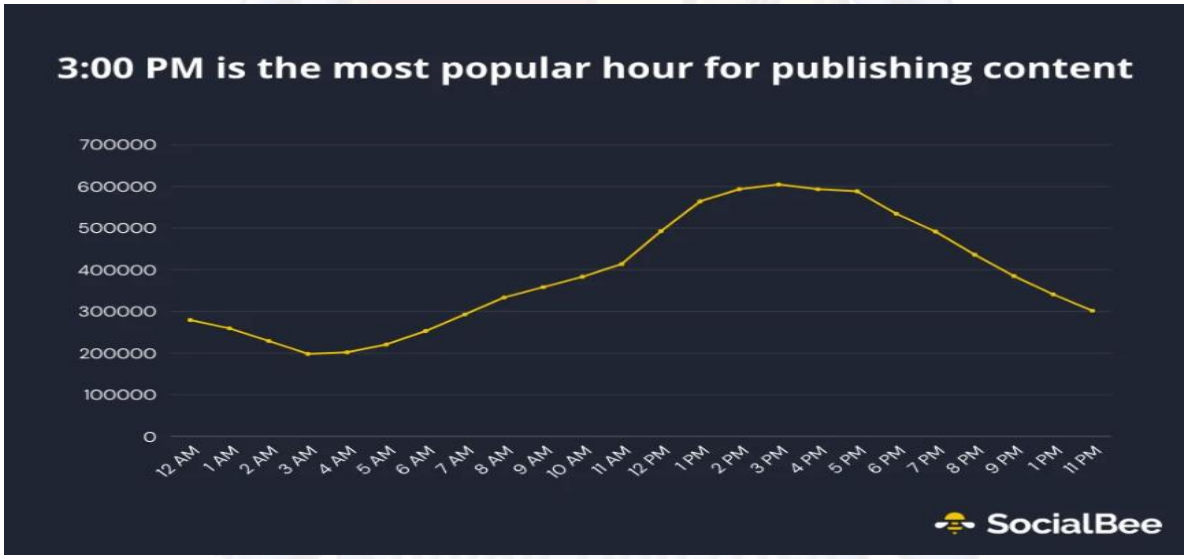
Lo que llama la atención no es sólo el liderazgo entre semana, sino la distribución uniforme de las publicaciones entre los días laborables. De lunes a viernes, el volumen de publicaciones apenas varía. La diferencia entre el día más activo (miércoles) y el menos activo (lunes) es de menos de un punto porcentual.

Ese patrón sugiere que los equipos no están eligiendo los días al azar. Programan contenidos para los momentos en que creen que el público está más activo y responde mejor. Durante mucho tiempo se ha asociado la mitad de la semana con una mayor actividad del feed, lo que explica por qué de martes a jueves se programan más publicaciones.

Los fines de semana cuentan una historia diferente. El sábado y el domingo representan menos de una cuarta parte de todas las publicaciones, y el domingo ocupa el último lugar. Esto no significa que el público de los fines de semana no exista. Significa que menos equipos esperan un compromiso fuerte y fiable entonces, por lo que dan prioridad a los días laborables, donde la atención es más predecible.

¿A qué hora del día publican más los usuarios en las redes sociales?

Según el análisis de 9.360.007 publicaciones, la mayor parte del contenido de las redes sociales se publica por la tarde, siendo las 15.00 horas la hora de publicación más habitual. Es entonces cuando la actividad de programación alcanza su punto máximo y se mantiene alta durante varias horas.



En 15:00, se publicaron 605.029 mensajes lo que representa el 6,5% de todas las publicaciones en el conjunto de datos. En términos más generales, la ventana entre Entre las 14:00 y las 17:00 horas se produce más de una cuarta parte de todas las publicaciones en redes sociales. Es entonces cuando la mayoría de los equipos parecen instalarse en el modo de publicación.

Esto me demuestra que la programación de las redes sociales sigue muy de cerca la jornada laboral. Las publicaciones empiezan a aumentar después de comer, alcanzan su punto álgido a media tarde y vuelven a descender al final del día. Muy pocos equipos publican por la noche, y los madrugones se utilizan poco.

He aquí cómo evoluciona el volumen de publicaciones en las redes sociales a lo largo del día:

- Las 15:00 es la hora más popular del día para publicar contenidos en las redes sociales, con 605.029 publicaciones, que representan el 6,5% de todas las publicaciones analizadas.
- La franja de cuatro horas entre las 14:00 y las 17:00 horas representa más del 25% de todas las publicaciones en redes sociales, lo que indica una fuerte preferencia del sector por las publicaciones vespertinas.
- Sólo el 14,9% de todas las publicaciones en redes sociales se publican entre medianoche y las 5 de la mañana, lo que convierte a la madrugada en la ventana de publicación menos activa del día.
- El 10,53% de todas las publicaciones en redes sociales se publican entre las 7.00 y las 9.00 horas.
- El 13,79% de todas las publicaciones en redes sociales se publican entre las 10.00 y las 12.00 horas.

Conclusiones

El patrón clave aquí es lo mucho que se agrupan los equipos en torno a la misma franja horaria. Las tardes, especialmente entre las 14:00 y las 17:00, dominan la programación porque se consideran horas de máxima atención. A media tarde, las audiencias están activas, los feeds se mueven y es más probable que las publicaciones se vean rápidamente.

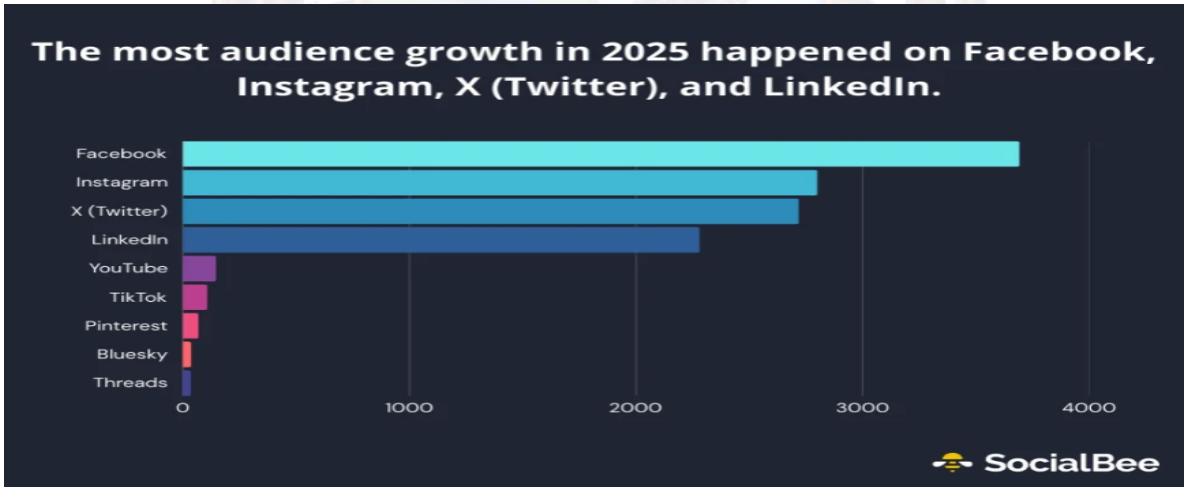
No se trata de hábito o rutina. Se trata de expectativas. Los equipos programan las publicaciones cuando creen que el potencial de participación es mayor y, con el tiempo, esas creencias refuerzan los mismos patrones de publicación por la tarde en todas las plataformas.

El inconveniente es la competencia. Cuando una cuarta parte de todas las publicaciones salen en la misma ventana de cuatro horas, destacar se hace más difícil. Las primeras horas de la mañana y las últimas de la noche son más tranquilas, no porque sean inutilizables, sino porque allí menos equipos esperan un compromiso constante.

La oportunidad está en probar. Para las marcas dispuestas a publicar fuera de la hora punta de la tarde, las horas de menor volumen pueden significar menos ruido y más visibilidad, sin aumentar la frecuencia de publicación.

¿Qué plataformas de medios sociales impulsarán el mayor crecimiento en 2026?

Según el análisis de 11.909 usuarios que gestionan varias cuentas de redes sociales, la mayor parte del crecimiento de la audiencia en 2025 se produjo en Facebook, Instagram, X (Twitter) y LinkedIn.



El crecimiento se midió utilizando la principal métrica de audiencia de cada plataforma, como seguidores, me gusta, conexiones o suscriptores.

Las plataformas de medios sociales con mayor crecimiento:

- De los 11.909 usuarios multicuenta analizados más del 96% de todo el crecimiento se produjo en Facebook, Instagram, X y LinkedIn lo que confirma que las plataformas establecidas siguen dominando la expansión de la audiencia.
- Facebook representó el 31,0% de todos los perfiles sociales en crecimiento en el análisis, lo que la convierte en la plataforma más común en la que los usuarios experimentaron un crecimiento apreciable.
- Instagram representó el 23,5% de los perfiles en crecimiento mientras que X le siguió de cerca con un 22,8%..
- LinkedIn representó el 19,2% de todos los perfiles que experimentaron crecimiento, lo que pone de relieve su continua fortaleza tanto para marcas profesionales como para empresas y perfiles personales.
- YouTube representó el 1,2% del crecimiento seguido de TikTok con un 0,9 con Pinterest y la combinación de Bluesky y Threads, cada uno con un 0,6%..

Conclusiones

Lo que me llama la atención no es sólo qué plataformas están creciendo, sino lo concentrado que está ese crecimiento.

