



Anexo No 3 Análisis del Sector



ANALISIS DEL SECTOR

MODALIDAD DE CONTRATACION: MINIMA CUANTIA

DEPENDENCIA: SECRETARIA GENERAL.

OBJETO A CONTRATAR: PRESTAR SERVICIOS PARA EL DISEÑO, PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PEDAGÓGICOS E INFORMATIVOS QUE PROMUEVAN LA APROPIACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC), EL ACCESO A SERVICIOS DIGITALES Y EL FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES TECNOLÓGICAS DE LA COMUNIDAD DEL MUNICIPIO DE AGUAZUL.

En cumplimiento con lo establecido en el Artículo 2.2.1.1.6.1 del Decreto 1082 del 26 de mayo de 2015, estableció la obligación a las Entidades de realizar el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto a contratar desde la perspectiva Legal, Comercial, Financiera Organizacional, Técnica y de Análisis del Riesgo.

En consecuencia, la Guía para la Elaboración de Estudios de Sector VERSIÓN V3 CON FECHA 25 DE SEPTIEMBRE DE 2025, establece que la estructura a seguir con el propósito que la Entidad Estatal conozca claramente:

- (a) cuál es su necesidad y cómo puede satisfacerla;
- (b) definir el sector o mercado al cual pertenecen tales bienes, obras o servicios y hacer el análisis correspondiente
- (c) cómo y quiénes pueden proveer los bienes, obras y servicios que necesita; y
- (d) el contexto en el cual los posibles proveedores desarrollan su actividad.

Por lo que el Municipio de Aguazul Casanare realiza el análisis del sector relativo al objeto: PRESTAR SERVICIOS PARA EL DISEÑO, PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PEDAGÓGICOS E INFORMATIVOS QUE PROMUEVAN LA APROPIACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC), EL ACCESO A SERVICIOS DIGITALES Y EL FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES TECNOLÓGICAS DE LA COMUNIDAD DEL MUNICIPIO DE AGUAZUL, El cual se elabora siguiendo la guía Estudios de Sector VERSIÓN V3, de Colombia Compra Eficiente bajo la siguiente estructura:



1. ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR

El sector de la publicidad, y en particular el segmento asociado a la comercialización de espacios en radiodifusión¹, se encuentra en una etapa de evolución marcada por la necesidad de mejorar la eficiencia operativa, fortalecer los mecanismos de control y maximizar el impacto de los mensajes emitidos. Esta transformación responde tanto a lineamientos institucionales como a cambios en las dinámicas del mercado, que hoy demandan una gestión más estructurada de la pauta, basada en criterios técnicos, medición de resultados y transparencia en la asignación de recursos, especialmente en el ámbito de la publicidad oficial.

En este contexto, se observa una tendencia creciente hacia la implementación de herramientas de analítica de audiencias, sistemas de verificación de emisiones y plataformas de seguimiento en tiempo real, que permiten validar el cumplimiento de las obligaciones contractuales y optimizar la inversión en comunicación. A nivel global, la inversión publicitaria en radio mantiene una participación estable dentro del ecosistema de medios, representando aproximadamente entre el 5% y el 7% del gasto total en publicidad, según reportes recientes de la World Advertising Research Center. En Colombia, la radio continúa siendo un medio de alta penetración, alcanzando coberturas superiores al 85% de la población, de acuerdo con mediciones de ECAR, lo que la posiciona como un canal estratégico para campañas institucionales, especialmente en territorios intermedios y rurales.

De manera paralela, el avance tecnológico ha redefinido los modelos de difusión, integrando la radio tradicional con entornos digitales como el streaming, los podcasts y las aplicaciones móviles. Este fenómeno ha dado lugar a esquemas híbridos de comercialización, donde los espacios radiales se complementan con presencia en plataformas digitales, ampliando el alcance y segmentación de las audiencias. Según la International Telecommunication Union, más del 70% de los usuarios de internet en América Latina consume contenidos de audio en línea, lo que evidencia una convergencia progresiva entre radiodifusión y medios digitales.

Desde la perspectiva regulatoria, el sector opera bajo un modelo mixto que combina la libre competencia con esquemas de vigilancia estatal, particularmente en lo relacionado con la contratación pública y la pauta oficial. En el caso colombiano, entidades como la Comisión de Regulación de Comunicaciones y la Autoridad Nacional de Televisión (en funciones redistribuidas actualmente) han promovido lineamientos orientados a garantizar condiciones de transparencia, pluralidad y acceso equitativo a los medios. Esto se traduce

¹ https://www.radionacional.co/actualidad/radio-nacional-de-colombia-celebra-86-anos-con-crecimiento-historico?utm_source=chatgpt.com



en mayores exigencias en términos de reportes de ejecución, certificaciones de emisión, trazabilidad de la pauta y cumplimiento de condiciones contractuales.

Asimismo, han cobrado especial importancia los aspectos relacionados con la responsabilidad social de los medios, incluyendo el cumplimiento de normativas sobre contenidos, la protección de audiencias vulnerables y la difusión adecuada de mensajes de interés público. En este sentido, los operadores de radiodifusión han debido fortalecer sus sistemas internos de control, adoptar protocolos editoriales más rigurosos y establecer planes de contingencia que aseguren la continuidad del servicio frente a eventuales fallas técnicas.

Bajo este panorama, la comercialización de espacios de radiodifusión se proyecta como un componente clave dentro de las estrategias de comunicación institucional y territorial. Su consolidación dependerá de la capacidad del sector para integrar innovación tecnológica, garantizar la confiabilidad en la prestación del servicio, cumplir con los marcos normativos vigentes y adaptarse a los nuevos hábitos de consumo, donde la inmediatez, la segmentación y la multicanalidad son factores determinantes para la efectividad de la comunicación.

2. ASPECTOS ECONÓMICOS

Con el propósito de observar lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 y materializar los principios de planeación, responsabilidad y transparencia; El Municipio de Aguazul identificó que, el objeto del contrato a ejecutar, según la clasificación del PIB por Ramas de Actividad Económica pertenece a la rama de **“Servicios de Información y Comunicaciones”**. El cual se ubica en el Sector Terciario de la economía, y que se define de la siguiente manera: Es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios materiales no productores de bienes. Es decir, que compran bienes materiales de forma directa, y se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población, y que son necesarios para el funcionamiento de la economía, ej. Ferreterías, restaurantes, hoteles, transporte, servicios financieros, comunicaciones, servicios de educación, servicios profesionales, etc. Este sector no produce bienes tangibles, pero contribuye a la formación del PIB

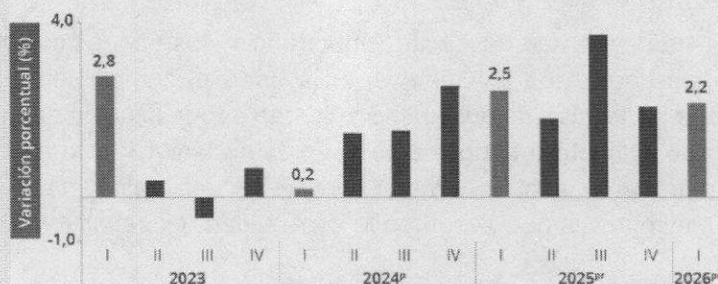
2.1 ANALISIS MACROECONÓMICO

Producto Interno Bruto: A continuación, se detalla el aporte al PIB, disponible, el cual corresponde al corte **I trimestre de 2026**, del comportamiento de cada una de las ramas de la economía consolidado en el boletín trimestral del DANE, en la fecha antes señalada en este aparte.



Producto Interno Bruto (PIB)

Tasas de crecimiento anual en volumen¹
2023-I / 2026^{pr}-I



Fuente: DANE, PIB, I

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

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,7% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 2,9% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 2,9% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

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%.



Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen¹
Primer trimestre 2026^{PR}

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

Fuente: DANE, PIB_T

Balanza Comercial² La balanza comercial es un indicador que mide la relación entre las exportaciones y las importaciones de un país en un determinado periodo. La balanza comercial no incluye los servicios prestados a o desde otros países ni tampoco los movimientos de capitales.

Las exportaciones son los bienes producidos dentro de un país que se venden a clientes en otros países. Las importaciones, por su parte, son las compras de bienes realizadas en el extranjero, para ser consumidos dentro del país.

