ANÁLISIS DEL SECTOR

El presente estudio se elabora, con el objeto de establecer el Valor del Contrato y/o Presupuesto Oficial del mismo, en virtud de lo señalado en el Articulo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto No. 1082 de 2015; el cual se desarrolló en los siguientes términos:

1.ASPECTOS GENERALES

Fecha de emisión del estudio: Ocho (8) de mayo de 2026

Quien elabora el estudio: **CONCEJO MUNICIPAL DE CHÍA**

Objeto de la contratación prevista: **PRESTACION DE SERVICIOS DE REALIZACION DEL PLAN DE MEDIOS PARA LA PROMOCION Y DIVULGACION DE LAS ACTIVIDADES Y EVENTOS INSTITUCIONALES DESARROLLADOS POR EL CONCEJO MUNICIPAL DE CHÍA. VIGENCIA 2026.**

En armonía al Título IV Estudios del sector en los Procesos de Contratación de mínima cuantía y contratación directa, de la Guía para la Elaboración de Estudios de Sector G-EES-02 de Colombia Compra Eficiente, entidad descentralizada de la Rama Ejecutiva del orden nacional, con personería jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa y financiera, adscrita al Departamento Nacional de Planeación, creada por medio del Decreto 4170 de noviembre 3 de 2011, en donde se asigna la función como ente rector, de desarrollar e impulsar políticas públicas y herramientas, orientadas a la organización y articulación, de los partícipes en los procesos de compras y contratación pública con el fin de lograr una mayor eficiencia, transparencia y optimización de los recursos del Estado y en concordancia con el artículo 2.2.1.1.1.6.1. del Decreto 1082 de 2015, a continuación, se describe el análisis del sector que debe tenerse en cuenta para desarrollar el respectivo proceso de contratación del objeto contractual ya descrito.

Conforme a la Guía para la Elaboración de Estudios de Sector publicada por Colombia Compra Eficiente, las Entidades estatales deben entender claramente cuál es su necesidad y cómo pueden satisfacerla, por lo cual, deben conocer y entender cómo y con quién pueden establecer la relación que permite satisfacer la necesidad identificada.

En esta medida la Entidad se basa en parámetros establecidos por Colombia Compra Eficiente, según la Guía para la Elaboración de Estudios de Sector G-EES-, para lo cual el análisis cubre las siguientes áreas:

- Análisis económico
- Análisis de la oferta
- Análisis de la demanda

SECTOR PERTENECIENTE AL OBJETO CONTRACTUAL.

Teniendo en cuenta que el tipo de contrato es de compra de materiales, se analiza el **sector terciario** del cual hace parte el sector **servicios**, el sector terciario de Colombia es uno de los más desarrollados.

SECTOR ECONÓMICO
Servicios

En economía, el sector terciario es aquel que se encarga de las actividades de comercio, servicios y transporte. A diferencia de los sectores primario y secundario, el sector terciario no se encarga de producir sino de ofrecer y distribuir productos; incluye todas aquellas actividades que se relacionan con la provisión de bienes y servicios a un consumidor, entre estas destacan: • Publicidad • Actividades profesionales científicas y técnicas • Restaurantes, catering y bares • Actividades de programación y trasmisión, agencias de noticias • Inmobiliarias, de alquiler y arrendamiento Correo y servicios de mensajería • Telecomunicaciones • Almacenamiento y actividades complementarias al transporte • Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios

a edificios • Salud humana privada • Producción de películas cinematográficas y programas de televisión • Educación superior privada • Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos • Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades • Otros servicios de entretenimiento y otros servicios

Colombia presenta una gran cantidad de mercados regionales, centros comerciales y otros establecimientos destinados a la compra y venta de productos. El Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia establece que de los establecimientos económicos que existen en el país, el 48 % está dedicado al comercio mientras que el 40 % está destinado al ofrecimiento de servicios. El desarrollo y construcción de la imagen de la corporación, pertenece al sector terciario o de servicios, debido a la producción de bienes intangibles, es necesario para el funcionamiento de la economía colombiana pues contribuye a la formación del ingreso y el producto nacional, representando un porcentaje mayor al 50% en el PIB (Producto Interno Bruto) del país.

El **sector terciario de Colombia** es uno de los más desarrollados. De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia (DANE), el sector terciario aloja más del 80 % de la fuerza laboral del país.