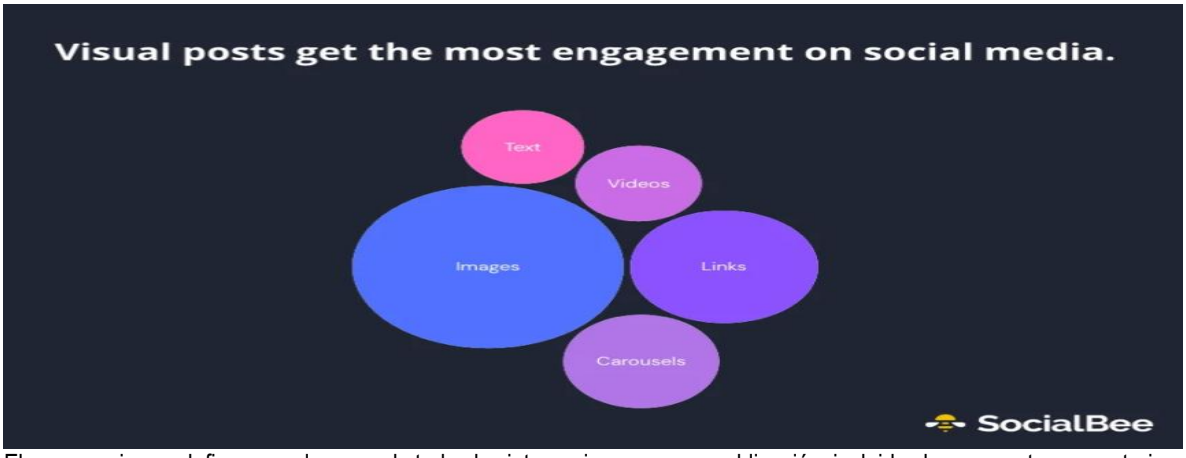
A pesar de las continuas conversaciones sobre las redes emergentes, casi todo el crecimiento medible de la audiencia sigue produciéndose en las mismas plataformas en las que los equipos han confiado durante años.

Las plataformas más pequeñas o nuevas no están fracasando. Simplemente crecen más despacio y a menudo de formas que no se reflejan tan claramente en las métricas a corto plazo de las redes sociales.

Para la mayoría de las marcas, el crecimiento constante sigue proviniendo de aparecer con regularidad en las plataformas establecidas, no de repartir un esfuerzo limitado por cada nueva red.

¿Qué tipos de publicaciones en las redes sociales consiguen más participación?

Según el análisis de los datos de participación de 11.322 usuarios, las publicaciones visuales son las que consiguen más participación en las redes sociales, con las imágenes a la cabeza por un amplio margen. Las publicaciones con imágenes representan el 44,8% de todo el contenido de alto compromiso, mientras que las imágenes y los carruseles juntos suponen casi el 60% de las publicaciones de mayor rendimiento en todas las plataformas.



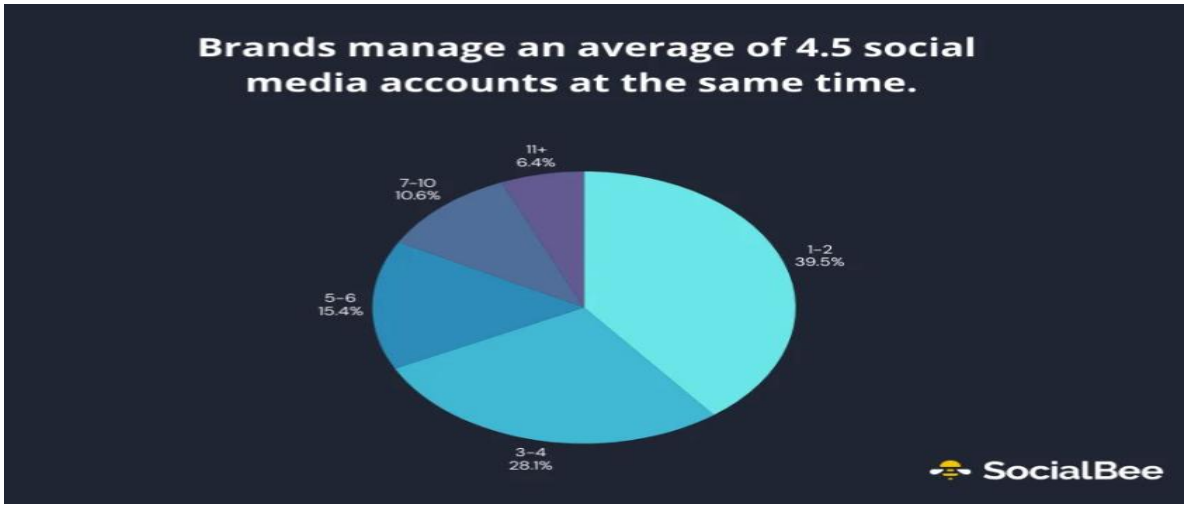
El compromiso se define como la suma de todas las interacciones en una publicación, incluidos los me gusta, comentarios, compartidos, clics y acciones similares.

Los tipos de publicación más atractivos en las redes sociales:

- De todas las publicaciones de alto rendimiento, el 44,8% estaban basadas en imágenes lo que convierte a las imágenes en el tipo de publicación más atractivo en todas las plataformas.
- Las publicaciones con enlaces representaron el 21,5% de todas las publicaciones con mejores resultados, lo que demuestra que el contenido externo puede generar un fuerte compromiso si se combina con el contexto o el pie de foto adecuados.
- Las publicaciones en carrusel representaron el 14,8% de todas las publicaciones de alto compromiso, superando a los formatos de vídeo y texto.
- El vídeo (9,7%) y los mensajes de texto (9,1%) generaron porcentajes casi idénticos de contenido de alto compromiso, lo que pone de manifiesto que el formato importa menos que la calidad del mensaje.
- El contenido visual sigue siendo el motor más fiable de participación en las plataformas sociales. Las imágenes y los carruseles representan casi el 60% de todas las publicaciones de alto compromiso
- Conclusiones
- Es sorprendente ver lo cerca que están el vídeo y el texto. Incluso con el empuje de la industria hacia el vídeo de formato corto, los datos muestran que los equipos siguen obteniendo una alta participación de imágenes fuertes, carruseles y texto nítido.

Las publicaciones de texto generan casi la misma proporción de alta participación que los vídeos, lo que es un buen recordatorio de que lo que dices sigue importando más que lo llamativo que sea el formato.

Un texto sólido puede mantenerse, sobre todo cuando el mensaje es oportuno, de opinión o claramente útil. En lugar de perseguir cada nuevo formato, suele ser más eficaz centrarse en decir algo a lo que la gente realmente quiera reaccionar.



La inversión publicitaria en Colombia cayó hasta 12% en 2025, según Kantar Ibope Media
El gasto bajó 3,4% en términos nominales y el volumen de inserciones se redujo más de 10%, en un año de menor actividad y mayor presión inflacionaria sobre los presupuestos.

La inversión publicitaria en Colombia se contrajo entre un 10% y un 12% en términos reales durante 2025, en un entorno de menor actividad y presión inflacionaria sobre los presupuestos de las marcas, de acuerdo con datos de Kantar IBOPE Media.

El mercado publicitario cerró el año con una caída nominal del 3,4%, al pasar de $15,06 billones en 2024 a $14,54 billones en 2025. Sin embargo, al ajustar por una inflación anual del 5,10%, la contracción real fue mayor, reflejando un descenso en el volumen de inserciones.

Durante 2025 se registraron 10,02 millones de inserciones publicitarias, frente a 11,19 millones en 2024, lo que representó una caída del 10,5% en el número de avisos. Aunque septiembre y octubre mostraron repuntes, estos no compensaron la debilidad del primer semestre ni del cierre del año.

“Evidenciamos un mercado que operó con menos actividad y con mayores costos. La inflación y un menor volumen de inserciones confirma que 2025 fue un año de presión real para la inversión publicitaria”, expresó Carolina Ibargüen, CEO de Kantar IBOPE Media Colombia y Ecuador.

El desempeño por medios fue desigual. La televisión nacional registró un crecimiento del 2,2% en inversión, mientras la publicidad exterior aumentó un 28%, impulsada por la expansión de formatos digitales y nuevos circuitos. En contraste, la radio cayó un 6,4% y la televisión por suscripción se contrajo un 4,4%, junto con descensos en prensa y revistas.

Por sectores, el mayor impulso provino del farmacéutico, que incrementó su inversión en $281.000 millones, al pasar de $1,24 billones a $1,52 billones y escalar del quinto al primer lugar del ranking sectorial. También aumentó la inversión en medios de comunicación y contenidos, con un alza de 85.000 millones de pesos.

En contraste, el sector servicios registró la mayor contracción, con una caída de 244.000 millones de pesos, seguido por ajustes más moderados en comercio y turismo, higiene personal y belleza, y alimentos.

"Los datos muestran un mercado más selectivo, donde algunos sectores y medios lograron sostener o aumentar su inversión, mientras otros ajustaron de forma significativa", agregó Ibargüen.

De cara a 2026, la ejecutiva dijo que espera una recuperación gradual de la inversión publicitaria, impulsada por mejores expectativas de crecimiento económico y por factores como el Mundial de fútbol y el ciclo electoral, que suelen dinamizar el consumo y la competencia entre marcas.[2]

- **ASPECTOS TÉCNICOS:**

ITEM	Descripción	UND de Medida	CANT
1.1.1	1. Fanpage - Publicación y/o mención de contenido de diseño gráfico, fotográfico o producto audiovisual enviado desde la Oficina TIC a través del equipo de Prensa, para informar a la ciudadanía sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal	UNIDAD	1
1.1.2	2. Fanpage - Creación y publicación de contenido audiovisual propio para informar al ciudadano sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal	UNIDAD	1
1.1.3	3. Emisión de banner digital publicitario de 2160 pixeles de ancho x 330 pixeles de alto, con contenido de la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal	UNIDAD	1
1.1.4	4. Publicación en medio impreso, en tamaño de 23,7 cm de ancho x 40 cm de alto full color en una página interior de un periódico de circulación mensual de distribución municipal y/o departamental. Para informar a la ciudadanía sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal,	UNIDAD	1
1.1.5	5. TikTOK - Publicación de contenido audiovisual enviado desde la Oficina TIC a través del equipo de Prensa, para informar a la ciudadanía sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal.	UNIDAD	1
1.1.6	6. TikTOK - Creación y publicación de contenido audiovisual propio para informar al ciudadano sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal.	UNIDAD	1
1.1.7	7. Instagram - Publicación de contenido de diseño gráfico, fotográfico o producto audiovisual enviado desde la Oficina TIC a través del equipo de Prensa, para informar a la ciudadanía sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal	UNIDAD	1
1.1.8	8. Instagram - Publicar historias de contenido de diseño gráfico, fotográfico o producto audiovisual enviado desde la Oficina TIC a través del equipo de Prensa, para informar a la ciudadanía sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal	UNIDAD	1
1.1.9	9. Instagram - Creación y publicación de contenido audiovisual propio para informar al ciudadano sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal	UNIDAD	1

[2] https://forbes.co/negocios/la-inversion-publicitaria-en-colombia-cayo-12-en-2025-segun-kantar-ibope-media