Saldo de la balanza comercial

La diferencia entre exportaciones e importaciones es el saldo de la balanza comercial de un país, que puede ser de:

² https://enciclopedia.banrepcultural.org/Balanza_Comercial



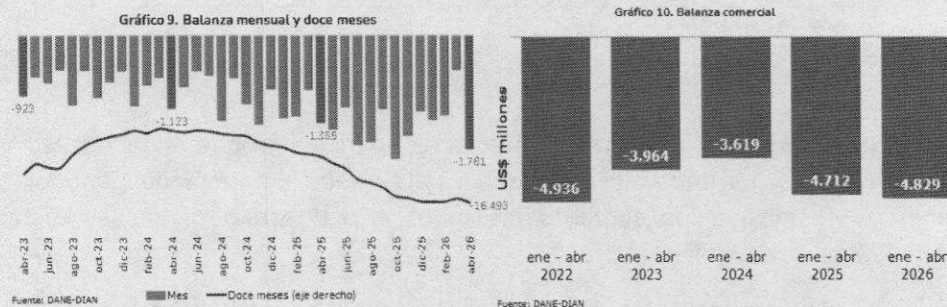
Superávit comercial si la diferencia es positiva: cuando se producen más exportaciones que importaciones. Se entiende que es el mejor resultado para un país ya que entran recursos del exterior.

Déficit comercial si la diferencia es negativa: cuando las compras realizadas en el extranjero superan las ventas al exterior. Si se trata de una situación persistente el país tendrá que compensar este déficit con emisión de deuda pública o privada para poder seguir comprando bienes en el exterior. Esto influirá en los tipos de cambio: aumentará el valor de las divisas y se debilitará la moneda propia, y como consecuencia, se incrementará el nivel de endeudamiento y la población perderá poder adquisitivo.

Equilibrio: cuando el resultado es cero, es decir, las exportaciones e importaciones están equilibradas.

En abril de 2026, la balanza comercial de Colombia fue deficitaria en US\$1.761 millones, superior en US\$406 millones en comparación con abril de 2025. Durante enero – abril de 2026, el déficit fue de US\$4.829 millones, superior en US\$117 millones en comparación con el mismo período del año anterior.

Balanza comercial de Colombia
Enero- abril 2026
(millones de dólares FOB)



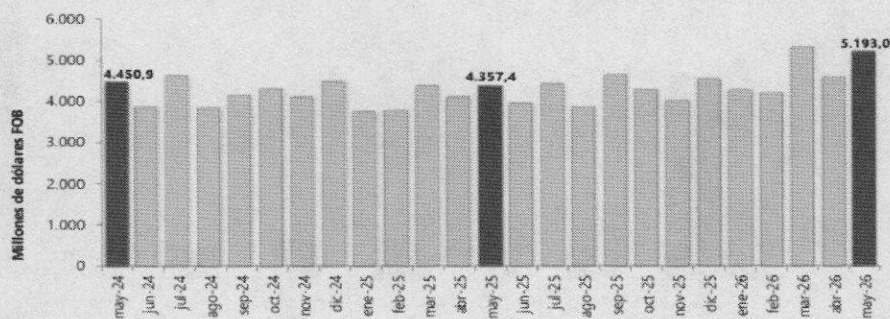
Exportaciones³ De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en mayo de 2026 las ventas externas del país fueron US\$5.193,0 millones FOB y presentaron un crecimiento de 19,2% en relación con mayo de 2025; este resultado se debió principalmente al aumento del 33,3% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de industrias extractivas. En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de industrias extractivas participaron con 44,5% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, Agropecuarios, alimentos y bebidas con 25,6%, Manufacturas con 18,1% y Otros sectores con 11,8%. En mayo de

³ <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EXPORTACIONES/bol-EXPORTACIONES-may2026.pdf>



2026 se exportaron 11,4 millones de barriles de petróleo crudo, lo que representó una caída de 18,1% frente a mayo de 2025.

Gráfico 1. Valor FOB de las exportaciones (Millones de dólares FOB)
Total Nacional
Mayo (2024-2026)^a



Fuente: DIAN - DANE (EXPO)

Tabla 1. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC)
Mayo (2026/2025)^a

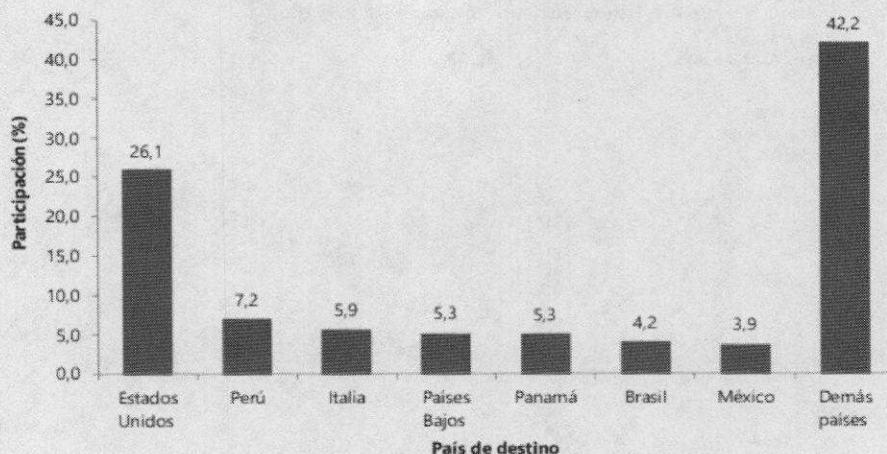
Grupos de productos (OMC)	Mayo				Enero - Mayo				
	2025	2026	Variación	Contribución a	Participación	2025	2026	Variación	Contribución a
	(Millones de dólares FOB)	(Millones de dólares FOB)	(%)	la variación (pp)	2026 (%)	(Millones de dólares FOB)	(Millones de dólares FOB)	(%)	la variación (pp)
Total	4.357,4	5.193,0	19,2		100,0	20.431,6	23.587,6	15,4	
Agropecuarias, alimentos y bebidas ¹	1.319,6	1.329,5	0,7	0,2	25,6	6.401,9	6.332,1	-1,1	-0,3
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	1.734,6	2.312,9	33,3	13,3	44,5	8.001,8	9.485,8	18,5	7,3
Manufacturas ³	936,5	938,0	0,2	0,0	18,1	4.313,9	4.210,3	-2,4	-0,5
Otros sectores ⁴	366,7	612,6	67,0	5,6	11,8	1.714,0	3.559,4	107,7	9,0

Fuente: DIAN - DANE (EXPO)

Exportaciones según países de destino: En mayo de 2026, Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas con una participación de 26,1% en el valor FOB total exportado; le siguieron en su orden las participaciones de: Perú, Italia, Países Bajos, Panamá, Brasil y México.



Gráfico 2. Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones según país de destino. Mayo 2026^p



Fuente: DIAN - DANE (EXPO)

^p Cifras provisionales

En mayo de 2026 en comparación con mayo de 2025, el aumento en las ventas a Perú e Italia aportó en conjunto 11,8 puntos porcentuales a la variación total de las exportaciones (19,2%). En contraste, las ventas externas a Ecuador contribuyeron con 1,8 puntos porcentuales negativos a la variación total.

Tabla 4. Exportaciones según principal país de destino y subgrupo CUCI Rev. 3. Mayo (2026/2025)^p

País destino/Subgrupo CUCI	Mayo 2025	Mayo 2026	Variación (%)	Contribución al País (pp)	Contribución a la variación (pp)	Participación (%) 2026
	Millones de dólares FOB					
Total	4.357,4	5.193,0	19,2		19,2	100,0
Perú	94,4	374,1	296,1		6,4	7,2
Minerales de cobre y sus concentrados	0,0	215,1	**	227,8	4,9	4,1
Minerales de metales preciosos y sus concentrados	1,7	54,5	*	55,9	1,2	1,0
Demás	92,7	104,5	12,7	12,4	0,3	2,0
Italia	69,6	304,2	336,8		5,4	5,9
Oro no monetario	12,1	232,7	*	288,1	4,6	4,5
Demás	37,5	71,5	90,4	48,7	0,8	1,4
Estados Unidos	1.184,8	1.354,2	14,3		3,9	26,1
Petróleo crudo	203,7	381,5	25,6	5,6	1,6	7,3
Demás	881,1	972,8	10,4	7,7	2,1	18,7
Brasil	139,5	218,5	56,6		1,8	4,2
Productos de propileno o de otras olefinas	15,8	34,1	115,6	13,1	0,4	0,7
Demás	123,7	184,4	49,0	43,5	1,4	3,6
Países Bajos	206,1	276,7	34,3		1,6	5,3
Combustibles para calderas (fuel oils)	0,0	39,1	**	19,0	0,9	0,8
Demás	206,1	237,6	15,3	15,3	0,7	4,6
Canadá	132,6	195,3	47,4		1,4	3,8
Oro no monetario	68,7	117,6	71,2	36,9	1,1	2,3
Demás	63,9	77,8	21,7	10,5	0,3	1,5
Ecuador	143,7	66,2	-54,0		-1,8	1,3
Acetato de almendra de palma o babassu	4,4	0,0	-100,0	-3,1	0,1	0,0
Demás	139,3	66,2	-52,5	-50,9	-1,7	1,3
Demás países	2.386,7	2.403,9	0,7		0,4	46,1

Fuente: DIAN - DANE (EXPO)



En mayo de 2026, el aumento en las exportaciones a Perú se explicó principalmente por las mayores ventas externas de Minerales de cobre y sus concentrados y Minerales de metales preciosos y sus concentrados en comparación con mayo de 2025. En mayo de 2026 en comparación con mayo de 2025, la caída de las exportaciones a Ecuador fue explicada principalmente por las menores ventas externas de Aceite de almendra de palma o babasu (-100,0%).