Para las industrias de servicios, los productos de esta industria deben estar diseñados para permitir la función de tratamiento de la información y la comunicación por medios electrónicos, sin afectar negativamente el medioambiente. El sector económico al cual pertenece el objeto contractual, en el presente caso corresponde a la industria TIC en el que se produce bienes materiales, para satisfacer necesidades que demande la entidad para el cumplimiento de las funciones que le son propias, de acuerdo con la misión institucional las cuales requieren de apoyo de la tecnología.

La comunicación en la actualidad se caracteriza por ser rápida, global, digital y multidireccional. Los avances tecnológicos han transformado profundamente la forma en que las personas, organizaciones y gobiernos se comunican, generando nuevas dinámicas sociales, culturales y económicas.

1. Digitalización y tecnología

• La mayoría de las interacciones se realizan a través de medios digitales: redes sociales, mensajería instantánea, correo electrónico y plataformas colaborativas.
• El uso de dispositivos móviles ha facilitado la comunicación en tiempo real desde cualquier lugar.

2. Inmediatez y sobrecarga de información

• Las personas esperan respuestas rápidas. Esta inmediatez ha cambiado las expectativas en el ámbito laboral y personal.

• Existe una saturación de información (infoxicación), lo que puede dificultar la comprensión o la toma de decisiones informadas.

3. Comunicación visual y multimedia

• Los formatos como videos, infografías, memes y transmisiones en vivo tienen un alto impacto y son preferidos por muchos usuarios frente al texto tradicional.

4. Redes sociales e interacción

• Las redes sociales permiten una comunicación más horizontal y participativa, pero también han generado desafíos como la desinformación, el discurso de odio o la polarización.
• La comunicación se ha vuelto más pública y viral, con consecuencias reputacionales inmediatas.

5. Comunicación organizacional

• Las empresas y entidades deben ser más transparentes, cercanas y estratégicas en su forma de comunicar.

• Se valora la comunicación interna eficaz, especialmente en entornos de trabajo híbridos o remotos. 6. Desafíos éticos y de privacidad
• La privacidad, la protección de datos personales y el uso responsable de la información se han vuelto aspectos clave en cualquier forma de comunicación digital.

7. Comunicación intercultural y global

• La globalización ha aumentado la interacción entre culturas, lo que exige sensibilidad intercultural, manejo de idiomas y comprensión de contextos diversos.

Producto Interno Bruto (PIB) [1]

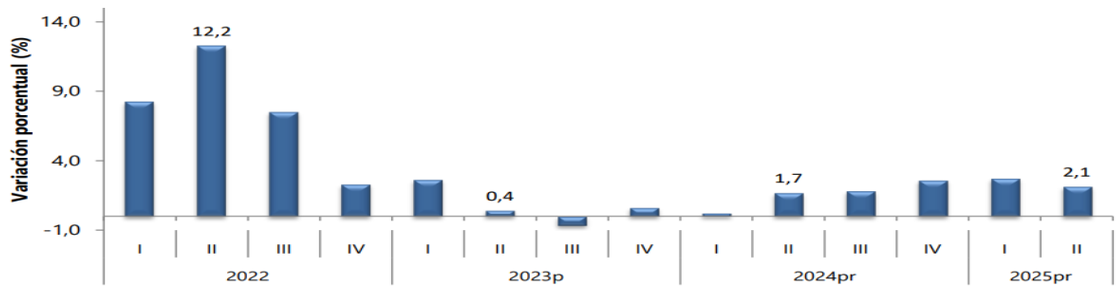
Del análisis de los datos estadísticos de los principales países industrializados se desprende que la inversión en publicidad tiene un efecto positivo sobre el crecimiento económico por medio de cuatro mecanismos: la publicidad estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y, a su vez, el dinamismo inherente en el sector de la publicidad impulsa el índice del crecimiento promedio del PIB.

Este boletín técnico tiene como propósito presentar los principales cambios de corto plazo del Producto Interno Bruto Trimestral (PIB_T). Estas cifras son utilizadas ampliamente por analistas, políticos, prensa, la comunidad empresarial y el público en general, para la toma de decisiones. El documento consta de tres capítulos; el primero, contiene los resultados de las series encadenadas de volumen con año de referencia 2015 del PIB trimestral desde los enfoques de la producción y gasto, e incluye los resultados del valor agregado bruto. El segundo, presenta el comportamiento del PIB a precios corrientes desde los enfoques de la producción y el gasto. El tercero, contiene el detalle de las revisiones presentadas durante el año, frente a la publicación anterior.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) implementó con el cambio del año base de las cuentas nacionales al año 2015, una mejora en su política general de difusión de datos coyunturales, ofreciendo a los usuarios series originales y corregidas de efectos estacionales y de calendario. La razón principal para este cambio es la implementación del calendario colombiano en sus prácticas habituales de ajuste estacional.