1.1.10	10. Página WEB - Publicación de boletines electrónicos y artículos actualizados, así como de contenidos de diseño gráfico, fotográfico o producto audiovisual enviados desde la Oficina TIC a través del equipo de Prensa, para informar a la ciudadanía sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal	UNIDAD	1
1.1.11	11. Página WEB - Publicación de banner o aviso publicitario diseñado y enviado desde la Oficina TIC a través del equipo de Prensa, con link directo a la página de la Alcaldía municipal de Acacías, para informar a la ciudadanía sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal.	UNIDAD	1
1.1.12	12. Cuña radial - Cuña publicitaria emitida, enviada desde la Oficina TIC a través del equipo de Prensa, para promocionar a la ciudadanía la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal	UNIDAD	1
1.1.13	13. Informe radial - Mención de noticia acompañada del audio relacionado con la información enviada desde la Oficina TIC a través del equipo de Prensa para informar a la ciudadanía sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal, o a través de una entrevista a la fuente directa.	UNIDAD	1
1.1.14	14. Transmisión radial en directo - Transmisión radial en vivo de un evento, actividad y/o entrevista relacionado con la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal	UNIDAD	1
1.1.15	15. Impresión e instalación de la publicidad exterior para valla del municipio ubicada en la via a la Plaza Centenaria, de 7.10 x 4.40 metros en lona banner de 12 onzas con impresión full color en gran formato	UNIDAD	1
1.1.16	16. Impresión e instalación de la publicidad exterior para valla del municipio ubicada frente a Biblioteca Municipal, de 6.10 x 4.10 metros en lona banner de 12 onzas con impresión full color en gran formato	UNIDAD	1
1.1.17	17. Publicación de imagen o video en publicidad exterior valla digital de 7x3 metros, con emisión de lunes a domingo de 8:30 am a 9:00 p.m., Frecuencia de 2´40 minutos en spot con 14.400 reproducciones al mes. Para informar a la ciudadanía sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal,	UNIDAD	1
1.1.18	18. Gacetas; Impresión full color por ambas caras, papel bond blanco de 60g, 8 páginas (2 cuartillas), tamaño cerrado de 43x29 cm, páginas intercaladas sin gancho. Incluye diseño más transporte para el municipio de Acacias	UNIDAD	1
1.1.19	19. Gacetas; Impresión full color por ambas caras, papel periodico de 45 gramos, 8 páginas (2 cuartillas) tamaño cerrado 43x29 cm, páginas intercaladas sin gancho. Incluye transporte hasta el municipio de Acacias	UNIDAD	1

La comunicación institucional constituye un componente fundamental dentro de la gestión pública, ya que permite garantizar que la ciudadanía tenga acceso oportuno, claro y veraz a la información relacionada con las acciones, programas, proyectos, actividades y resultados desarrollados por la administración municipal. En este sentido, la promoción y comunicación de las acciones institucionales se consolida como una herramienta estratégica para fortalecer la relación entre el gobierno local y la comunidad, así como para garantizar el acceso a la información pública y promover una mayor transparencia en la gestión administrativa.

En el contexto actual, caracterizado por una creciente demanda de información por parte de la ciudadanía y por el uso cada vez más frecuente de medios digitales como principales canales de comunicación, resulta indispensable que las entidades públicas implementen estrategias organizadas y permanentes de difusión que permitan visibilizar las acciones

que se desarrollan en beneficio del territorio. La existencia de programas, proyectos y actividades institucionales no genera por sí misma un impacto en la comunidad si la ciudadanía no tiene conocimiento de estos procesos, por lo que la comunicación institucional se convierte en un elemento esencial para garantizar que la información llegue de manera efectiva a la población.

En este sentido, la promoción de las acciones institucionales permite mantener informada a la ciudadanía sobre las actividades, jornadas, campañas, proyectos y procesos que adelanta la administración municipal, facilitando que la comunidad conozca los avances de la gestión pública y el impacto de las iniciativas que se desarrollan en el territorio. Asimismo, contribuye a fortalecer los principios de transparencia y rendición de cuentas, al permitir que la población tenga acceso a información relevante sobre el trabajo realizado por la entidad y sobre el uso de los recursos públicos.

La implementación de un servicio para la promoción y comunicación de las acciones institucionales también permite organizar y fortalecer los procesos de difusión de la información pública, garantizando que los contenidos comunicativos sean elaborados y difundidos de manera estratégica, coherente y oportuna. A través de este servicio es posible desarrollar actividades orientadas a la generación de contenidos informativos, cobertura de eventos institucionales, producción de material audiovisual, elaboración de piezas gráficas y publicación de información en plataformas digitales y otros canales de comunicación.

Estas acciones permiten mejorar significativamente la visibilidad de la gestión institucional y garantizar que la información llegue a los diferentes sectores de la población, incluyendo comunidades urbanas y rurales. La utilización de múltiples canales de comunicación, especialmente medios digitales y redes sociales, facilita la difusión de contenidos en tiempo real, amplía el alcance de la información institucional y permite que la ciudadanía se mantenga informada sobre las actividades y procesos que desarrolla la administración municipal.

Adicionalmente, la promoción y comunicación de las acciones institucionales contribuye a fortalecer la participación ciudadana, ya que una comunidad informada tiene mayores posibilidades de involucrarse en las actividades promovidas por la administración pública, asistir a eventos institucionales, participar en jornadas comunitarias y conocer las iniciativas que buscan mejorar las condiciones de vida en el municipio. De esta manera, la comunicación institucional se convierte en un instrumento que facilita el acercamiento entre la administración pública y la ciudadanía.
Otro aspecto relevante es que la implementación de estrategias organizadas de comunicación institucional permite optimizar los procesos internos de difusión de información dentro de la entidad, evitando la dispersión de mensajes y garantizando que la información institucional se transmita de manera clara, estructurada y alineada con los objetivos de la administración municipal. Esto contribuye a fortalecer la imagen institucional y a consolidar una comunicación pública coherente y transparente.

Asimismo, la producción y difusión permanente de contenidos institucionales permite mantener actualizada a la ciudadanía sobre las acciones de gobierno, prevenir fenómenos de desinformación y garantizar que la información oficial sea la principal fuente de consulta para la comunidad. Una comunicación institucional constante permite que la ciudadanía conozca los avances de la gestión pública, identifique las acciones desarrolladas por la administración y perciba de manera directa los resultados de las iniciativas implementadas en el territorio.

En este contexto, los ítems establecidos dentro del alcance del presente proceso contractual corresponden a actividades necesarias para desarrollar de manera adecuada las acciones de promoción y comunicación institucional, tales como la generación de contenidos informativos, la producción de material comunicativo, la cobertura de actividades institucionales y la difusión de información a través de diferentes canales de comunicación. Estas actividades permiten garantizar que las acciones de gobierno sean comunicadas de manera permanente, contribuyendo a mejorar la visibilidad de la gestión pública y a mantener informada a la ciudadanía.
Adicionalmente la impresión e instalación de piezas publicitarias en vallas existentes en lona banner 12 onzas con impresión a full color a gran formato, material resistente que permite aprovechar infraestructuras previamente dispuestas

para garantizar una amplia visibilidad de los mensajes institucionales dado el alto flujo vehicular y peatonal, facilitando un alcance significativo hacia diferentes segmentos de la población.

Por su parte, la publicación de contenidos en valla digital fortalece la estrategia al incorporar formatos dinámicos como imágenes y videos, con una alta frecuencia de emisión diaria. Esto incrementa la exposición del mensaje, mejora su recordación y permite una comunicación más atractiva y actualizable, alineada con las dinámicas actuales de difusión de información.

En conjunto, estas acciones potencian el impacto de la publicidad exterior, optimizando recursos mediante el uso de espacios existentes y garantizando una difusión continua, efectiva y de gran alcance, orientada a mantener informada a la ciudadanía sobre la oferta institucional y las distintas acciones del Gobierno municipal.

Por lo anterior, la contratación de un servicio orientado a la promoción y comunicación de las acciones institucionales se constituye como una necesidad para fortalecer la difusión de la gestión administrativa, garantizar el acceso a la información pública y consolidar una estrategia de comunicación institucional que permita visibilizar las acciones desarrolladas por la administración municipal en beneficio de la comunidad.

De esta manera, la implementación de este servicio contribuirá al fortalecimiento de la comunicación pública, a la mejora de los procesos de divulgación institucional y al acercamiento entre la administración municipal y la ciudadanía, promoviendo una gestión pública más transparente, participativa y alineada con las necesidades de la población.

- **ASPECTOS LEGALES:**

Regulatorio: El presente proceso de selección deberá cumplir con las etapas contractuales dispuestas por la ley, la idoneidad y experiencia en el desarrollo del objeto contractual del oferente. El contrato que llegase a celebrarse deben regirse por la ley Colombiana y en especial, por las normas contenidas en la Constitución Política de Colombia, en el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, la Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007, la Ley 1474 de 2011, el Decreto 1082 de 2015, Decreto 1074 de 2015 modificado por 1595 de 2015, Decreto 1510 de 2013 y demás normas que las modifiquen o adicionen, así como por los documentos que conforman el proceso, los estudios previos, sus anexos, formatos, adendas y demás documentos que sobre la materia se expidan durante el desarrollo del proceso de selección, y en lo que no esté particularmente regulado en ellas o en este documento, por las normas legales comerciales y civiles vigentes que sean pertinentes.

Otras normas regulatorias en materia de son:

- Ley 1341 de 2009 (Ley TIC).
- Ley 1978 de 2019 (Ley de Modernización del Sector TIC).
- Ley 1581 de 2012 (Ley de Protección de Datos Personales).
- Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional).
- Regulaciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC).
- Resolución No. 7423 de 2024. Comisión de Regulación de Comunicaciones.
- Estándares de publicación de sede electrónica y web, del Ministerio de TIC.

4. – COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO DE LA ENTIDAD

Durante los últimos años, la Entidad ha adelantado los siguientes procesos de selección para la ejecución de contratos similares al presente proceso:

Entidad Contratante	Municipio de Acacias – Meta
Vigencia (Año)	2025
No. de proceso (Como aparece en SECOP)	OCA-SAMC-015-2025
Objeto a Contratar	SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES, PROGRAMAS E INICIATIVAS QUE ADELANTA LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE ACACÍAS, META, CON EL FIN DE FOMENTAR E IMPULSAR LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA GESTIÓN PÚBLICA MUNICIPAL
Modalidad de contratación	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA
Tipo de Contrato	PRESTACIÓN DE SERVICIOS
Número del contrato	OCA-681-2025
Nombre del Contratista	CONSORCIO PROMOCIÓN INSTITUCIONAL 2025
Duración del contrato	SEIS (06) MESES
Valor del contrato	400.000.000 COP
Experiencia solicitada en el pliego de condiciones	Se requiere que el proponente acredite experiencia específica mediante la presentación de máximo UN (1) contrato, el cual deberá estar debidamente registrado en el Registro Único de Proponentes, y que cuyo objeto y/o alcance haya sido o consistido en "PRESTACIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS Y/O DIVULGACIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS IMPRESOS Y/O DIGITAL" y que se pueda verificar la ejecución de las actividades correspondiente a la publicación en redes sociales y cuñas radiales (No se aceptarán subcontratos o figuras similares), ejecutado y liquidado y cuya sumatoria total en valores sea mayor o igual al cien por ciento (100%) del presupuesto oficial, expresado en Salarios Mínimos Legales Mensuales Vigentes.
Fuente (Link):	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.8377744&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true

Entidad Contratante	Municipio de Acacias – Meta
Vigencia (Año)	2023
No. de proceso (Como aparece en SECOP)	OCA-SAMC-029-2023
Objeto a Contratar	GENERACIÓN DE ACCIONES ENCAMINADAS A LA PREVENCIÓN DE TODO TIPO DE VIOLENCIA BASADA EN GÉNERO Y ESTIGMATIZACIÓN Y PROTECCIÓN, PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN EL MUNICIPIO DE ACACÍAS
Modalidad de contratación	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA
Tipo de Contrato	Prestación de servicios
Número del contrato	OCA-943-2023
Nombre del Contratista	SUMINISTRO Y LOGÍSTICA JTM SAS
Duración del contrato	40 días

Valor del contrato	215.517.851 COP
Experiencia solicitada en el pliego de condiciones	Se verificará UN (1) contrato por proponente, el cual deberá estar debidamente registrados en el Registro Único de Proponentes relacionando los siguientes códigos 86111600,93141500,80111700,80101600,45111900,60121600, cuyo objeto haya sido o consistido en "GENERACIÓN DE ACCIONES ENCAMINADAS A PROCESOS DE SERVICIO SOCIAL (no se aceptarán subcontratos o figuras similares), ejecutado y liquidado. El valor reportado en SMMLV de la sumatoria del valor de los dos contratos deberá ser mayor o igual a UNA (1.0) VEZ el Presupuesto Oficial expresado en SMMLV de la presente vigencia
Fuente (Link):	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5129848&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true

Entidad Contratante	Municipio de Acacias – Meta
Vigencia (Año)	2021
No. de proceso (Como aparece en SECOP)	OCA-SAMC-014-2021
Objeto a Contratar	SERVICIO LOGISTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA CIUDADANA Y LA REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA RECUPERACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO EN EL MUNICIPIO DE ACACIAS-META
Modalidad de contratación	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA
Tipo de Contrato	Prestación de servicios
Número del contrato	OCA-567-2021
Nombre del Contratista	NELLY YADIRA CASTILLO BELTRAN
Duración del contrato	4 meses
Valor del contrato	112.110.200 COP
Experiencia solicitada en el pliego de condiciones	Se verificará máximo UN (1) contrato por proponente, donde los interesados deberán tener inscritos como experiencia en el Registro Único de Proponentes los siguientes códigos: 80141600, 82101600, 82121500, 82101500, 76101500 a tercer nivel no se aceptarán subcontratos o figuras similares) terminado y liquidado. Dicho contrato deberá estar debidamente registrado en el RUP y su valor reportado en SMMLV deberá ser mayor o igual a UNA (1.0) VEZ el Presupuesto Oficial expresado en SMMLV de la presente vigencia
Fuente (Link):	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.2182960&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true

5. – ANÁLISIS DE LA OFERTA

- **OFERENTES EN EL MERCADO**

Los oferentes en el mercado son las empresas que realizan la actividad de la producción de estos productos y luego los ofrecen en el mercado, colocándose un precio.

Por ello los estudios de mercado nos permiten conocer cuántos individuos o empresas desarrollan la actividad económica del bien o servicio que se pretende contratar.

En los últimos años, la promoción y comunicación de las acciones institucionales a través de canales digitales ha experimentado un crecimiento significativo, impulsado por los avances en las tecnologías de la información y la comunicación, la expansión de las redes sociales y la transformación de los hábitos de consumo de información por parte de la ciudadanía. Actualmente, un alto porcentaje de la población accede a información de interés público mediante plataformas digitales, lo que ha llevado a que las entidades públicas incorporen estos medios como herramientas fundamentales dentro de sus estrategias de comunicación institucional.

Las plataformas digitales y redes sociales se han consolidado como espacios clave para la difusión de información institucional, permitiendo a las entidades públicas comunicar de manera directa, ágil y permanente las actividades, programas, proyectos y resultados de la gestión administrativa. Canales como Facebook, Instagram, YouTube, X (antes Twitter) y otras plataformas digitales ofrecen la posibilidad de compartir contenidos informativos de manera dinámica, facilitando que la ciudadanía conozca las acciones desarrolladas por las instituciones y se mantenga actualizada sobre las iniciativas que se implementan en beneficio del territorio.

La utilización de estos medios digitales también permite ampliar significativamente el alcance de la comunicación institucional, superando las limitaciones geográficas y facilitando que la información llegue a diversos grupos poblacionales. Asimismo, las herramientas digitales ofrecen la posibilidad de segmentar audiencias y adaptar los contenidos de acuerdo con las características de los diferentes públicos, lo que permite mejorar la efectividad de los mensajes y fortalecer la relación entre la administración pública y la ciudadanía.

Es así, que la producción de contenidos comunicativos con formatos dinámicos y accesibles, tales como piezas gráficas, material audiovisual, publicaciones informativas y contenidos multimedia, se ha convertido en una estrategia fundamental para la promoción de las acciones institucionales. Estos formatos permiten transmitir la información de manera clara y atractiva, facilitando la comprensión de los mensajes y promoviendo una mayor interacción con la comunidad.

Otro aspecto relevante es que los entornos digitales ofrecen herramientas de análisis y seguimiento que permiten evaluar el alcance y la efectividad de las estrategias de comunicación institucional. A través de indicadores como visualizaciones, interacciones, alcance de publicaciones y niveles de participación, es posible medir el impacto de los contenidos difundidos y ajustar las estrategias de comunicación para mejorar los procesos de divulgación institucional.

En este escenario, las entidades públicas requieren contar con servicios especializados que permitan planificar, producir y difundir contenidos comunicativos orientados a la promoción de las acciones institucionales. La adecuada gestión de la comunicación digital facilita que la ciudadanía conozca de manera permanente las actividades y proyectos desarrollados por la administración, fortaleciendo la transparencia, la rendición de cuentas y la visibilidad de la gestión pública.

En Colombia, el crecimiento del sector de servicios de comunicación digital y promoción institucional ha permitido la consolidación de empresas y profesionales especializados en el desarrollo de estrategias de comunicación en entornos digitales. Estas organizaciones cuentan con capacidades técnicas y herramientas tecnológicas que permiten diseñar campañas de difusión, producir contenidos comunicativos y gestionar plataformas digitales orientadas a mejorar el posicionamiento institucional y el alcance de la información pública.

AMD Agencia de Marketing Digital:
Con sede en Bogotá, esta agencia cuenta con más de 13 años de experiencia y ofrece servicios como diseño de páginas web, manejo de redes sociales, optimización SEO y cursos de marketing digital.

SUBE Agencia Digital:

Con presencia en Colombia, México, Estados Unidos y España, se enfoca en impulsar objetivos de negocio mediante análisis, innovación y aumento del retorno de inversión (ROI). Su equipo multidisciplinario ofrece estrategias en redes sociales, medios pagados, SEO y diseño web.

ABC Digital (By ABCW):
Con más de 12 años en el mercado y más de 200 colaboradores, esta agencia ofrece estrategias digitales integrales e innovadoras, incluyendo desarrollo web, SEO, manejo de reputación, redes sociales, email marketing y producción audiovisual.

Paxzu:
Especializada en impulsar el crecimiento de empresas mediante estrategias integrales y efectivas, ofrece servicios como Inbound Marketing, contenido, Growth Marketing, SEO, SEM y automatización.

SM Digital:
Con sede en Medellín y más de 20 años de experiencia, brinda servicios de branding, planeación estratégica, marketing de contenidos, ecommerce, relacionamiento, SEO, reputación digital e Inbound Marketing.

Branch Agencia:
Ubicada en Colombia, se especializa en el desarrollo de estrategias de marketing digital orientadas a la adquisición y conversión de leads, incluyendo publicidad online, SEO, SEM y comunicación en la web.

Símbolo Interactivo:
Con oficinas en Medellín y Bogotá, se especializa en la creación de sitios web dinámicos y funcionales, así como en la implementación de campañas de marketing digital adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente.

MAD Agencia:
Ofrece servicios de agencia publicitaria, audiovisual y principalmente marketing digital. Es Google Partner y cuenta con un blog gratuito donde comparte temas de interés relacionados con estrategias de marca y monetización en plataformas digitales.

All Market IA:
Más que una agencia de marketing digital, son emprendedores y expertos en marketing digital e inteligencia artificial con más de 8 años en el sector, ofreciendo soluciones innovadoras para sus clientes.

Estas empresas son referentes en el mercado colombiano y ofrecen una amplia gama de servicios, adaptados a las necesidades tanto de clientes corporativos como institucionales, incluidas entidades públicas.

Para este caso se solicitó a la cámara de comercio de Villavicencio una base de datos de todos los comerciantes con su respectivo código CIUU, para este caso el 7310 denominado PUBLICIDAD, y para este caso únicamente se relacionan a continuación las personas con establecimiento comercial de Acacias, toda vez que el nicho comercial es bastante amplio a nivel departamental y nacional.