Importaciones ⁴

En abril de 2026, las importaciones alcanzaron US\$6.709 millones CIF con un aumento de 15,8% con respecto al mismo mes de 2025 y presentaron un crecimiento de 8,9% con respecto a marzo de 2026. La variación 12 meses se ubicó en 11,0%.

Por CUODE, las importaciones de bienes de consumo registraron una variación de 29,9% con respecto al mismo mes del año anterior y contribuyeron con 7,7 puntos porcentuales a la variación de abril, las importaciones de materias primas y productos intermedios crecieron 9,4% y aportaron 4,6 puntos porcentuales y las importaciones de bienes de capital y materiales de construcción crecieron 13,4%, y aportaron 3,4 puntos porcentuales a la variación del mes.

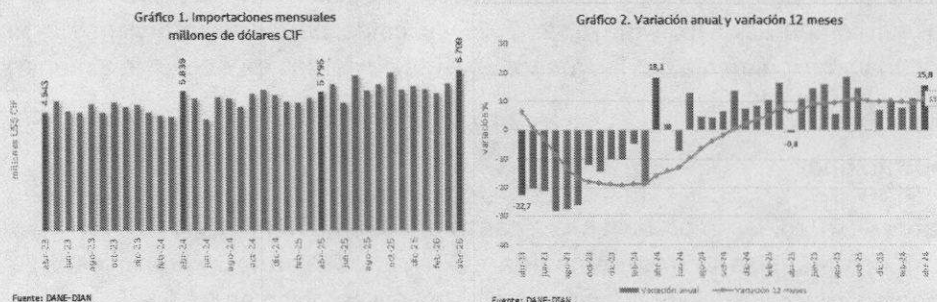
En el mes, los quince principales productos importados representaron el 38,9% del total. Las variaciones positivas, por orden de magnitud, fueron en: topadoras frontales, abonos minerales nitrogenados, monitores y proyectores, automóviles, residuos de aceite de soja sangre para usos terapéuticos, motocicletas, máquinas para procesamiento de datos, maíz, instrumentos para medicina, medicamentos dosificados, petróleo refinado y gas de petróleo. Se registró disminución en: vehículos para mercancías y teléfonos.

De los principales países de origen, los que mas contribuyeron a la variación fueron: China (15,7%), Brasil (51,0%), Unión Europea (16,6%), Trinidad y Tobago (983,3%), ZFPE Reficar (266,0%), Japón (26,7%), India (25,7%) y Argentina(49,2%), entre otros. Disminuyeron las importaciones provenientes de Tailandia (-22,1%), Reino Unido (-14,1%) y Suiza (-1,8%), entre otros.

⁴ <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-importaciones-colombianas-y-balanza-co/2026/abril/oe-dc-informe-de-importaciones-y-balanza-comercial-abril-2026.pdf.aspx>



Importaciones de Colombia abril 2026



En abril de 2026, las importaciones alcanzaron US\$6.709 millones CIF con un aumento de 15,8% con respecto al mismo mes de 2025 y presentaron un crecimiento de 8,9% con respecto a marzo de 2026. La variación 12 meses se ubicó en 11,0%.

Cuadro 1. Importaciones de Colombia por CUODE abril 2026

Clasificación por Uso o Destino Económico	millones de dólares	Variación % anual	Contribución a la variación	Participación
Total	6.709	15,8	15,8	100,0
Bienes de consumo	1.934	29,9	7,7	28,8
No duradero	973	17,7	2,5	14,5
Duradero	961	45,1	5,2	14,3
Materias primas y productos intermedios	3.085	9,4	4,6	46,0
Combustibles, lubricantes y conexos	590	-0,3	-0,0	8,8
Para la agricultura	355	25,8	1,3	5,3
Para la industria (excepto construcción)	2.141	10,0	3,4	31,9
Bienes de capital y material de construcción	1.685	13,4	3,4	25,1
Materiales de construcción	142	4,1	0,1	2,1
Bienes de capital para la agricultura	26	21,0	0,1	0,4
Bienes de capital para la industria	1.136	11,6	2,0	16,9
Equipo de transporte	382	22,9	1,2	5,7
Bienes no clasificados	5	392,1	0,07	0,07

Fuente: DANE-DIAN

El comportamiento positivo lo explicó la dinámica de las importaciones de bienes de consumo que registraron una variación de 29,9% con respecto al mismo mes del año anterior y contribuyeron con 7,7 puntos porcentuales a la variación de abril, las importaciones de materias primas y productos intermedios crecieron 9,4% y aportaron 4,6 puntos porcentuales y las importaciones de bienes de capital y materiales de construcción crecieron 13,4%, y aportaron 3,4 puntos porcentuales a la variación del mes.

2.2 ANALISIS MICROECONOMICO



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

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen¹
Primer trimestre 2026^{pr}

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

Fuente: DANE, PIB_T

2.3 VARIABLES QUE AFECTAN EL SECTOR

Dentro de las principales variables que afectan al sector encontramos entre otras las siguientes: Inflación, incrementos en los salarios, la fluctuación de la TRM, entre otros, veamos el comportamiento de algunas de ellas a continuación:

Tasa Representativa del mercado⁵: La TRM revela la cantidad de pesos colombianos equivalentes a un dólar de los Estados Unidos. La Tasa de Cambio Representativa del Mercado–TRM– es el promedio ponderado por monto de las operaciones de compra y venta de dólares de los Estados Unidos de América a cambio de moneda legal colombiana, pactadas para cumplimiento en ambas monedas el mismo día de su negociación, efectuadas por los Intermediarios del Mercado Cambiario dentro del horario que establezca el Banco de la República mediante reglamentación general. Para el cálculo de la TRM se deberán excluir las operaciones de derivados, así como las operaciones efectuadas por los Intermediarios del Mercado Cambiario con entidades diferentes de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia y de la Nación - Ministerio de Hacienda y Crédito Público. La TRM es calculada diariamente y certificada por la Superintendencia Financiera de Colombia con base en la información disponible y la reglamentación expedida por el Banco de la República.

⁵ <https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/60819/informes-y-cifras/cifras/establecimientos-de-credito/informacion-periodica/diaria/tasa-de-cambio-representativa-del-mercado-trm-60819/>



La Superintendencia Financiera de Colombia tiene la obligación de calcular y certificar la TRM y divulgarla al mercado y al público en general, conforme a lo dispuesto en el artículo 40 de la Resolución Externa No. 1 de 2018, expedida por la Junta Directiva del Banco de la República, la metodología establecida por el Banco de la República mediante Circular Reglamentaria DODM – 146, el artículo 11.2.1.4.15 del Decreto 2555 de 2010 y la Resolución No.0416 de 2006 de la Superintendencia Financiera de Colombia.

La tasa representativa del mercado vigente 21 de julio de 2026 es de



Inflación⁶: Es el aumento generalizado y sostenido de los precios de los bienes y servicios existentes en el mercado durante un determinado período de tiempo. Cuando el nivel general de precios sube, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios. Es decir, que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía.

Una medida frecuente de la inflación es el índice de precios, que corresponde al porcentaje por año de la variación general de precios en el tiempo. (...) En general, la inflación también se produce debido a la relación entre oferta y demanda de dinero. Por lo que esta puede ser provocada, ya sea, por un incremento excesivo de la oferta de dinero o bien por una súbita disminución en la demanda de este, es decir, que se produzca una huida del dinero.

Una súbita caída en la demanda de dinero puede ser causada, por ejemplo, por la desconfianza de los ciudadanos en la economía y su moneda local. La escuela Austriaca asigna la causa de la inflación/deflación a la existencia de un monopolio emisor de moneda (Banco Central). Como solución a la inflación propone la eliminación del monopolio emisor de moneda y reemplazarlo por una solución descentralizada.

⁶ <https://es.wikipedia.org/wiki/Inflaci%C3%B3n>



En junio de 2026 la variación anual del IPC fue 6,14%, es decir, 1,32 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 4,82%.

El comportamiento mensual del IPC total en junio de 2026 (0,39%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Alimentos y bebidas no alcohólicas. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,67%) y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,52%).

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

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

IPC	junio					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,10	0,39	3,74	4,77	4,82	6,14

Fuente: DANE, IPC

Variación y contribución anual por divisiones de gasto. En lo corrido del año, (enero - junio), cinco divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (4,77%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (6,55%), Restaurantes y hoteles (6,43%), Educación (5,90%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (5,59%) y por último, Salud (4,91%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Transporte (4,50%), Bienes y servicios diversos (3,97%), Bebidas alcohólicas y tabaco (3,91%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (3,66%), Información y comunicación (3,22%), Recreación y cultura (2,93%) y por último, Prendas de vestir y calzado (2,39%).