Dado que el ajuste estacional es un proceso estadístico adicional a la compilación de las series originales, las recomendaciones internacionales sugieren fomentar la trasparencia de dicho procedimiento por medio de documentación clara. El DANE ha diseñado un procedimiento estandarizado y conjuntamente publicará una descripción detallada de las especificaciones para cada una de las series.

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2022-I / 2025Pr-II



Fuente: DANE, PIB_T
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
Prpreliminar
Pprovisional

Durante el primer semestre de 2025pr , respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 2,4%. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

[1] https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-IItrim2025.pdf

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 4,8% (contribuye 1,0 puntos porcentuales a la variación anual).

• Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 5,3% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).

• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 11,4% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,5%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

• Información y comunicaciones crece 2,3%.
• Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 1,5%.
• Industrias manufactureras crece 1,0%.

Tasas de crecimiento en volumen[1]
Segundo trimestre 2025[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2025[pr]-II / 2024[pr]-II	2025[pr]/ 2024[pr]	2025[pr]-II / 2025[pr]-I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,8	5,3	1,5
Explotación de minas y canteras	-10,2	-7,6	-5,1
Industrias manufactureras	0,9	1,1	1,0
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	0,9	-0,3	1,0
Construcción	-3,5	-3,3	-0,1
Comercio al por mayor y al por menor[3]	5,6	4,8	0,03
Información y comunicaciones	3,0	1,8	2,3
Actividades financieras y de seguros	2,8	3,0	0,8
Actividades inmobiliarias	2,0	2,0	0,6
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	1,5	1,3	0,7
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	1,8	2,7	-0,04
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	7,5	11,4	-2,4
Valor agregado bruto	**2,1**	**2,4**	**0,3**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,4	2,3	0,3
Producto Interno Bruto	**2,1**	**2,4**	**0,5**

Fuente: DANE, PIB_T

Información y comunicaciones En el segundo trimestre de 2025pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 3,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024pr . Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 2,3%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

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

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2025[pr]-II / 2024[pr]-II	2025[pr]/ 2024[pr]	2025[pr]-II / 2025[pr]-I
Información y comunicaciones	**3,0**	**1,8**	**2,3**

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

INDICADORES BÁSICOS DE TENENCIA Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN EMPRESAS (TIC EMPRESAS)

El cálculo de los indicadores básicos de tenencia y uso de tecnologías de la información y comunicación en las empresas colombianas obedece al interés de hacer seguimiento al proceso de informatización de la economía, consecuencia del cambio del paradigma tecnoproductivo y de la masificación de estas tecnologías a nivel mundial desde la última década del siglo XX. Tanto para los países desarrollados como para los países en vías de desarrollo se ha evidenciado que las TIC son un factor clave para mejorar el desempeño productivo y, con esto, el crecimiento económico y desarrollo social al hacer parte de estrategias integrales de negocios.

Para esta medición el DANE ha seguido los lineamientos estadísticos concertados por los países de la CEPAL en el Plan de Acción Regional sobre la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe (eLAC), donde el principal ente responsable de la coordinación del diseño, actualización y divulgación de los indicadores a nivel regional es el Observatorio de la Sociedad de la Información – OSILAC. Así mismo, se vienen implementando las definiciones de los indicadores clave sobre TIC, publicados por la Asociación para la Medición de las TIC para el Desarrollo, ente administrado por la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI).

Si bien el DANE ha acogido la mayoría de las recomendaciones conceptuales y metodológicas del OSILAC (entre ellas, aplicar las preguntas mediante módulos en las encuestas estructurales económicas, que en el caso de Colombia corresponde a las Encuestas Anuales Manufacturera, de Comercio y de Servicios), también se ha visto en la necesidad de adaptar y reformular algunas de éstas al contexto del sector productivo nacional. De lo anterior, y teniendo en cuenta la dinámica del sector, en 2013 se realizó un rediseño y actualización del formulario para el período de referencia 2012, en el cual se incluyeron nuevas preguntas relacionadas con el uso de comercio electrónico y uso de aplicaciones.