RAZÓN SOCIAL	IDENTIFICACIÓN	MUN-NOTIFICACIÓN	CIIU-1	CIIU-2
CASTILLO BAQUERO OSCAR OCTAVIO	17411741	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	J5813 ** Edicion de periodicos revistas y otras publicaciones periodicas
MOKARELA ESPECTACULOS		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	J5813 ** Edicion de periodicos revistas y otras publicaciones periódicas
GUERRERO CAMACHO JULIO CESAR	19217542	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	J5813 ** Edicion de periodicos revistas y otras publicaciones periodicas

PERIODICO NUEVO MILENIO		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	N7730 ** Alquiler y arrendamiento de otros tipos de maquinaria equipo y bienes tangibles n.c.p.
BRAY MARTINEZ ARIZA	13689632	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	G4620 ** Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias animales vivos
MENDEZ FONTECHA JOSE BENJAMIN	17413699	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
CREANDO DIGITAL		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
BOHORQUEZ BEDOYA PEDRO RICARDO	17420423	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
SION PUBLICIDAD		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
IMPRESOS MULTIPLEX		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	G4759 ** Comercio al por menor de otros articulos domesticos en establecimientos especializados
RODRIGUEZ HERRERA GLADYS ALCIRA	21173465	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresion
LITOIMPRESOS GAMA		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresión
JOROPOMANIA PERIODICO PROGRAMA DE RADIO Y PAGINA WEB		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	J5813 ** Edicion de periodicos revistas y otras publicaciones periódicas
PUBLICIDAD Y SUMINISTROS TOÑO		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresión
YANETH CHAPARRO MOLANO	40429789	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	G4690 ** Comercio al por mayor no especializado
ROJAS DE MANCERA MARIA MARGARITA	21226723	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
CANCIONERO POPULAR EL CONSENTIDO		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
POLARIZADOS TEFA		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	G4520 ** Mantenimiento y reparacion de vehiculos automotores
NOTICIAS META		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	J5912 ** Actividades de posproduccion de peliculas cinematograficas videos programas anuncios y comerciales de television
VEGA MARQUEZ IVAN JESUS	17420777	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	R9004 ** Creacion audiovisual
MACROTEC MULTIMEDIA		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	R9004 ** Creacion audiovisual
RINCON BEDOYA MINDY MARCELA	1122122075	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresion
RINCON GRAFICO		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresión
DIANA PATRICIA FAJARDO CRUZ	1122116423	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1313 ** Acabado de productos textiles
DIAZ MONTERO JOSE PASTOR	1122131042	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	

PUBLITEC SERVICIOS PUBLICITARIOS		50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
ZAMBRANO`S SEÑALIZACION SAS	9010970875	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresion
ZAMORA CHACON JORGE ARMANDO	80815537	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
CREATIVE PUBLICIDAD ACACIAS			M7310 ** Publicidad	C1812 ** Actividades de servicios relacionados con la impresion
ESTAMPADOS ID DIGITAL			M7310 ** Publicidad	C1313 ** Acabado de productos textiles
VASQUEZ TEJADA WILSON ALEXANDER	1030541728	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	S9512 ** Mantenimiento y reparacion de equipos de comunicacion
AMPARO GOMEZ DE VALERO	21174517	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	G4761 ** Comercio al por menor de libros periodicos materiales y articulos de papeleria y escritorio en establecimientos especializados
COMERCIALIZADORA SERVIGRAF			M7310 ** Publicidad	G4761 ** Comercio al por menor de libros periodicos materiales y articulos de papeleria y escritorio en establecimientos especializados
SEGUNDO YESID NOY CHAPARRO	74374197	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
YEISCOM			M7310 ** Publicidad	
ACACIAS STORE SAS	9012720789	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	N7820 ** Actividades de empresas de servicios temporales
CASTELLANOS PARDO MARCO TULIO	17413663	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
D´PARRANDA SU AGENCIA DE PUBLICIDAD			M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
RODRIGUEZ RODRIGUEZ SANDRA MILENA	40430280	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
DIA LIOM			M7310 ** Publicidad	
ORTIZ GARCIA JUAN SEBASTIAN	1122137336	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	J5911 ** Actividades de produccion de peliculas cinematograficas videos programas anuncios y comerciales de television
SILVA BRAND BRAYAN ALEJANDRO	1030540064	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1630 ** Fabricacion de partes y piezas de madera de carpinteria y ebanisteria para la construccion
SUMINITROS BETHEL			M7310 ** Publicidad	C1630 ** Fabricacion de partes y piezas de madera de carpinteria y ebanisteria para la construccion
SONIA ESPERANZA CESPEDES DIAZ	40434098	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	S9511 ** Mantenimiento y reparacion de computadores y de equipo periferico
SJM PRODUCCIONES			M7310 ** Publicidad	S9511 ** Mantenimiento y reparacion de computadores y de equipo periferico
BUITRAGO DIAZ MIGUEL ANGEL	1000251969	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
M GAMA ALTA PUBLICIDAD			M7310 ** Publicidad	

GARCIA HURTADO ADRIANA PATRICIA	52880367	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	G4761 ** Comercio al por menor de libros periodicos materiales y articulos de papeleria y escritorio en establecimientos especializados
IMPRESS COLOMBIA			M7310 ** Publicidad	G4761 ** Comercio al por menor de libros periodicos materiales y articulos de papeleria y escritorio en establecimientos especializados
MARTINEZ ROZO NELSON EDUARDO	1122124848	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	M7020 ** Actividades de consultoria de gestion
TOTTO MARTINEZ PRODUCCIONES			M7310 ** Publicidad	M7020 ** Actividades de consultoria de gestion
VISION PUBLICIDAD DISEÑO E INGENIERIA			M7310 ** Publicidad	S9512 ** Mantenimiento y reparacion de equipos de comunicación
CARRILLO LOAIZA ESTEFANIA	1106779889	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	G4520 ** Mantenimiento y reparacion de vehiculos automotores
PARRA CRISTIAN	1007702662	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	L6820 ** Actividades inmobiliarias realizadas a cambio de una retribucion o por contrata
FOCUS AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD			M7310 ** Publicidad	J5911 ** Actividades de produccion de peliculas cinematograficas videos programas anuncios y comerciales de television
CELIS DIAZ JOSE GUSTAVO	1013601944	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	M7410 ** Actividades especializadas de diseño
AKUARELA			M7310 ** Publicidad	M7410 ** Actividades especializadas de diseño
JORGE IVAN LADINO TREJOS	17422488	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	S9512 ** Mantenimiento y reparacion de equipos de comunicacion
FIESTA FM LLANOS			M7310 ** Publicidad	S9512 ** Mantenimiento y reparacion de equipos de comunicación
BOHORQUEZ BEDOYA YELITZA ANDREA	53930185	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
PUBLICIDAD SD			M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
OSCAR ALFREDO SERRANO ROZO	17345964	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	M7410 ** Actividades especializadas de diseño
CORCEDEF			M7310 ** Publicidad	I5621 ** Catering para eventos
RL IMPRESORES Y PUBLICIDAD			M7310 ** Publicidad	C1102 ** Elaboracion de bebidas fermentadas no destiladas
PRIETO OTALVARO JORGE ALBERTO	1121832151	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
AVISOS Y CALCOMANIAS JC			M7310 ** Publicidad	
LAURA ESTEFANIA MENDEZ ARIZA	1126565798	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1410 ** Confeccion de prendas de vestir excepto prendas de piel
INDUSTRIAS LAMAR			M7310 ** Publicidad	C1410 ** Confeccion de prendas de vestir excepto prendas de piel
DIAZ ESCOBAR GUILLERMO ALFONSO	1018404491	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.

+PUBLICIDAD 4D			M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
BOHORQUEZ PEDRAZA DALLAN PAOLA	20688715	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
PUBLISION			M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
BEDOYA BOHORQUEZ ISABEL	21174169	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
ISEGAR PUBLICIDAD			M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
ACOSTA SANCHEZ RUDY TATIANA	1094275144	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	G4761 ** Comercio al por menor de libros periodicos materiales y articulos de papeleria y escritorio en establecimientos especializados
ESPELUCHESE			M7310 ** Publicidad	G4761 ** Comercio al por menor de libros periodicos materiales y articulos de papeleria y escritorio en establecimientos especializados
GRUPO EMPRESARIAL LA VOZ DEL META.COM SAS	9016625809	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	R9007 ** Actividades de espectaculos musicales en vivo
SIERRA SIERRA FRANKLIN EDUARDO	17340619	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
NAVAS MURILLO CARLOS JAVIER	79299899	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	M7320 ** Estudios de mercado y realizacion de encuestas de opinion publica
HYPNOS INC SAS	9017860524	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	M7112 ** Actividades de ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica
MUÑOZ SERRANO ADRIANA	40341376	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
RINCON SUAREZ JOSE CAMILO	17413680	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresion
DISEÑOS C.R. PUBLICIDAD GRAFICA			M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresión
BERNAL ENEMISICA DANIEL RICARDO	1122133652	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1812 ** Actividades de servicios relacionados con la impresion
GARCIA CARREÑO LUIS ANTONIO	1149454499	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
L.M ARTE DIGITAL			M7310 ** Publicidad	
SAAVEDRA CORDOBA JOSE ARIEL	1122134422	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	M7410 ** Actividades especializadas de diseño
HEADSWEAVER			M7310 ** Publicidad	M7410 ** Actividades especializadas de diseño
CARRILLO CASTILLO CAMILO EDUARDO	1032495003	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
DCN PERSONALIZADOS			M7310 ** Publicidad	
ZUÑIGA RAMIREZ DIEGO ALEJANDRO	1003635412	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	

PRADA CORTES LUZ MERY	40340605	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	M7420 ** Actividades de fotografia
NEXOS ITINERANTES			M7310 ** Publicidad	M7420 ** Actividades de fotografía
AHCAR SUAREZ DIEGO ANDRES	1122143911	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	M7410 ** Actividades especializadas de diseño
AGENCIA ARTNEDI			M7310 ** Publicidad	M7410 ** Actividades especializadas de diseño
MENESES SALAZAR JOSE JOAQUIN	79964079	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
SUMINISTROS ICJJ			M7310 ** Publicidad	
BAQUERO HERNANDEZ ANA MARIA	1122137825	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
ALTUM MARKETING			M7310 ** Publicidad	
TBL SAS 1			M7310 ** Publicidad	C1410 ** Confeccion de prendas de vestir excepto prendas de piel
CABRERA HERNANDEZ MONICA MARCELA	1122140826	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	G4530 ** Comercio de partes piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehiculos automotores
BEST PRINT			M7310 ** Publicidad	G4530 ** Comercio de partes piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehiculos automotores
VILLABON CAPERA DORIS CAROLINA	1121941016	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	C1410 ** Confeccion de prendas de vestir excepto prendas de piel
KAIROS PRINT BY CAROLINA VILLABON			M7310 ** Publicidad	C1410 ** Confeccion de prendas de vestir excepto prendas de piel
VARGAS RIVEROS DIEGO ANTONIO	17595224	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	
CABRERA SALAZAR SANTIAGO ELI	1003952069	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	M7410 ** Actividades especializadas de diseño
CAMARGO MOSCOSO MATEO ALEXANDER	1122144175	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
FUTBOL Y VIDA			M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
YUSTI LONDOÑO CAROLINA	1113629864	50006 - ACACIAS	M7310 ** Publicidad	R9004 ** Creacion audiovisual
MARKETING DESIGN ACACIAS			M7310 ** Publicidad	R9004 ** Creacion audiovisual
BERNARDO ELLINGTON NIEVA YABINAPE	97600007	50450 - PUERTO CONCORDIA	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresion
1440 MARCA DE AGUA SAS	9013985996	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresion
180 GRADOS MARKETING Y PUBLICIDAD		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	M7320 ** Estudios de mercado y realizacion de encuestas de opinion publica
2GS MARKETING PUBLICIDAD		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	