**Cuadro 3. IPC Variación y contribución año corrido
Según divisiones de gasto
Junio 2025 - 2026**

Divisiones de Gasto	Peso (%)	2025		2026	
		Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	10,05	4,80	0,50	6,55	1,23
Restaurantes y hoteles	9,43	4,90	0,50	6,43	0,73
Educación	4,41	5,69	0,23	5,90	0,24
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,70	0,11	5,59	0,22
Salud	1,71	3,77	0,06	4,91	0,08
TOTAL	100,00	3,74	3,74	4,77	4,77
Transporte	12,93	4,38	0,59	4,50	0,60
Bienes y servicios diversos	9,36	2,85	0,10	3,97	0,21
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	3,27	0,06	3,91	0,07
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	3,58	1,06	3,66	1,14
Información y comunicación	4,33	-0,64	-0,02	3,22	0,06
Recreación y cultura	3,79	0,87	0,03	2,93	0,09
Prendas de vestir y calzado	3,98	1,03	0,05	2,39	0,07

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.

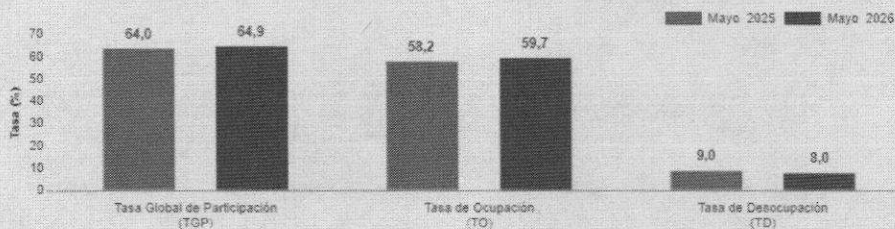


Mercado Laboral

En mayo de 2026, la tasa de desocupación en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 8,5%, mientras que en el mismo mes de 2025 fue 9,0%. La tasa global de participación se ubicó en 66,3%, en tanto que en mayo de 2025 fue 66,6%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 60,6%, siendo similar a la registrada en el mismo mes del año anterior.

Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)

Total nacional
Mayo (2025-2026)



Fuente: DANE, GEIH

Población ocupada según rama de actividad, mes mayo 2026

En mayo de 2026, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 24.583 mil personas. Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana (1,7 puntos porcentuales); Industrias manufactureras (0,9 puntos porcentuales) y Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos (0,6 puntos porcentuales).

Tabla 1. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad

Total nacional
Mayo (2025 - 2026)

Rama de actividad	Total nacional		Distribución % 2026	Variación absoluta	Contribución en p.p.
	Mayo 2025	Mayo 2026			
Población ocupada	23.627	24.583	100	956	
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.873	3.270	13,3	405	1,7
Industrias manufactureras	2.179	2.597	10,6	218	0,9
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.874	2.017	8,2	143	0,6
Alojamiento y servicios de comida	1.762	1.877	7,6	115	0,5
Comercio y reparación de vehículos	4.118	4.192	17,1	74	0,3
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos*	912	585	2,4	-73	-0,3
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	1.997	2.048	8,3	52	0,2
Construcción	1.551	1.588	6,5	37	0,2
Actividades financieras y de seguros	835	419	1,7	-15	-0,1
Actividades inmobiliarias	337	311	1,3	-26	-0,1
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.501	3.464	14,1	-37	-0,2
Información y comunicaciones	431	392	1,6	-39	-0,2
Transporte y almacenamiento	1.860	1.816	7,4	-44	-0,2

Fuente: DANE, GEIH



Productos Incluidos en el Sector:

El renglón económico de Servicios de publicidad, difusión y espacios de comunicación incluye:

- La prestación de servicios de comercialización y difusión de contenidos publicitarios, informativos y comunicacionales, tales como:
- Venta de espacios publicitarios en radiodifusión sonora (emisoras AM, FM y comunitarias).
- Difusión de mensajes institucionales, campañas de interés público, cuñas radiales y avisos promocionales.
- Servicios de transmisión, programación y emisión de contenidos publicitarios en franjas horarias definidas.
- Producción, adaptación y distribución de piezas publicitarias para medios de comunicación sonora y otros canales complementarios de difusión.

Cadena de producción y Distribución en Colombia:

El sector de la publicidad, en particular el asociado a la radiodifusión sonora, opera bajo un esquema de acceso abierto al mercado; sin embargo, en la práctica presenta distintos niveles de concentración, especialmente en las etapas de difusión y comercialización de espacios publicitarios. Un número limitado de grupos empresariales y operadores de medios concentra una parte relevante de la audiencia y de la oferta de espacios, lo que les otorga una posición estratégica dentro del mercado publicitario, tanto a nivel nacional como regional.

La cadena de producción de este sector se inicia con la generación y diseño del mensaje publicitario, etapa en la que intervienen entidades públicas, anunciantes privados, agencias de publicidad o equipos internos de comunicación. En esta fase se definen los objetivos de la campaña, el público objetivo, el contenido del mensaje y los formatos a utilizar, de acuerdo con las características del medio de radiodifusión y las normas vigentes sobre contenidos.

Posteriormente, se desarrolla la fase de intermediación y comercialización, en la cual los operadores de medios o las agencias comercializadoras ofertan los espacios de difusión disponibles. Estos espacios se estructuran en función de variables como franjas horarias, cobertura geográfica, alcance de audiencia y duración de los mensajes. En algunos casos, los propios medios gestionan directamente la venta de su pauta; en otros, esta labor es asumida por terceros especializados, bajo diferentes esquemas contractuales.

La siguiente etapa corresponde a la difusión o emisión del contenido, que constituye el núcleo operativo del sector. Aquí, las emisoras y operadores de radiodifusión transmiten los mensajes publicitarios conforme a las condiciones pactadas, garantizando el cumplimiento

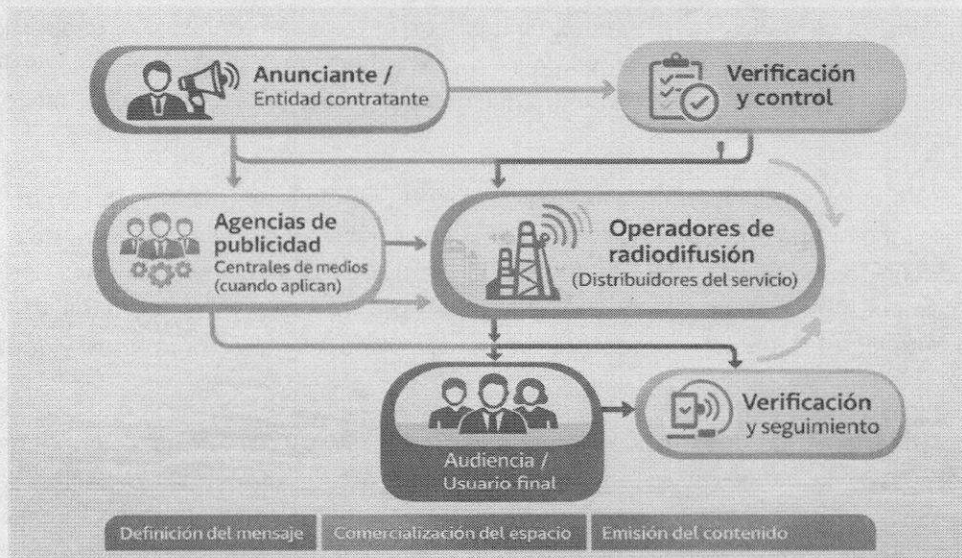


de horarios, frecuencias y tiempos contratados. Esta fase exige capacidades técnicas, infraestructura adecuada y controles operativos que aseguren la continuidad del servicio y la calidad de la transmisión.

Finalmente, la cadena se completa con los procesos de verificación, seguimiento y control, que incluyen la certificación de emisiones, reportes de pauta ejecutada y mediciones de alcance o audiencia. En el caso de la publicidad institucional y la contratación pública, estos procesos adquieren especial relevancia, ya que permiten verificar el cumplimiento contractual, la correcta ejecución de los recursos públicos y la transparencia en la asignación de los espacios.

De manera transversal a toda la cadena, intervienen las funciones de regulación, supervisión y control, ejercidas por las autoridades competentes, orientadas a garantizar el respeto por las normas de competencia, los derechos de las audiencias, la legalidad de los contenidos y el adecuado funcionamiento del mercado. En conjunto, esta cadena articula actividades creativas, comerciales, técnicas y administrativas que permiten que la publicidad en radiodifusión cumpla su función económica, informativa y social dentro del país.