Para hacer comparables los resultados de cada año con el período anterior, el DANE implementa una metodología de panel, mediante la cual se identifican las empresas que rindieron la información entre los dos años y se calculan los indicadores anuales de evolución que se presentan en el capítulo II de este boletín. En la página web del DANE se presentan los anexos correspondientes a los indicadores básicos de tenencia y uso de las TIC de 2018, teniendo en cuenta la totalidad de empresas investigadas, y los indicadores de 2017 y 2018 calculados a partir de la aplicación del panel para cada uno de los sectores económicos.

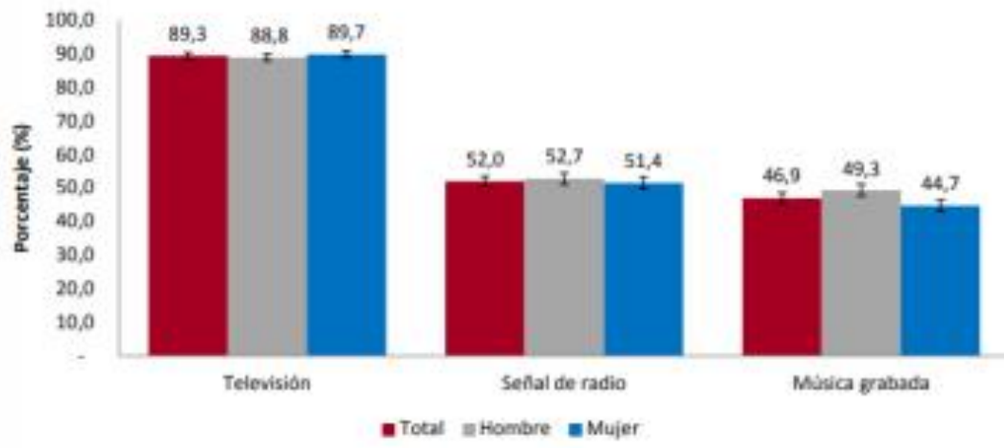
Perspectiva Comercial y técnica

La Encuesta de Consumo Cultural del DANE permite caracterizar prácticas culturales asociadas al consumo cultural de la población de 5 años y más que reside en las cabeceras municipales del territorio colombiano. La encuesta se desarrolla con una periodicidad bienal y recoge datos sobre las prácticas de las personas relacionadas con el consumo de bienes y servicios culturales ofertados por el sector cultural.

Tiene una cobertura a nivel nacional de las cabeceras municipales y cuenta con representatividad geográfica para seis regiones: Bogotá, Caribe, Oriental, Central, Pacífica y Amazonía/Orinoquía. Para la Encuesta de Consumo Cultural 2020, se utilizó el marco actualizado al Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) 2018, y sus datos fueron expandidos con base en las proyecciones de población elaboradas a partir de los resultados de este CNPV. Asimismo, la recolección se realizó en las cabeceras municipales de 29 departamentos del país, durante los meses de agosto y septiembre de 2020. Se debe tener en cuenta que la encuesta maneja cuatro periodos de referencia a saber, según temáticas específicas: - Últimos doce meses: asistencia a eventos, presentaciones y espectáculos culturales, asistencia a espacios culturales, lectura impresa y digital de libros y revistas, asistencia a cine, escucha de podcasts y formación y práctica cultural, excluyendo el uso de internet. - Últimos seis meses: uso de internet. - Último mes: lectura de periódicos, lectura de otros contenidos digitales, videos y videojuegos. - Última semana: televisión, radio y música grabada.

MEDIOS AUDIVISUALES: Con relación a otros audiovisuales, del total de personas encuestadas, el 89,3% respondió que si realizan consumo de televisión. Por sexo, el consumo de televisión fue de 89,7% para las mujeres y de 88,8% para los hombres. Los porcentajes de consumo de señal de radio y música grabada para el total de personas encuestadas, corresponden a 52,0% y 46,9%, respectivamente. Por sexo, no hay diferencias significativas en el consumo de señal de radio (52,7% para los hombres y 51,4% para las mujeres), mientras que en música grabada los hombres presentan un mayor consumo con 49,3%, frente al 44,7% de las mujeres.