359 ESTUDIO CREATIVO S.A.S	9014152569	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	J5911 ** Actividades de produccion de peliculas cinematograficas videos programas anuncios y comerciales de television
360 CREATIVO		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	R9004 ** Creacion audiovisual
4UEX.COM		50606 - RESTREPO	M7310 ** Publicidad	G4761 ** Comercio al por menor de libros periodicos materiales y articulos de papeleria y escritorio en establecimientos especializados
A-CREAR DOTACIÓN Y PUBLICIDAD		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	M7410 ** Actividades especializadas de diseño
AAG COMUNICACIONES SAS	9017892137	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	
AB CREATIVOS PUBLICIDAD		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresion
ABC META COMUNICACIONES		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	J6391 ** Actividades de agencias de noticias
ABELLA CARVAJAL MAURICIO ALEXANDER	80214753	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	
ABUASSI MORENO FAUSI ALEJANDRO	1121911642	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	J6312 ** Portales web
AC SOLUTIONS SAS	9019832184	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	
ACAPELA MUSIC STORE		50606 - RESTREPO	M7310 ** Publicidad	G4742 ** Comercio al por menor de equipos y aparatos de sonido y de video en establecimientos especializados
ACEVEDO HERNANDEZ SURAYA	40436438	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresion
ACEVEDO RINCON CHRISTIAN CAMILO	1121946758	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	J5911 ** Actividades de produccion de peliculas cinematograficas videos programas anuncios y comerciales de television
ACOSTA GUTIERREZ ANATOLIO	8192712	50568 - PUERTO GAITAN	M7310 ** Publicidad	C2410 ** Industrias basicas de hierro y de acero
ACOSTA PEÑUELA ALEJANDRO	86042645	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	
ACOSTA SALAMANCA JOHANNA MARCELA	1121862241	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	
ACOSTA TORRES GILBERTO OSWALDO	3010373	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	C3311 ** Mantenimiento y reparacion especializado de productos elaborados en metal
ACRILICOS CYD DEL LLANO		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	
ACRILICOS LA ORINOQUIA	1121884713	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	
ACRILICOS VILLAVICENCIO		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	G4752 ** Comercio al por menor de articulos de ferreteria pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados

ACROPOLIS DISEÑO Y PUBLICIDAD		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	G4791 ** Comercio al por menor realizado a traves de internet
ADNESS ESTUDIO CREATIVO		50313 - GRANADA	M7310 ** Publicidad	M7410 ** Actividades especializadas de diseño
AEG PUBLICIDAD		50573 - PUERTO LOPEZ	M7310 ** Publicidad	
AGC PUBLICIDAD 2		50318 - GUAMAL	M7310 ** Publicidad	
AGENCIA 369 S.A.S	9018216182	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	J6312 ** Portales web
AGENCIA COLOR SAS	9005153910	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
AGENCIA DE COMUNICACIONES CONTACTO S.A.S		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	M7020 ** Actividades de consultoria de gestion
AGENCIA DE MARKETING DIGITAL A&A		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	M7020 ** Actividades de consultoria de gestion
AGENCIA DE MERCADEO PUBLICIDAD Y CAPACITACIONES MANAGER S.A.S	9013672562	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	C1811 ** Actividades de impresion
AGENCIA DE NEUROMARKETING DIGITAL		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
AGENCIA DE PUBLICIDAD TRESVEINTIUNO		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	
AGENCIA DE PUBLICIDAD Y MERCADEO TRESVEINTIUNO SAS	9018058871	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
AGENCIA DE PUBLICIDAD Y PRODUCCION AUDIO VISUAL DK PRODUCCIONES FILMS		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	J5819 ** Otros trabajos de edicion
AGENCIA FUSION PUBLICIDAD Y MERCADEO S.A.S.	9004502019	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	M7410 ** Actividades especializadas de diseño
AGENCIA GRAFICA IDEALO		50313 - GRANADA	M7310 ** Publicidad	N8299 ** Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
AGENCIA HOLDING		50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	C1812 ** Actividades de servicios relacionados con la impresion
AGENCIA KREATICA MERCADEO Y PUBLICIDAD S.A.S.	9018485809	50226 - CUMARAL	M7310 ** Publicidad	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
AGENCIA MALABAR SAS	9013247171	50001 - VILLAVICENCIO	M7310 ** Publicidad	J5819 ** Otros trabajos de edicion
AGENCIA NASH EVENTOS MERCHANDISING		50568 - PUERTO GAITAN	M7310 ** Publicidad	I5621 ** Catering para eventos
AGENCIA PUBLICITARIA JHONRIAÑO		50313 - GRANADA	M7310 ** Publicidad	

6. – ANÁLISIS DE LA DEMANDA POR PARTE DE OTRAS ENTIDADES

Este numeral tiene como propósito analizar el comportamiento reciente de cómo se ha contratado este mismo bien o servicio por parte de otras entidades del sector público. Para el efecto, se realizó una búsqueda en el Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP), identificando entidades estatales que hayan realizado contrataciones similares, de tal

forma que se considere pertinente su análisis para la presente investigación de mercado. Los resultados de esta búsqueda se presentan a continuación:

Entidad Contratante	CUNDINAMARCA-ALCALDÍA MUNICIPIO MOSQUERA
Vigencia (Año)	2025
No. de proceso (Como aparece en SECOP)	SA-004-2025
Objeto a Contratar	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DISEÑO, ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO INFORMATIVO Y DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN OFICIAL A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES, REGIONALES, DEPARTAMENTALES Y UNIDADES MÓVILES DE PERIFONEO A MONTO AGOTABLE.
Modalidad de contratación	SELECCIÓN ABREVIADA MENOR CUANTÍA
Tipo de Contrato	PRESTACIÓN DE SERVICIOS
Número del contrato	CPS-853-2025
Nombre del Contratista	CONSULTORES Y ASESORES TIC S.A.S
Duración del contrato	9 (MESES)
Valor del contrato	722.134.666 COP
Experiencia solicitada en el pliego de condiciones	EL PROPONENTE DEBERÁ ACREDITAR EXPERIENCIA EN CONTRATOS, EJECUTADOS, TERMINADOS, LIQUIDADOS, INSCRITOS EN EL RUP Y CLASIFICADOS CON LOS CÓDIGOS UNSPSC 82101800, 82101500, 82101900, CUYA SUMATORIA SEA IGUAL O SUPERIOR AL VALOR TOTAL ASIGNADO PARA EJECUTAR EL PRESENTE PROCESO, ES DECIR, LA SUMA DE QUINIENTOS CATORCE MILLONES NOVECIENTOS DIECISIETE MIL PESOS M/CTE ($514.917.000).
Fuente (Link):	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.7932720&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true

Entidad Contratante	GOBERNACIÓN DE LA GUAJIRA
Vigencia (Año)	2025
No. de proceso (Como aparece en SECOP)	CO1.PCCNTR.8647004
Objeto a Contratar	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES, PUBLICIDAD Y MANEJO DE PLAN DE MEDIOS PARA LAS ACTIVIDADES Y ESTRATEGIAS DE LOS LINEAMIENTOS DEL PROGRAMA AMPLIADO DE INMUNIZACIONES (PAI), LA PROMOCIÓN DE LA TENENCIA ADECUADA DE MASCOTAS Y LA VACUNACIÓN ANTIRRABICA CANINA Y FELINA, DE ACUERDO CON EL PLAN TERRITORIAL DE SALUD DEPARTAMENTAL DE LA GUAJIRA
Modalidad de contratación	SELECCIÓN ABREVIADA MENOR CUANTÍA
Tipo de Contrato	PRESTACIÓN DE SERVICIOS
Número del contrato	CO1.PCCNTR.8647004
Nombre del Contratista	CLICK360 S.A.S

Entidad Contratante	GOBERNACIÓN DE LA GUAJIRA
Duración del contrato	30 (DÍAS)
Valor del contrato	500.000.000 COP
Experiencia solicitada en el pliego de condiciones	LOS PROPONENTES DEBERÁN ACREDITAR SU EXPERIENCIA GENERAL MEDIANTE LA FECHA DE INSCRIPCIÓN EN EL CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE SU JURISDICCIÓN, O LA MATRÍCULA MERCANTIL, CON UNA EXISTENCIA DE CONSTITUCIÓN IGUAL O MAYOR A CINCO (5) AÑOS.
Fuente (Link):	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.9146939&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true