Cadena de Distribución: En el siguiente grafico se detallan los principales parámetros de la cadena de distribución de la publicidad en Colombia.



Fuente: <https://www.crcm.gov.co/es>

Gremios y asociaciones que participan en el sector.

Para el sector de la publicidad, con énfasis en espacios de radiodifusión, algunos de los principales gremios y asociaciones en Colombia son:



- **ANDI – Cámara de Medios y Comunicaciones:** Agrupa empresas relacionadas con medios de comunicación, publicidad y servicios asociados, y participa en la formulación de políticas sectoriales.
- **ANDA:** Asociación Nacional de Anunciantes. Representa a las empresas anunciantes y promueve buenas prácticas en la inversión publicitaria y el uso de medios.
- **AMIC:** Asociación de Medios de Información y Comunicación. Reúne a distintos medios, incluidos los radiales, y defiende los intereses del sector comunicacional.
- **ASOMEDIOS:** Asociación Nacional de Medios de Comunicación. Representa a empresas de medios en temas regulatorios, comerciales y de sostenibilidad del sector.
- **CRC (Comisión de Regulación de Comunicaciones):** Aunque es una entidad reguladora y no un gremio, cumple un rol central en la organización y funcionamiento del mercado de radiodifusión y publicidad en medios.
- **FLIP:** Fundación para la Libertad de Prensa. Si bien no es un gremio empresarial, tiene incidencia relevante en el ecosistema de medios y radiodifusión, especialmente en aspectos de autorregulación y libertad de contenidos.

Estos actores participan activamente en la representación, regulación, autorregulación y fortalecimiento del sector publicitario y de radiodifusión, influyendo tanto en las condiciones de operación del mercado como en la definición de estándares éticos, técnicos y comerciales.

3. ASPECTOS TÉCNICOS

3.1 Clasificación de bienes y servicios (códigos UNSPSC)

El objeto del presente Proceso de Contratación está codificado en el Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC), como se indica en la siguiente Tabla

GRUPO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO
[F] - Servicios	82100000 - Publicidad	82101600 - Publicidad difundida	82101603 - Publicidad en Internet
[F] - Servicios	82110000 - Escritura y traducciones	82111900 - Servicios de noticias y publicidad	-
[F] - Servicios	82100000 - Publicidad	82101800 - Servicios de agencia de publicidad	82101802 - Servicios de producción publicitaria

4. ASPECTOS REGULATORIOS



Ley 80 de 1993 – Estatuto General de Contratación de la Administración Pública: Establece los principios y reglas generales que regulan la contratación estatal, aplicables a la contratación de servicios de publicidad y divulgación institucional.

Ley 1150 de 2007: Modifica y complementa la Ley 80 de 1993, definiendo las modalidades de selección del contratista, los criterios de evaluación y los requisitos habilitantes para la contratación de servicios.

-Decreto 1082 de 2015 – Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional: Reglamenta la contratación estatal, exige la elaboración de estudios previos, análisis del sector, definición del objeto contractual, estimación de riesgos y condiciones de ejecución del contrato de servicios de publicidad.

Ley 1341 de 2009, modificada por la **Ley 1978 de 2019:** Define el marco general del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), incluyendo la radiodifusión sonora, y establece las competencias del Estado en materia de regulación, vigilancia y control.

Resoluciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC): Regulan las condiciones de operación de los prestadores del servicio de radiodifusión, incluyendo aspectos de habilitación, obligaciones de información y cumplimiento técnico.

Normativa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC): Regula el otorgamiento y vigencia de concesiones, licencias y permisos para la operación legal de emisoras de radio, requisito indispensable para que los proveedores puedan contratar con entidades estatales.

Ley 1712 de 2014 – Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública: Obliga a publicar el proceso contractual en el SECOP y garantizar la trazabilidad de todas las actuaciones.

Ley 1474 de 2011 - Estatuto Anticorrupción : Establece medidas para prevenir irregularidades, conflictos de interés y prácticas anticompetitivas en la contratación de servicios de publicidad.

Ley 1480 de 2011 - Estatuto del Consumidor, en lo relacionado con información veraz, clara y verificable: Normas sobre comunicación pública y publicidad oficial, orientadas a garantizar mensajes institucionales transparentes, no engañosos y acordes con los fines del Estado.

5. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO

El municipio de Aguazul Casanare, siguiendo las recomendaciones de Colombia Compra Eficiente ha identificado los procesos que tanto la entidad como otras entidades estatales



han adelantado, con el fin de analizar aspectos como: modalidad de selección, Objeto, Cantidades, Oferentes, Garantías, entre otros.

La consulta fue realizada en www.contratos.gov.co encontrando lo siguiente:

5.1 Cómo ha adquirido la entidad en el pasado este Objeto

La entidad siguiendo las recomendaciones de Colombia Compra Eficiente he identificado los procesos que tanto la entidad como otras entidades estatales han adelantado, con el fin de analizar aspectos como: modalidad de selección, Objeto, Cantidades, Oferentes, Garantías, entre otros. La consulta fue realizada en www.contratos.gov.co encontrando lo siguiente:

VIGENCIA	2025
ENTIDAD	ALCALDIA DE AGUAZUL
NÚMERO DE PROCESO	MA-MC-SG-009-2025
CONTRATISTA	SOITNCOL SAS
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
OBJETO	DISEÑAR Y EJECUTAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN MEDIANTE MEDIOS RADIALES Y DIGITALES, DIRIGIDAS A LOS HABITANTES DE AGUAZUL, CON EL PROPÓSITO DE INFORMARLES SOBRE LAS ACCIONES EMPRENDIDAS POR LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL
VALOR:	39.858.000 COP
PLAZO:	75 (DÍAS)

VIGENCIA	2024
ENTIDAD	ALCALDIA DE AGUAZUL
NÚMERO DE PROCESO	MA-MC-SG-053-2024
CONTRATISTA	ASOCIACION DE NATURALEZA PARA LA PAZ ONG
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
OBJETO	PRESTACION DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DIGITAL A TRAVÉS DE PIEZAS COMUNICATIVAS ORIENTADAS A PROMOCIONAR LOS RESULTADOS DE GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE AGUAZUL DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE 2024.
VALOR:	28.000.000 COP
PLAZO:	2 (MESES)

5.2 Cómo han adquirido otras entidades en el pasado este Objeto



La entidad siguiendo las recomendaciones de Colombia Compra Eficiente he identificado los procesos de otras entidades estatales, con el fin de analizar aspectos como: modalidad de selección, Objeto, Cantidades, Oferentes, Garantías, entre otros. La consulta fue realizada en www.contratos.gov.co encontrando lo siguiente

VIGENCIA	2026
ENTIDAD	CESAR - ALCALDÍA MUNICIPIO DE PAILITAS
NÚMERO DE PROCESO	MC-002-2026
CONTRATISTA	JESUS ANTONIO ACEVEDO JIMENEZ
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
OBJETO	PRESTACIÓN DE SERVICIO ARRIENDO DE UN ESPACIO RADIAL EN UNA EMISORA PARA LA DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE INTERÉS GENERAL QUE GENERE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL PARA LA COMUNIDAD DEL MUNICIPIO DE PAILITAS – CESAR.
VALOR:	\$27,500,000.00 PESO COLOMBIANO
PLAZO	335 DÍAS

VIGENCIA	2025
ENTIDAD	MUNICIPIO DE TIMANA
NÚMERO DE PROCESO	MC-SGG-041-2025
CONTRATISTA	ASOCIACION DE APICULTORES DEL SUR DEL HUILA
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
OBJETO	PRESTAR LOS SERVICIOS DE DIFUSION RADIAL EN APOYO A LA PROMOCION Y EL ACCESO DE LOS PROGRAMAS DE LA PARTICIPACION CIUDADANA DEL MUNICIPIO DE TIMANA HUILA
VALOR:	3.110.000 COP
PLAZO	15 (DÍAS)

VIGENCIA	2025
ENTIDAD	MUNICIPIO DE BUCARAMANGA
NÚMERO DE PROCESO	SH-MC-003-2025
CONTRATISTA	CORPORACION JOAN MIRO
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
OBJETO	EJECUTAR ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN RADIAL ORIENTADAS A APOYAR LOS PROCESOS DE PROMOCIÓN, SOCIALIZACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN CIUDADANA SOBRE EL USO ADECUADO, SEGURO Y EFICIENTE DEL SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO DE BUCARAMANGA - SITM
VALOR:	10.000.000 COP



PLAZO	15 (DÍAS)
-------	-----------

VIGENCIA	2025
ENTIDAD	ALCALDIA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO
NÚMERO DE PROCESO	SMC-231-2025
CONTRATISTA	CADENA SUPER SAS
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
OBJETO	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA DIFUSION RADIAL EN FRECUENCIA MODULADA (FM) DE CAPSULAS INFORMATIVAS SOBRE LA GESTIÓN, PROGRAMAS, PROYECTOS, EVENTOS Y NOTICIAS RELEVANTES DE LA ADMNISTRACIÓN MUNICIPAL DE VILLAVICENCIO
VALOR:	33.000.000 COP
PLAZO	20 (DÍAS)