Gráfico 6. Porcentaje de personas de 12 años y más, por sexo, según consumo televisión, señal de radio y música grabada en la última semana.
Cabeceras municipales
2020



Fuente: DANE, ECC-2020.
Población de referencia: total de personas de 12 años y más 31.630 (miles).
Nota: Los porcentajes del gráfico corresponden a las personas de 12 años y más que si consumieron estos audiovisuales.

3. JUSTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE PERMITEN IDENTIFICAR LAS CONDICIONES DEL MERCADO PROVEEDOR.

<u>De la modalidad de selección:</u>

Los contratos estatales son definidos en el Estatuto General de Contratación de la administración Pública, ley 80 de 1993, como acto jurídico generador de obligaciones en el que una de las partes sea una entidad pública, cuya descripción o tipificación se encuentre en las normas civiles, comerciales, especiales o las previstas en el mismo cuerpo normativo.

Contrato o convención es un acto por el cual una parte se obliga para con otra a dar, ***hacer*** *o no hacer alguna cosa. Cada parte puede ser de una o de muchas personas.* Lo cual se encuentra establecido en el Código Civil en su artículo 1495.

El presente estudio se realiza en cumplimiento de lo señalado en el Decreto 1082 de 2015 y para efectos del presente SERVICIO, se tendrá en cuenta aspectos tales como las condiciones técnicas, así como el cumplimiento oportuno de la prestación de los servicios contratados, so pena de incumplimiento de las obligaciones contractuales.

De otra parte, teniendo en cuenta que el Proceso Contractual a adelantar no excede el 10% de la menor cuantía, se regirá por el procedimiento establecido para la Contratación bajo la modalidad de Mínima Cuantía, conforme a lo establecido en el Artículo 2.2.1.2.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015.

En los Procesos de Contratación de mínima cuantía el alcance del estudio de sector debe ser proporcionado al valor del Proceso de Contratación, la naturaleza del objeto a contratar, el tipo de contrato y a los Riesgos identificados para el Proceso de Contratación.

Conforme a lo publicado por las diferentes plataformas de contratación estatal se encuentra que varias entidades han contratado el SERVICIO DE PLAN DE MEDIOS, las modalidades de selección varían de acuerdo con las necesidades, tiempos de ejecución y presupuesto.

De conformidad a lo estipulado en el Decreto 1082 de 2015, por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del sector Administrativo de Planeación Nacional", se verificó el escenario de mercado para el SERVICIO a contratar por parte de la entidad:

1. Se realizo la verificación en la Tienda Virtual Del Estado Colombiano y a la fecha de la presente solicitud no existe un acuerdo marco de precios celebrado por Colombia Compra Eficiente, referente al objeto de la necesidad. https://www.colombiacompra.gov.co/TIENDA- VIRTUAL-DEL-ESTADO-COLOMBIANO TIENDA VIRTUAL DEL ESTADO COLOMBIANO,

2. Solicitud de cotizaciones a proveedores que podrían prestar el servicio requeridos por la entidad.

Por lo tanto, en virtud del objeto contractual que se enmarca en el sector de adquisición de bienes y servicios en los aspectos relacionados con contratar el SERVICIO DE REALIZACION DE PLAN DE MEDIOS, se evidencia que de acuerdo a las obligaciones que se desarrollaran en la ejecución, estas pueden ser ejecutadas por una persona natural o jurídica que cumpla con los requerimientos técnicos exigidos por la entidad, idoneidad y experiencia en el desarrollo del objeto contractual, de conformidad con el Art. 2 numeral 2º literal a) de la Ley 1150 de 2007 y el Artículo 2.2.1.2.1.2.2 y subsiguientes del Decreto 1082 de 2015 y normas concordantes.

Análisis de la oferta.

El aumento en el uso de los medios de información, así como el auge en el uso de aplicativos y dispositivos electrónicos de información, conlleva a la profundización de mercados relacionados, que requieren de los medios de comunicación para crecer. Por ejemplo, el comercio electrónico se incrementará en la medida que los usuarios puedan realizar sus compras a través de dispositivos móviles y aplicaciones específicas diseñadas para tal fin.

En esta sección se consideran algunos aspectos agregados de la industria TIC en Colombia y su comparación frente a la región, a los países en desarrollo, a los países desarrollados y al mundo, con el objeto de proveer un análisis de coyuntura sectorial, y a los agentes del mercado de una herramienta de información que aporte elementos de referencia para la toma de decisiones.