Entidad Contratante	GOBERNACIÓN DE LA GUAJIRA
Vigencia (Año)	2025
No. de proceso (Como aparece en SECOP)	SAMC-001-2025
Objeto a Contratar	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO LOGÍSTICO Y PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR EL PROYECTO FORTALECIMIENTO Y DESARROLLO DE ACCIONES PARA PROMOCIONAR EL DESTINO TURÍSTICO LA GUAJIRA EN LA VITRINA TURÍSTICA ANATO 2025 Y OTROS EVENTOS NACIONALES E INTERNACIONALES DE LA GUAJIRA.
Modalidad de contratación	SELECCIÓN ABREVIADA MENOR CUANTÍA
Tipo de Contrato	PRESTACIÓN DE SERVICIOS
Número del contrato	CO1.PCCNTR.7555120
Nombre del Contratista	CLICK360 S.A.S
Duración del contrato	15 (DÍAS)
Valor del contrato	309.892.230 COP
Experiencia solicitada en el pliego de condiciones	LOS PROPONENTES DEBERÁN ACREDITAR SU EXPERIENCIA GENERAL MEDIANTE LA FECHA DE INSCRIPCIÓN EN EL CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE SU JURISDICCIÓN, O LA MATRÍCULA MERCANTIL, CON UNA EXISTENCIA DE CONSTITUCIÓN IGUAL O MAYOR A CINCO (5) AÑOS. LOS PROPONENTES DEBERÁN ACREDITAR EXPERIENCIA ANEXANDO MÁXIMO TRES (3) CONTRATOS EJECUTADOS CON ENTIDADES PÚBLICAS O PRIVADAS, DENTRO DE LOS CINCO (5) AÑOS ANTERIORES AL CIERRE DEL PRESENTE PROCESO, CUYO OBJETO CONTEMPLE ACTIVIDADES ENMARCADAS EN EVENTOS, FERIAS O SIMILARES, DONDE SE HAYA PRESTADO APOYO LOGÍSTICOS Y PUBLICITARIOS Y/O EN COMUNICACIÓN, Y LO CUALES HAYAN ESTADO ORIENTADOS A LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE TERRITORIOS.
Fuente (Link):	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.7658192&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true

7 – ANÁLISIS SOBRE LOS INDICADORES FINANCIEROS

Este numeral tiene como propósito analizar los indicadores financieros exigidos por otras entidades a nivel nacional que históricamente hayan utilizado para procesos de contratación con igual modalidad de selección y objeto o necesidad similar, con el fin de estructurar los indicadores financieros y organizaciones del presente proceso de contratación. Para el efecto, se realizó una búsqueda en el Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP). Los resultados de esta búsqueda se presentan a continuación:

ITEM	ENTIDAD	OBJETO	NÚMERO DE PROCESO	VALOR DEL PROCESO	NOMBRE DEL OFERENTE	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	COBERTURA DE INTERÉS	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
1	GOBERNACIÓN DE LA GUAJIRA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES, PUBLICIDAD Y MANEJO DE PLAN DE MEDIOS PARA LAS ACTIVIDADES Y ESTRATEGIAS DE LOS LINEAMIENTOS DEL PROGRAMA AMPLIADO DE INMUNIZACIONES (PAI), LA PROMOCIÓN DE LA TENENCIA ADECUADA DE MASCOTAS Y LA VACUNACIÓN ANTIRRABICA CANINA Y FELINA, DE ACUERDO CON EL PLAN TERRITORIAL DE SALUD DEPARTAMENTAL DE LA GUAJIRA	SAMC-011-2025	500.000.000	Click360 S.A.S	6,05	0,6	6,32	0,08	0,05
2	GOBERNACION DE SUCRE	IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA GESTIÓN, TRAMITES, SERVICIOS Y OFERTA INSTITUCIONAL DE LA GOBERNCIÓN DE SUCRE.	SA-011-2025	364.081.770	LAS MEJORES SOLUCIONES EN COMUNICACIONES ESTRATEGICAS E.U	1,5	0,63	1,26	0,08	0,04
3	ALCALDIA MUNICIPAL DE GIRARDOT	CONTRATAR LA EJECUCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN ESTABLECIDO POR PARTE DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES DE LA ALCALDÍA DE GIRARDOT PARA LA DIVULGACIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS	SAMC-011-2025	159.851.385	Fundación Social y Deportiva Colombia	4,15	0,51	3,61	0,16	0,13

ITEM	ENTIDAD	OBJETO	NÚMERO DE PROCESO	VALOR DEL PROCESO	NOMBRE DEL OFERENTE	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	COBERTURA DE INTERÉS	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
		GESTIONES, ESTRATEGIAS, PROGRAMAS, DECISIONES, DECRETOS, CIRCULARES, ACCIONES Y EVENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL								
4	ALCALDIA MUNICIPIO DE CAJICA	PRESTACION DE SERVICIOS PARA PUBLICACION Y DIFUSION DE LA GESTION, PROGRAMAS, POLITICAS Y DEMAS INFORMACION ENMARCADA EN EL PLAN DE DESARROLLO CAJICA IDEAL, EN MEDIOS DE COMUNICACION REGIONALES EXTERNOS A LA ALCALDIA DE CAJICA	SAMC-015-2025	100.000.000	Trébol Global Group	2,54	0,16	2,59	0,06	0,05
5	APOYO LOGISTICO COMANDO EJERCITO	PRESTAR SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE PAUTAS PUBLICITARIAS, ABARCANDO CANALES DIGITALES (INCLUYENDO REDES SOCIALES, PLATAFORMAS WEB Y PUBLICIDAD EN LÍNEA), MEDIOS RADIALES (EMISORAS DE RADIO) CON DESTINO A LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS A CARGO DE AYUDANTÍA GENERAL DEL EJÉRCITO NACIONAL	083-SAMC-APOYOLOGÍSTICO-2025	$ 1.047.567.121	GENERACIÓN DE TALENTOS S.A.S.	1,92	0,62	1,49	0,04	0,04
6	MUNICIPIO DE BARICHARA	PRESTACIÓN SERVICIOS PARA EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS INSTITUCIONALES DE RADIO, TELEVISIÓN, Y SECCIÓN DE PRENSA PARA FORTALECER EL PLAN DE	SAMC-002-2025	72.000.000	COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO SOLUCIONES CONSTRUIRCTA	3,7	0,32	Ind	0,49	0,33

ITEM	ENTIDAD	OBJETO	NÚMERO DE PROCESO	VALOR DEL PROCESO	NOMBRE DEL OFERENTE	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	COBERTURA DE INTERÉS	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
		COMUNICACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL, EN CUMPLIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO DIGITAL, GOBIERNO ABIERTO Y TRANSPARENCIA PARA EL MUNICIPIO DE BARICHARA - SANTANDER								
7	ALCALDÍA DE POPAYÁN	PRESTAR SERVICIOS COMO OPERADOR DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PARA LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DE PROGRAMAS, PROYECTOS Y ACTIVIDADES, A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES CANALES DE COMUNICACIÓN COMO RADIO, TELEVISIÓN, PRENSA ESCRITA DIGITAL, REDES SOCIALES Y PRENSA ESCRITA IMPRESA DEL MUNICIPIO DE POPAYÁN, CONFORME AL PROYECTO DENOMINADO: OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO COMUNICACIONAL E INFORMATIVO DEL MUNICIPIO DE POPAYÁN	MP-SG-SM-002-2024	$ 406.290.000	Proclama del Pacífico EAT	1,2	0,8	1,5	0,05	0,02
8	GOBERNACIÓN DE LA GUAJIRA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES, PUBLICIDAD, MANEJO DE PLAN DE MEDIOS Y LOGÍSTICA PARA LAS ACTIVIDADES Y ESTRATEGIAS PARA INCENTIVAR Y FORTALECER EL TURÍSMO EN EL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA, EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO DENOMINADO APOYO A	SAMC-009-2024	300.000.000	Click360 S.A.S	5,2	0,52	Ind	0,07	0,07

ITEM	ENTIDAD	OBJETO	NÚMERO DE PROCESO	VALOR DEL PROCESO	NOMBRE DEL OFERENTE	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	COBERTURA DE INTERÉS	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
		LA PROMOCIÓN DEL DEPARTAMENTO, COMO DESTINO TURÍSTICO NACIONAL VIVE LA GUAJIRA 2024, DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA								
9	MUNICIPIO DE MAICAO	IMPLEMENTACION DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL A TRAVÉS DE UN PLAN DE MEDIOS PARA FORTALECER LA GESTIÓN MUNICIPAL DEL MUNICIPIO DE MAICAO LA GUAJIRA	SAMC-MM-007-2024	350.000.000	FRONTERA PUBLICIDAD SAS	2	0,52	5,6	0,29	0,12
10	ALCALDÍA MUNICIPIO DE GARZON	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA PROMOCIÓN DIVULGACIÓN SENSIBILIZACION, DIFUSION COMERCIALIZACION RADIAL TELEVISIVA Y DIGITAL DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES CULTURALES EVENTOS RECREATIVOS COMUNITARIOS TURISMO SEGURIDAD DE TRANSPORTE Y ENTRE OTROS EN CUMPLIMIENTO AL PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO GARZÓN ADELANTE 2024-2027	MGSGGSAMCPS 000006 DEL 2025	146.000.000	FOMCULTURA	10,3	0,96	3,15	0,45	0,02

INDICADORES ESTABLECIDOS POR LA ENTIDAD

- **Capacidad financiera:**

DESCRIPCIÓN	ÍNDICE RECOMENDADO
ÍNDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR O IGUAL A 3.12
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO	MENOR O IGUAL A 0,56
COBERTURA DE INTERÉS	MAYOR O IGUAL A 2,87

- **Capacidad organizacional**

DESCRIPCIÓN	ÍNDICE RECOMENDADO
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	MAYOR O IGUAL A 0,08
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	MAYOR O IGUAL A 0,05

8 – CRITERIOS DIFERENCIALES PARA EMPRESAS DE MUJERES O EMPRENDIMIENTO DE MUJERES Y PARA MIPYMES

En cumplimiento con lo dispuesto con el Decreto 1860 del 24 de diciembre de 2021, "Por el cual se modifica y adiciona el Decreto 1082 de 2015, Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional, con el fin reglamentar los artículos 30, 31, 32, 34 y 35 de la Ley 2069 de 2020, en lo relativo al sistema de compras públicas y se dictan otras disposiciones", y de acuerdo al análisis realizado por esta Entidad, y por otras especializadas en el ejercicio de la contratación pública, se establecen los criterios diferenciales a aplicar en el presente proceso para las Mipymes, obedeciendo a los criterios objetivos y eficaces, de acuerdo al sector de las personas naturales y jurídicas beneficiadas por la referida norma. Teniendo en cuenta que el Artículo 3 del Decreto 1860 de 2021, modificó y adicionó al Decreto 1082 de 2015, entre otros, al Artículo 2.2.1.2.4.2.15 y 2.2.1.2.4.2.18, creando diferentes criterios habilitantes diferenciales, para que las Entidades Estatales independiente a su régimen de contratación escogieran una de ellas, y así incentivaran la participación de las empresas Mipymes, siendo estas las opciones:

"1. *Tiempo de experiencia.*
2. Número de contratos para la acreditación de la experiencia.
3. Índices de capacidad financiera.
4. Índices de capacidad organizacional.
5. Valor de la garantía de seriedad de la oferta."