VIGENCIA	2025
ENTIDAD	DEPARTAMENTO DEL META
NÚMERO DE PROCESO	GCSJ-MC-112-2025
CONTRATISTA	CADENA SUPER SAS
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
OBJETO	DIFUNDIR LAS ACCIONES Y RESULTADOS ALCANZADOS POR EL GOBIERNO DEPARTAMENTAL, ASÍ COMO IMPULSAR LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES, PROGRAMAS Y PROYECTOS QUE HAN MEJORADO LA CALIDAD DE VIDA DE LOS HABITANTES DEL META A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN RADIAL.
VALOR:	12.000.000 COP
PLAZO	2 (MESES)

VIGENCIA	2025
ENTIDAD	ALCALDIA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO
NÚMERO DE PROCESO	SMC-116-2025
CONTRATISTA	ORGANIZACION RADIAL OLIMPICA
MODALIDAD	MÍNIMA CUANTÍA
OBJETO	PRESTACION DE SERVICIOS PARA LA DIFUSION RADIAL EN FRECUENCIA MODULADA (FM) DE CAPSULAS INFORMATIVAS SOBRE LA GESTION, PROGRAMAS, PROYECTOS, EVENTOS Y NOTICIAS RELEVANTES DE LA ADMNISTRACION MUNICIPAL DE VILLAVICENCIO
VALOR:	25.000.000 COP
PLAZO	115 (DÍAS)



6 ESTUDIO DE LA OFERTA

El estudio de la oferta tiene como objetivo identificar las opciones de suministro para las categorías de compras definidas, y los posibles proveedores que pueden suministrar los bienes, obras o servicios que requiere la entidad para satisfacer su necesidad.

6.1 Enfoque consulta bases de datos abiertos y/o otras entidades gubernamentales

El Municipio ha estimado como mecanismo para identificar los posibles proveedores, la consulta a las bases de datos de información financiera base individual NIIF Para Pymes de que dispone la Superintendencia de Sociedades a través del Sistema de Información y Reporte Empresarial – SIREM, con corte diciembre 31 de 2024.

Hemos analizado con detenimiento las actividades reportadas concluyendo que las más acertadas para este análisis son las clasificadas mediante **la actividad CIUU revisión 4 en los códigos: M7310 Publicidad y J6010 Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora**. Para clasificar a las empresas del sector que pueden estar interesados en el proceso de contratación

A continuación, se detalla la muestra seleccionada con su respectivo análisis:

Código M7310 Publicidad:

NIT	Razón social de la sociedad	Tipo societario	Ciudad de la dirección del domicilio
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
800045878	SERVIMEDIOS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
800086186	LOGROS PUBLICITARIOS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA
800099468	TEXPOIDEAS S.A.S	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
800144934	VISION Y MARKETING SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	CALI-VALLE
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
800167898	JH HOYOS Y ASOCIADOS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
802013501	INMOV S.A.S	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.



802014640	DAVILA P&M SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BARRANQUILLA -ATLANTICO
802021183	SIGNO 21 SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BARRANQUILLA -ATLANTICO
805000085	METROVIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	CALI-VALLE
805023055	SOCIEDAD INNOVACIONES GRAFICAS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	CALI-VALLE
805030145	STP NETWORKRS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	CALI-VALLE
810002605	ARIADNA S.A.S	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
811025635	FEELING COMPANY SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA
811045004	MORALES COM S.A.S. EN PROCESO DE REORGANIZACION DE EMERGENCIA	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA
830004707	MBA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830005640	KOALA ANDINA LTDA	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
830013805	SILVA PUBLICIDAD S.A.S	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830026954	STRAZA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830028713	PEOPLE MARKETING SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830047108	ZELVA ECOSISTEMA CREATIVO SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830054838	ESPACIOY MERCADEO SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830057131	EDICIONES MEDICAS LATINOAMERICANAS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830059566	OPTIMA TM SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830067529	DISEÑO MDC SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830075011	CENTURY MEDIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.



830076788	E MARKETTOOLS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830093596	Intera Marketing Ltda	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
830098598	CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830108799	CONSTRUCTORA DE MARCAS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830109396	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA S.A.S.	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830114289	AD ORANGE S.A.S	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830114417	BEE GROUP SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830118816	SM DIGITAL	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA
830122431	MARKETING SERVICES DE COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830125837	MASS DIGITAL S.A.S.	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830127077	IDEANDINA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830134474	EVOLUTION PLASTIC SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830135377	MERCADEO EFECTIVO S.A.S.	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830503745	ON BRAND EXPERIENCE SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830511773	BRM SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
860039334	SOCIEDAD DIGUELI LTDA EN ACUERDO DE REESTRUCTURACION	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
860052606	MEDIOS PUBLICITARIOS PUBLIMEDIOS LTDA	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
860076863	IDEAMOS PUBLICIDAD LTD	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
891902435	PUBLIK TECNOLOGIAS INFORMACION COMUNICACIONES Y MEDIO AMBIENTE SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	PEREIRA-RISARALDA
900007881	MARKETING TOOLS AGENCY SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.



900010096	MARKETING VALLAS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	VILLAVICENCIO-META
900011228	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900047559	LAMUVI FILMS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900052405	OPEN MIND LTDA	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
900080081	MARCAS VITALES BMV SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900084944	VC MEDIOS COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900092620	AUREA DISEÑO ARQUITECTURA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900110842	SQADRA TEAM S A S	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900111204	BOMBAI SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900122694	AYZ PUBLICIDAD SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900135415	CREAR PUBLICIDAD EXTERIOR SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	CALI-VALLE
900147111	GRUPO NACIONAL DE MEDIOS S.A.	01. SOCIEDAD ANÓNIMA	BOGOTA D.C.
900147578	ESPACIOS ALTERNOS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900162979	PCN PUBLICIDAD LTDA	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
900202565	MARCA REGISTRADA MR SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	CALI-VALLE
900204473	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900209047	BRANDEX GLOBAL SAS BIC	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	ITAGUI-ANTIOQUIA
900212132	BRAIN HUB SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900214217	GOOGLE COLOMBIA LIMITADA	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
900218414	XP COLOMBIA SAS EN REORGANIZACIÓN	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.



900224569	BIOMARIN COLOMBIA LTDA	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
900253395	EDELMAN COLOMBIA S.A.S.	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900260136	ANTHROPOLOGIC SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900273623	HIFERA S. EN C.	04. SOCIEDAD EN COMANDITA	BOGOTA D.C.
900282001	GO SPORTS MEDIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900297403	METALVISUAL SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA EN REORGANIZACION ABREVIADA	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900324019	ASYLUM MARKETING SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	CALI-VALLE
900360619	INTERNATIONAL AIRMEDIA GROUP LTDA	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
900363376	LUMEN GRAPHICS S A S	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	SOLEDAD-ATLANTICO
900365358	DOBLEFECTO SAS	01. SOCIEDAD ANÓNIMA	BOGOTA D.C.
900366218	CROMATICAPEX SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA
900373599	JAIME URIBE Y ASOCIADOS S.A.S.	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA
900374048	ZORB PUBLICIDAD SAS EN REORGANIZACION	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900378858	Inversiones Gabo SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900389753	PYP MEDIOS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900394210	Hercas Publicidad Exterior S.A.S	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA
900397996	PUBLICITYV SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900410870	VALLAS Y PUBLICIDAD JAC SAS EN REORGANIZACION	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900423752	PRENSA & ENTRETENIMIENTO AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	CALI-VALLE
900425718	TARGET MEDIOS COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA



900443180	GRUPO EMPRESARIAL ZAPATA MARTINEZ SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BARRANQUILLA -ATLANTICO
900454459	FANTASTICA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900483066	INTERACTIVE MEDIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900511703	SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	ENVIGADO-ANTIOQUIA
900515542	CONTENIDOS EL REY SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900522641	NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA
900524265	AIRFACTORY COLOMBIA LTDA	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
900548289	DIGIMARKETING SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900559491	MARKETEAM OPTIONS COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	SOACHA-CUNDINAMARCA
900559638	INTERNET MEDIA SERVICES COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900619786	LOS GOODFELLAS BIC SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900621477	PLANEAR COMUNICACIONES SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900626892	DENTSU COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900635943	FINDASENSE COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900639612	RED MAS COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900688372	HEADWAY DIGITAL COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900700061	IPROSPECT COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900706422	BUENTIPO COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900713342	TAPTAP ADVERTISING SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.