Lo anterior abre las puertas para que todos los países del mundo enfoquen sus políticas públicas en materia de TIC, facilitando el acceso de la población a Internet a través de dispositivos que permitan el consumo de contenidos y aplicaciones.

En el mercado colombiano existen gran cantidad de proveedores responsa y no responsables de IVA, cuyo objeto social se relaciona directamente con el objeto contractual que se está adelantando mediante el presente proceso; del análisis realizado se evidencia que en el sector existen varios oferentes que brindan los servicios

relacionados y con los que se puede adelantar un mayor poder de negociación, se generaliza que estos actúan como competidores presentes en el mercado, con lo que se lograra obtener precios más bajos y condiciones más favorables para la Corporación.

En ese sentido, la entidad tuvo en cuenta cotizaciones de proveedores prestadores del servicio requerido, y se realizó verificación en cuanto a cantidades, condiciones técnicas como y precios unitarios; que ofertan a nivel nacional, de tal manera que se identificó que en este mercado existen múltiples proveedores cuyo objeto social se relaciona directamente con el objeto contractual que se está adelantando.

Aspectos técnicos de los bienes solicitados:

Conforme es radicado al ordenador del gasto de la entidad, con respectivo alcance, los aspectos técnicos de los bienes a contratar son los siguientes:

MEDIO	ACTIVIDAD	CANTIDAD MENSUAL	Cantidad total
Televisión Local.	Garantizar la emisión de una nota periodística mensual. Tiempo de la nota: mínimo 3 minutos, máximo 5 minutos.	Una (1) nota mensual	Cinco (5) unidades
Radio Local	Emisión de notas (podcast) y/o anuncios institucionales.	Una (1) nota o /mensaje institucional mensual	Cinco (5) unidades
		Cuatro (4) entrevistas durante la ejecución del contrato	Cuatro (4) unidades
		Lectura de la aprobación de los Acuerdos Municipales, según necesidad de la Corporación	Una (1) unidad
	Emisión Programa Institucional, con una duración de media hora mensual.	Una (1) emisión mensual	Cinco (5) unidades
Prensa Escrita (Regional o Local)	Garantizar la publicación en media página interior (25 cm x 20 cm) full color en periódico de circulación de orden local o regional. No aplica periodicidad fija; las publicaciones se realizarán en las fechas que determine la Corporación durante la ejecución del contrato.	Cuatro (4) publicaciones durante la ejecución del contrato	Cuatro (4) unidades
Portales web y medios de comunicación digitales	Publicación de mínimo 2 noticias en medios digitales o portales web. Puede incluir banner digital noticioso acompañado de fotografía y texto.	Dos (2) publicaciones mensuales	Diez (10) unidades
	Garantizar la publicación en mínimo dos medios de comunicación de alto	Tres (3) publicaciones durante la ejecución del contrato	Tres (3) unidades

Medios Nacionales	reconocimiento nacional ya sea televisión, radio, prensa escrita o digital que tengan más de un millón de visualizaciones u oyentes cada uno		

* La codificación de los bienes requeridos se encuentra de conformidad con el clasificador de bienes y servicios de las Naciones Unidas (V.14.080 del UNSPSC) contenido en la dirección **http://www.colombiacompra.gov.co/es/Clasificacion***

CÓDIGOS UNSPSC

Según los manuales de clasificación de proveedores en Colombia Compra Eficiente, los códigos UNSPSC para para cada uno de los ítems corresponde a:

CÓDIGO	PRODUCTO
82101600	Publicidad difundida
82111901	Servicios de comunicados de prensa
82111902	Servicios de boletines informativos de interés especial
82111903	Servicios Telegráficos o de agencias de noticias

* La codificación de los bienes requeridos se encuentra de conformidad con el clasificador de bienes y servicios de las Naciones Unidas (V.14.080 del UNSPSC) contenido en la dirección http://www.colombiacompra.gov.co/es/Clasificación*

4. En el presente análisis se tuvo en cuenta entre otros aspectos, el comparativo de contratos celebrados con igual o similar objeto, en otras entidades, encontrando lo siguiente:

En la herramienta de búsqueda datos abiertos https://www.datos.gov.co/Gastos-Gubernamentales/SECOP-Integrado/rpmr-utcd/data se encuentran procesos de selección relacionados con la búsqueda relacionada con el objeto contractual materia de nuestro análisis, donde la modalidad de selección dominante conforme a la cuantía de las diferentes entidades contratantes es la selección abreviada y mínima cuantía, se toman a manera de muestra aleatoria los siguientes procesos con entidades que han contratado un servicio similar:

Contrato No. CONTRATO No. 032-2025 del CONCEJO MUNICIPAL DE VALLEDUPAR– valor $17.480.000

ID del contrato en SECOP	CO1.PCCNTR.8104193
Número del Contrato	CONTRATO No. 032-2025
Versión del contrato	1
Objeto del contrato:	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA DIFUSIÓN Y PUBLICACIÓN DE LA GESTIÓN ADELANTADA POR EL CONCEJO MUNICIPAL DE VALLEDUPAR DURANTE EL SEGUNDO PERIODO DE SESIONES VIGENCIA 2025
Tipo	Prestación de servicios
Fecha de inicio del contrato:	23/07/2025 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Fecha de terminación del contrato:	7 días de tiempo transcurrido *(22/08/2025 11:59:00 PM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Identificación Entidad contratante

CONCEJOVPAR1

COLOMBIA, Valledupar

Información del Proveedor contratista

Grupo RTA SAS

COLOMBIA, Valledupar

Contrato No. CONTRATO No. MC-PS-SGO-136-2025 de la ALCALDÍA MUNICIPAL DE HATONUEVO– valor $39.040.000

ID del contrato en SECOP	CO1.PCCNTR.8098753
Número del Contrato	MC-PS-SGO-136-2025
Versión del contrato	1
Objeto del contrato:	IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE HATONUEVO, LA GUAJIRA
Tipo	Prestación de servicios
Fecha de inicio del contrato:	23/07/2025 12:00:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Fecha de terminación del contrato:	21/11/2025 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Identificación Entidad contratante

Alcaldía Municipal De Hatonuevo

COLOMBIA, Hatonuevo

Información del Proveedor contratista

AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD A.C

COLOMBIA, Hatonuevo

Contrato No. CONTRATO No. 102-2025 de la ALCALDÍA MUNICIPAL DE AGUACHICA– valor $55.000.000

ID del contrato en SECOP	CO1.PCCNTR.8013720
Número del Contrato	102-2025
Versión del contrato	1
Objeto del contrato:	CONTRATAR PARA LA EJECUCION DE UN PLAN DE MEDIOS PARA DESARROLLAR LA DIFUSION DE LOS DIFERENTES PROGRAMAS Y/O PROYECTOS DE INTERES PUBLICO REALIZADOS POR LA ADMINISTRACION MUNICIPAL
Tipo	Prestación de servicios
Fecha de terminación del contrato:	20/12/2025 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Tiempo adiciones en días	0 días
Proveedor(es) seleccionado(s)	(●) Sí ( ) No
Estado de contrato	Firmado

Identificación Entidad contratante

ALCALDIA DE AGUACHICA

COLOMBIA, Aguachica

Información del Proveedor contratista

SAC PRODUCCIONES

COLOMBIA, Aguachica

5. Histórico de la entidad.

Vigencia	# Contrato y Objeto	Valor del Contrato	Plazo de ejecución	Plataforma
2018	DESARROLLAR EL PLAN DE MEDIOS CON EL FIN DE PROMOCIONAR Y DIVULGAR LAS ACTIVIDADES Y PUBLICACIONES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE CHÍA, PARA LA VIGENCIA 2018	$74,610,620	6 meses	Secop I https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=18-11-8086143
2019	DESARROLLAR EL PLAN DE MEDIOS CON EL FIN DE PROMOCIONAR Y DIVULGAR LAS ACTIVIDADES Y PUBLICACIONES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE CHÍA, PARA LA VIGENCIA 2019	$55.000.000	6 meses	Secop I https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=19-11-9403075
2020	DESARROLLAR EL PLAN DE MEDIOS CON EL FIN DE PROMOCIONAR Y DIVULGAR LAS ACTIVIDADES Y PUBLICACIONES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE CHÍA, PARA LA VIGENCIA 2020	$40.000.000	3 meses, 10 días	Secop I https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=20-11-11035905
2022	IMPLEMENTAR EL PLAN DE MEDIOS CON LOS MEDIOS LOCALES DE CHÍA PARA PROMOCIONAR Y DIVULGAR LAS ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE CHÍA, PARA LA VIGENCIA 2022	$28.000.000	3 Meses	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.3262144&isFromPublicArea=True&isModal=False
2023	SERVICIO DE PLAN DE MEDIOS PARA PROMOCIONAR Y DIVULGAR LAS ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE CHÍA, PARA LA VIGENCIA 2023	$15.000.000	18 días	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5250931&isFromPublicArea=True&isModal=False
2024	SERVICIO DE PLAN DE MEDIOS PARA PROMOCIONAR Y DIVULGAR LAS ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE CHÍA.	$35.000.000	28 días	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.7111506&isFromPublicArea=True&isModal=False
2025	SERVICIO DE PLAN DE MEDIOS PARA PROMOCIONAR Y DIVULGAR LAS ACTIVIDADES	$39.662.700	90 días	https://www.secop.gov.co/CO1ContractsManagement/Tendering/ProcurementContractEdit/View?docUniqueIdentifier=C