Es así como la Entidad debe escoger un factor diferencial que incentive la participación de estas empresas, garantizando a su vez la idoneidad y capacidad para ejecutar la labor a contratar, cumpliendo con los fines del Decreto 1860 de 2021 y con la demás normatividad que reglamenta la contratación pública.

En ese sentido, **la administración municipal opta por la opción N. 5 consistente en el "*Valor de la garantía de seriedad de la oferta"*,** permitiendo una mayor participación de los proponentes que puedan verse beneficiados de los criterios diferenciales, ya que si bien, se flexibiliza el valor exigido de la garantía de seriedad de la oferta estableciéndolo "*Por un valor equivalente mínimo al diez por ciento (10%) del valor del presupuesto oficial*", dicho porcentaje cumple con el mínimo exigido legalmente no siendo contrario a la Ley y por el contrario, con el pueden verse beneficiados los futuros contratistas.

Ahora bien, esta opción materializa el espíritu de la norma y los fines que pretende con ella, incentivando de forma positiva a las empresas o emprendimientos de mujeres y Mipymes, las cuales, debido a sus características especiales, tienen menos probabilidades de participar en procesos de selección que determinan un valor alto de la garantía de seriedad de la oferta, siendo esta una limitante para poder participar en los procesos de selección.

9 – CRITERIOS DIFERENCIALES PARA EMPRESAS O EMPRENDIMIENTO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

En cumplimiento de lo dispuesto en el Decreto 0287 de 2026, en particular el artículo 2.2.1.2.4.2.7.3., la Entidad procede a incorporar criterios habilitantes diferenciales con el fin de promover la participación de emprendimientos y empresas de personas con discapacidad en el presente proceso de selección.

Lo anterior, en concordancia con los principios de inclusión, igualdad y selección objetiva, y de acuerdo con el análisis del sector realizado por la Entidad, el cual permite determinar condiciones proporcionales y adecuadas frente al objeto contractual, garantizando en todo caso la correcta ejecución del contrato.

El citado artículo establece que las entidades estatales deberán adoptar medidas diferenciales en materia de:

• Experiencia
• Capacidad financiera
• Capacidad organizacional
• Valor de la garantía de seriedad de la oferta

En este sentido, y atendiendo el principio de proporcionalidad, la Entidad evaluó la viabilidad de aplicar ajustes en cada uno de estos factores, concluyendo que la flexibilización de requisitos relacionados con la experiencia, capacidad financiera u organizacional podría afectar la adecuada ejecución del contrato, teniendo en cuenta la naturaleza del objeto, el cual requiere condiciones técnicas, operativas y logísticas suficientes para garantizar el cumplimiento de las obligaciones.

En consecuencia, la Entidad adopta como criterio habilitante diferencial el **valor de la garantía de seriedad de la oferta**, estableciendo para los emprendimientos y empresas de personas con discapacidad un porcentaje del diez por ciento (10%) del presupuesto oficial, como mecanismo que facilita su participación sin comprometer la seriedad de las ofertas ni los intereses de la administración.

Esta medida promueve la inclusión efectiva de esta población en el sistema de compras públicas, reduce barreras de acceso de carácter económico, no afecta la idoneidad técnica ni la capacidad operativa exigida para la ejecución del contrato y garantiza la protección de la Entidad frente a eventuales incumplimientos en la etapa precontractual.

Ahora bien, en caso de proponentes plurales, el criterio diferencial se aplicará únicamente cuando al menos uno de sus integrantes cumpla con las condiciones previstas para empresas de personas con discapacidad, acredite una participación no inferior al diez por ciento (10%) en la conformación del proponente plural y aporte experiencia en proporción a dicha participación, conforme a lo establecido en la normativa vigente.

Finalmente, se deja constancia de que el presente criterio es compatible con otros mecanismos de fomento, tales como los aplicables a las Mipymes o a las empresas de mujeres

10 – BIENES NACIONALES RELEVANTES AL PROCESO DE CONTRATACIÓN

Teniendo en cuenta la modalidad de selección y los lineamientos dados por Colombia Compra Eficiente, este análisis no es aplicable para los servicios que se pretende contratar en el presente proceso de contratación.

11 – INCORPORACIÓN DE CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN EN FAVOR DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Una vez realizado el análisis de conveniencia y oportunidad previsto en el artículo 2.2.1.2.4.2.7.5 del Decreto 1082 de 2015, la Entidad Estatal considera que no resulta procedente incorporar condiciones especiales de ejecución en favor de personas con discapacidad dentro del presente proceso contractual.

Lo anterior, teniendo en cuenta que el objeto del contrato corresponde a la prestación de servicios para la promoción y comunicación de las acciones institucionales de la Alcaldía de Acacías, Meta, mediante la difusión de contenidos a través de medios digitales, redes sociales, página web, medios impresos, radio y espacios de publicidad exterior, con el propósito de fortalecer el vínculo entre la Administración Municipal y la comunidad, fomentando la participación ciudadana.

Si bien para la ejecución del contrato se requiere la participación de un equipo de trabajo con perfiles asociados a actividades de comunicación, producción de contenidos, difusión de información y operación de medios, la naturaleza de dichos servicios demanda conocimientos, experiencia y capacidades técnicas específicas que deben estar orientadas al cumplimiento de las necesidades de divulgación institucional definidas por la Entidad.

En consecuencia, la imposición de una condición especial de ejecución relacionada con la subcontratación inclusiva o con la vinculación obligatoria de personas con discapacidad podría resultar desproporcionada frente a las características particulares del sector y a las necesidades técnicas del contrato, toda vez que limitaría la posibilidad de que los contratistas estructuren sus equipos de trabajo de acuerdo con los perfiles profesionales, técnicos y operativos requeridos para garantizar la adecuada prestación del servicio.

De igual manera, conforme al análisis del sector efectuado por la Entidad, no se identificó información suficiente que permita determinar la existencia de una oferta organizada, verificable y disponible de emprendimientos, empresas o personas con discapacidad que desarrollen actividades relacionadas con los servicios de comunicación estratégica, producción audiovisual, administración de medios digitales, difusión publicitaria y demás actividades asociadas al objeto contractual, en condiciones que permitan incorporar una obligación contractual objetiva, medible y susceptible de seguimiento durante la ejecución.

Así mismo, la Entidad considera que la inclusión de una condición especial de ejecución de esta naturaleza podría generar dificultades en la verificación de su cumplimiento y en la medición efectiva de su impacto, sin que exista una relación directa entre dicha obligación y el logro de los resultados esperados del contrato, los cuales se encuentran asociados principalmente al alcance, cobertura, oportunidad y efectividad de la estrategia de comunicación institucional.

Por lo anterior, la Entidad concluye que la incorporación de condiciones especiales de ejecución en favor de personas con discapacidad no resulta viable ni proporcional para el presente proceso contractual, sin perjuicio de las acciones que se adelanten para promover la inclusión, la igualdad de oportunidades y la participación de poblaciones vulnerables en aquellos procesos en los que las condiciones del mercado, la naturaleza del objeto contractual y las características de la ejecución permitan implementar este tipo de medidas de manera efectiva.

12 – ANÁLISIS DE COSTOS Y/O PRECIOS DEL MERCADO

ESTUDIO DE PRECIOS: Para el estudio de precios que soporta el valor de la contratación, la Oficina TIC se basa en el análisis de mercado realizado por la Oficina de Contratación, a través de la solicitud de cotizaciones a proveedores cuyas actividades económicas guardan relación directa con el objeto contractual.
Para tal efecto, se solicitó cotización a las siguientes empresas:

1. PALEDCO S.A.S.
2. KINGDOM VILLAVO.
3. ALQUILAR SERVICIOS Y EVENTOS S.A.S.
4. EDISON ANTONIO ROMERO FAJARDO.
5. AGENCIA DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y CAPACITACIONES MANAGER S.A.S.

No obstante, dentro del término establecido únicamente se recibieron dos (2) cotizaciones válida:

1. PALEDCO S.A.S. Nit: 901893528-6
2. EDISON ANTONIO ROMERO FAJARDO. Nit: 79061645-9

En consecuencia, para el presente análisis se tomó como referencia el valor ponderado y redondeado de las cotizaciones recibidas, teniendo en cuenta los descuentos de ley efectuados por el Municipio de Acacías. Adicionalmente, y en

cumplimiento de lo dispuesto en la Resolución No. 1102 de 2017 – Manual de Contratación, numeral 3.1 correspondiente a la etapa de planeación, se utilizó como criterio complementario el histórico de contratación de la vigencia 2025 para verificar la razonabilidad de los precios obtenidos, evidenciándose que los valores históricos y los resultantes del análisis de mercado conservan condiciones similares.

Este procedimiento cumple con los principios constitucionales y legales de contratación pública, en particular los de transparencia, economía y responsabilidad fiscal establecidos en la Ley 80 de 1993.

El artículo 6 de dicha ley señala que la estimación del valor de los contratos públicos debe fundamentarse en estudios técnicos previos o referencias de mercado, asegurando que los precios reflejen costos reales y sean competitivos. Además, el Decreto 1082 de 2015, que reglamenta parcialmente la Ley 80, en su capítulo de estimación del presupuesto (artículo 2.2.4), enfatiza la necesidad de basar el presupuesto en referencias de mercado y en la información disponible que permita establecer de manera objetiva y razonable el valor estimado de la contratación.

De esta manera, al determinar los precios de referencia mediante el análisis ponderado de las cotizaciones efectivamente recibidas y su contraste con el histórico de contrataciones similares de la entidad, se garantiza una evaluación objetiva del mercado, se promueve la eficiencia en el uso de los recursos públicos y se cumple con los requisitos legales vigentes.

Firmado digitalmente por Martin Dario Vega Marquez

MARTIN DARIO VEGA MARQUEZ
Jefe de la Oficina de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones

Firmado digitalmente por FRANKI ALEXANDER GÓMEZ SÁNCHEZ
Versión de Adobe Acrobat Reader: 2026.001.21691

FRANKI ALEXANDER GÓMEZ SÁNCHEZ
Jefe de Oficina de Contratación

Proyectó componente técnico: Didier Castro Castro / CPS-075-2026 Firmado digitalmente por Didier Ahimelec Castro Castro

Proyectó componente Jurídico: Michelle Salazar Cerquera / CPS-074-2026 Firmado digitalmente por Michelle Salazar Cerquera

Revisó: Susana Uribe Díaz - Abogada contratista Oficina de Contratación