900731768	MARKET DYNAMO SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900797268	LATIR EXPERIENCES SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900808626	COMARCA MARKETING ADVERTISING S A S EN REORGANIZACION	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900812787	TWENTY AGENCIA CREATIVA SAS EN REORGANIZACION	07. EMPRESA UNIPERSONAL	BOGOTA D.C.
900844025	ARETE LATIN AMERICA S.A.S	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA
900899233	BEST PEOPLE SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900908443	BURSON COHN & WOLFE COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900972188	GRUPO ADE SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
900983664	IWALL COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
901007920	Pangea MTD SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
901033787	OWAK SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	CALI-VALLE
901135214	NBCUNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL COLOMBIA SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
901264146	THE JUJU SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
901264539	INTELLIGENT CUSTOMER ACQUISITION SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
901362102	FALCON PUBLICIDAD SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.

Código J6010 Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora:

NIT	Razón social de la sociedad	Tipo societario	Ciudad de la dirección del domicilio
800017779	TEVESAN S.A.S.	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.



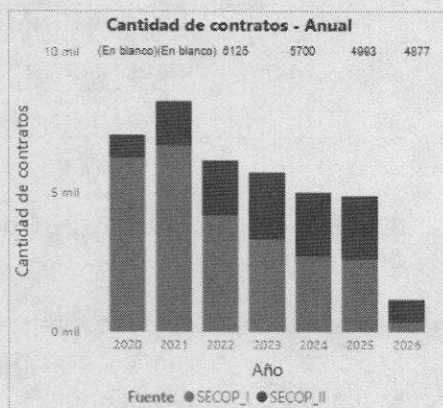
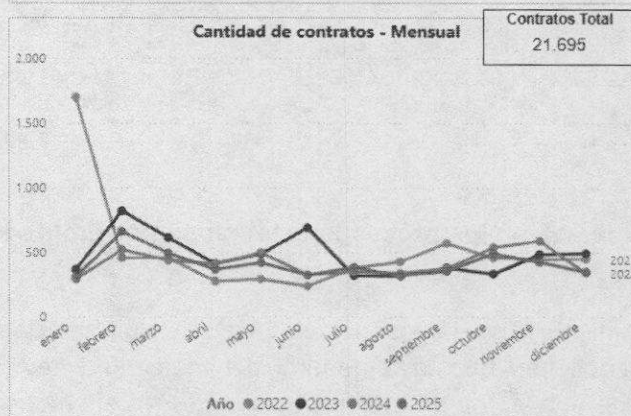
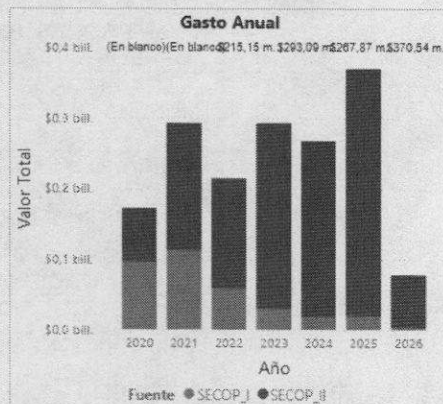
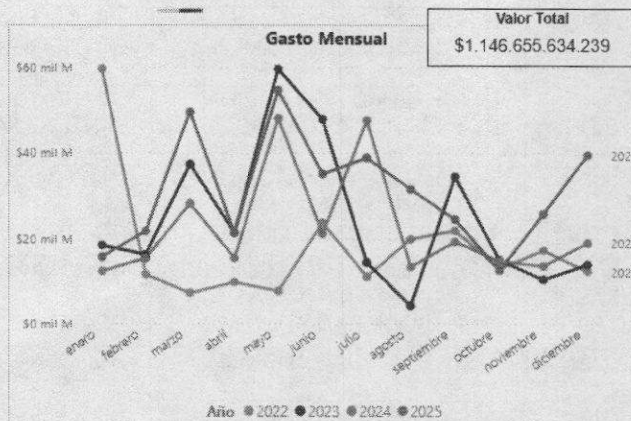
811025863	RADIO MUNERA 790 SAS EN PROCESO DE REORGANIZACION	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA
811026622	COMERCIALIZADORA MUNERA EASTMAN RADIO SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA
819002871	CIPRIANO LOPEZ E HIJOS SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	SANTA-MARTA-MAGDALENA
830042619	INVERSIONES INRAI LTDA	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
830079434	CONSULTORIA ORGANIZACIONAL SAS	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	BOGOTA D.C.
830111891	RADIO INTEGRIDAD SA	01. SOCIEDAD ANÓNIMA	BOGOTA D.C.
860354098	PRODUCCIONES WILLVIN S.A.	01. SOCIEDAD ANÓNIMA	BOGOTA D.C.
860505253	AMERICA RADIO LTDA	03. SOCIEDAD LIMITADA	BOGOTA D.C.
890302907	RDP S A S	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	CALI-VALLE
900624147	RADIO MUNERA SAS EN PROCESO DE REORGANIZACION	08. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA

6.2 Enfoque proveedores participantes en los procesos celebrados por Entidades a nivel Nacional

Aplicando el Modelo de Abastecimiento Estratégico, adoptado por Colombia Compra Eficiente, las entidades estatales obtienen una idea general del mercado y revisa el escenario del sector relacionado con el bien, obra o servicio relevantes en el proceso de contratación, lo cual permite hacer un perfilamiento del mercado a nivel general. Con esta perspectiva, el análisis se enfoca en los competidores de dicho mercado y quienes podrían convertirse en proveedores de la entidad estatal.

De acuerdo al objeto del proceso se hace verificación de la clasificación (UNSPSC) de los siguientes códigos a nivel regional en las plataformas SECOP I, SECOP II :

- 82101603 - PUBLICIDAD EN INTERNET
- 82111900 - SERVICIOS DE NOTICIAS Y PUBLICIDAD
- 82101802 - SERVICIOS DE PRODUCCION PUBLICITARIA

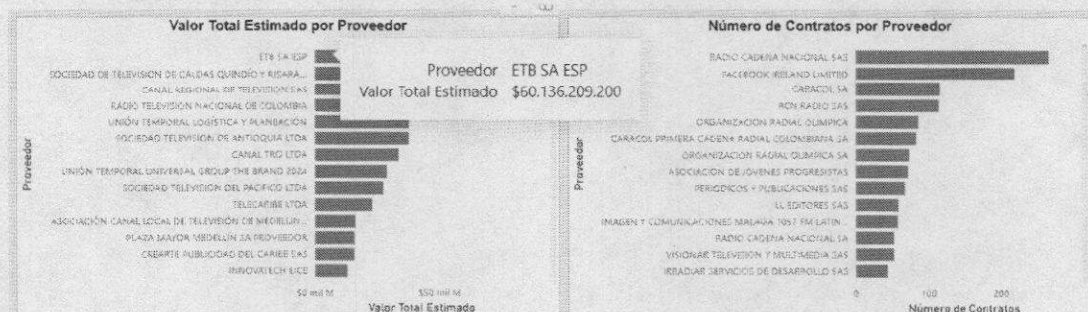


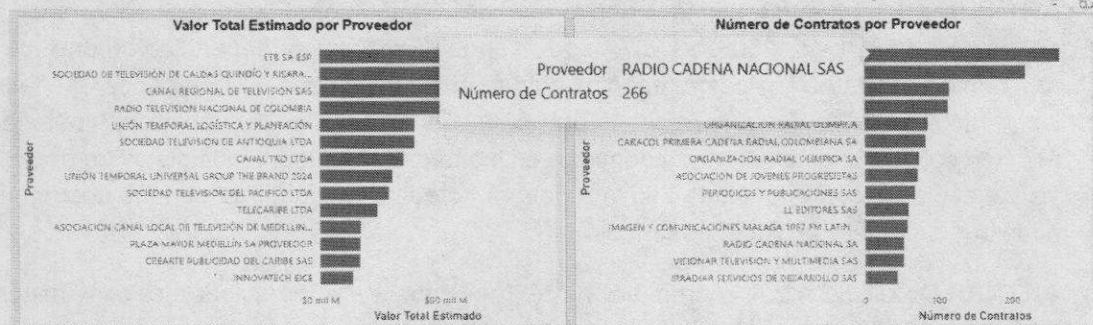
Valor Contratación
\$1,15 bill.