	INSTITUCIONALES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE CHÍA			O1.PCCNTR.8301731&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1ContractsManagement%2fTendering%2fProcurementContractManagement%2fIndex&prevCtxLbl=Contratos

5. RESUMEN COMPARATIVO CONDICIONES DE MERCADO DE PROVEEDORES

ESTUDIOS DE MERCADO

Para el presente estudio del sector se solicitaron dos (2) cotizaciones de proveedores que ofrecen este tipo de suministros en el mercado, por lo que se realizó el respectivo análisis y se adjunta la respectiva **TABLA DE PROMEDIOS** como archivo adjunto al presente documento.

Los posibles impuestos, tasas y contribuciones que serían aplicables al servicio solicitado por la entidad, se relacionan a continuación:

Estampilla Gerontológico	3%
Estampilla Procultura	2%
Tasa Prodeporte	2.5%
Reteica el cual depende de la actividad económica, en donde puede ser aproximado en	7 u 8 X1000

*Datos aproximados provenientes del área de tesorería de la entidad.

En virtud del análisis técnico económico realizado se concluye que:

El presupuesto asignado para la ejecución del objeto contractual es de: **CUARENTA Y NUEVE MILLONES VEINTICINCO MIL TRESCIENTOS CUARENTA PESOS ($49’025.340) MONEDA CORRIENTE.**

6. ACUERDOS COMERCIALES

De acuerdo con la definición contenida en el artículo 2.2.1.1.1.3.1 del Decreto 1082 de 2015, los Acuerdos Comerciales son tratados internacionales vigentes celebrados por el Estado colombiano, que contienen derechos y obligaciones en materia de compras públicas, en los cuales existe como mínimo el compromiso de trato nacional para: (i) los bienes y servicios de origen colombiano y (ii) los proveedores colombianos.

La indicación de si el Proceso de Contratación está cobijado por un Acuerdo Comercial o no, se encuentra establecida en los estudios y documentos previos, de conformidad con el artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015, y en atención a directrices impartidas por Colombia Compra eficiente, en su “Manual para el Manejo de los Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación”:

		Entidad Estatal Incluida	Presupuesto del proceso de Contratación superior al valor del Acuerdo Comercial	Excepción Aplicable al proceso de contratación	Proceso de Contratación Cubierto por el Acuerdo Comercial
Alianza Pacífico	Chile	NO	NO	NO	NO
	México	NO	NO	NO	NO
	Perú	NO	NO	NO	NO
Canadá		NO	NO	NO	NO
Chile		NO	NO	NO	NO
Corea		NO	NO	NO	NO
Costa Rica		NO	NO	NO	NO
Estados AELC		NO	NO	NO	NO
Estados Unidos		NO	NO	NO	NO
México		SI	SI	SI (14)	NO
Triángulo Norte	El Salvador	SI	SI	SI (14)	NO
	Guatemala	SI	SI	SI (14)	NO
	Honduras	NO	NO	NO	NO
Unión Europea		NO	NO	NO	NO
Comunidad Andina		SI	SI	NO	SI

7. Anexos

Cotizaciones	X	Precio oficial regulado	_____
Catálogos	_____	Análisis costo beneficio	_____
Soporte Página web	_____	Preventa	_____
Otros documentos	_____		

Quien Elaboró:



YAMILE SOFIA NARVAEZ GAITAN
Jefe Oficina Prensa y Comunicaciones