Número de Proveedores
7436

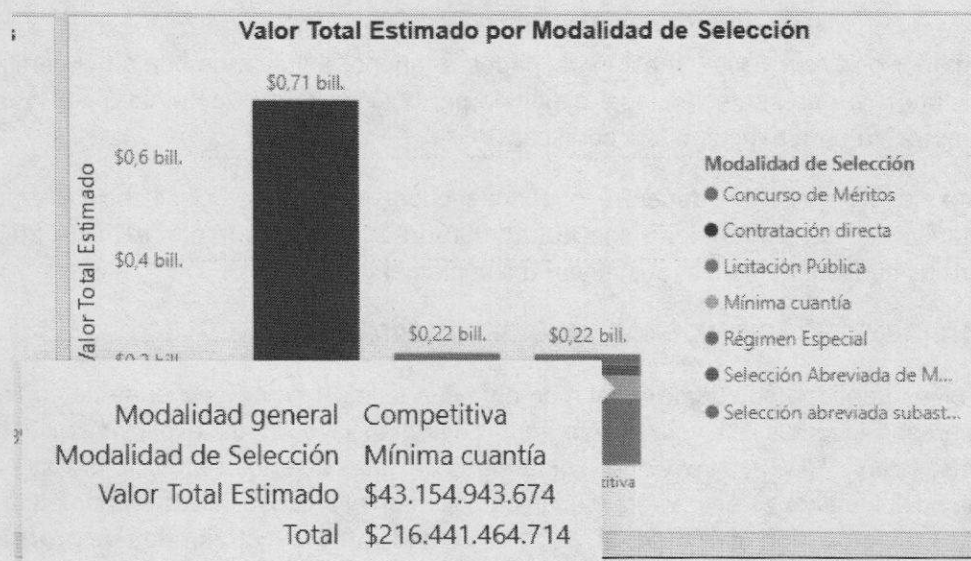
Número de Contratos
21,70 mil

De la anterior imagen se puede observar claramente que durante el periodo comprendido entre el año 2022 al 2025 se ha contratado una suma de \$1.146.655.634.239 a nivel nacional con respecto al sector referenciado, con un número de 21.695 contratos de 7.436 proveedores, con lo cual se determina fácilmente que existen suficientes proveedores en el mercado para el presente proceso.





Se evidencia que la empresa ETB SA ESP es el proveedor que tiene el mayor valor contratado con \$60.136.209.200 y la empresa con mayor número de contratos en el sector fue RADIO CADENA NACIONAL SAS con 266 contratos.



La modalidad que nos ocupa, mínima cuantía, ha generado un valor estimado en contratación de \$43.154.943.674 con respecto a los códigos UNSPSC del proceso, del total de la modalidad.

7. CONVOCATORIAS LIMITADAS A MIPYME. REGLAS. DECRETO 1860 DE 2021

Teniendo en cuenta que este proceso por tratarse de una mínima cuantía es susceptible de ser limitado a mipymes, la entidad efectuó la verificación y análisis a fin de determinar las características de quien oferta el suministro para le ejecución de proyectos de alcances similares en el país,

7.1 MIPYMES TERRITORIALES



ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.3. Limitaciones territoriales. De conformidad con el parágrafo 1 del artículo 12 de la Ley 1150 de 2007, las Entidades Estatales, independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, pueden realizar convocatorias limitadas a Mipyme colombianas que tengan domicilio en los departamentos o municipios en donde se va a ejecutar el contrato. Cada Mipyme deberá acreditar su domicilio con los documentos a los que se refiere el siguiente artículo.

ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.4. Acreditación de requisitos para participar en convocatorias limitadas. La Mipyme colombianas deben acreditar que tiene el tamaño empresarial establecido por la ley de la siguiente manera:

1. Las personas naturales mediante certificación expedida por ellos y un contador público, adjuntando copia del registro mercantil.
2. Las personas jurídicas mediante certificación expedida por el representante legal y el contador o revisor fiscal, si están obligados a tenerlo, adjuntando copia del certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente para expedir dicha certificación.

Para la acreditación deberán observarse los rangos de clasificación empresarial establecidos de conformidad con la Ley 590 de 2000 y el Decreto 1074 de 2015, o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen.

7.1.1 IDENTIFICACION DE MIPYMES DEPARTAMENTALES

Si bien la entidad no cuenta en el momento con la información necesaria de cuales de las empresas inscritas a nivel departamental ostentan la calidad de mipyme se efectuó la consulta en el RUES, a través de la plataforma de datos abiertos se relacionan las empresas que posiblemente estén interesadas en participar en el proceso inscritas en **las actividades CIUU revisión 4 en el código: M7310 Publicidad y J6010 Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora:**

Código M7310 Publicidad:

MATRICULA A	RAZÓN SOCIAL	NIT	MUNICIPIO	TAMAÑO (Según reporte propio de ingresos y actividad)
29565	ESMER GOMEZ ORTIZ	192553291	YOPAL	MICROEMPRESA
46116	FORERO SILVA LEYDY YANETH	10135773809	TRINIDAD	MICROEMPRESA
55973	SOLER ARIAS LINA PAOLA	334808448	YOPAL	MICROEMPRESA
69257	WANBRIDGE SAS	9002350691	TRINIDAD	PEQUEÑA EMPRESA
74828	FORERO CUTA YORFE ALONSO	748662439	TRINIDAD	MICROEMPRESA



77810	DIAZ PINZON CLAUDIA NAIR	10574105388	YOPAL	MICROEMPRESA
100469	BARRERA TOLOSA EDRIAN ALONSO	70630582	MONTERREY	MICROEMPRESA
106665	ROJAS LANCHEROS JEISSON ANDREY	11185585582	YOPAL	MICROEMPRESA
109076	SERVICIOS DIGITALES EN COMUNICACIONES DE CASANARE S.A.S.	9007403598	TRINIDAD	MICROEMPRESA
109100	MARTINEZ SUAREZ ALFREDO	743259743	TAURAMENA	MICROEMPRESA
110380	COMUNICAMOS TV CABLE TAURAMENA	8600620591	TAURAMENA	MICROEMPRESA
115832	PEREZ PENAGOS JOSE OLIVO	96566387	YOPAL	MICROEMPRESA
122746	TECNOLOGIA EN SEGURIDAD ELECTRONICA Y REDES S.A.S.	9001879477	YOPAL	MICROEMPRESA
125304	YENIFER BUSTOS BARAJAS	10724248134	TAURAMENA	MICROEMPRESA
136472	RIVERA VARGAS DUVAN ANDREY	11185709767	YOPAL	MICROEMPRESA
138896	VESGA TELEVISION S.A.S.	8130017681	YOPAL	MICROEMPRESA
141792	TELCOSISRED S.A.S	9012839679	AGUAZUL	MICROEMPRESA
142575	SANFER SOLUCIONES S.A.S	9012981955	YOPAL	MICROEMPRESA
143470	SISTEMAS AVANZADOS PZA S.A.S	9013096457	PAZ DE ARIPORO	MICROEMPRESA
144353	K & L COMUNICACIONES HATO S.A.S	9013241093	HATO COROZAL	MICROEMPRESA
145440	ELITE REDES & COMUNICACIONES SAS	9013393278	YOPAL	MICROEMPRESA
148339	TW LAN COMUNICACIONES COLOMBIA S.A.S	9013802154	TAURAMENA	MICROEMPRESA
150347	INTERLAM TELECOMUNICACIONES S.A.S	9014007303	AGUAZUL	MICROEMPRESA
150390	CONEXA TELECOMUNICACIONES S.A.S	9014007066	YOPAL	MICROEMPRESA
150596	COMUNICAMOS + TELECOMUNICACIONES SAS	8600620591	YOPAL	MEDIANA EMPRESA
150937	AIR FIBER NETWORK S.A.S ZOMAC	9014092532	VILLANUEVA	MICROEMPRESA
153070	JPM TELECOMUNICACIONES SAS	9007358463	YOPAL	MICROEMPRESA
153266	FLASH FIBER COMUNICACIONES S.A.S	9014436284	SABANALARGA	MICROEMPRESA
153297	CENTRAL DE TELECOMUNICACIONES Y SEGURIDAD WIFI	9014437282	VILLANUEVA	MICROEMPRESA



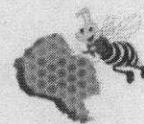
	FIBERSAN CASANARE S.A.S.			
153538	CONECTA ISP & TV TELECOMUNICACIONES S.A.S	9014460257	YOPAL	MICROEMPRESA
155125	CLICK OPTICAL NETWORKS S.A.S	9014637668	YOPAL	MICROEMPRESA
156558	COMUNICACIONES OPTICAL FIBER F&G S.A.S	9014850278	VILLANUEVA	MICROEMPRESA
156916	AUFI S.A.S.	9014858789	PORE	MICROEMPRESA
156932	GLOBALMAX COMUNICACIONES S.A.S	9014893596	MANÍ	MICROEMPRESA
157260	CAPIBARA COMUNICACIONES S.A.S	9014917929	PAZ DE ARIPORO	MICROEMPRESA
157746	PERDOMO BASTO EUNICE	657636547	YOPAL	MICROEMPRESA
157882	VESGA TELEVISION S.A.S. AGENCIA VILLANUEVA	8130017681	VILLANUEVA	MICROEMPRESA
157922	VESGA TELEVISION S.A.S. AGENCIA MONTERREY	8130017681	MONTERREY	MICROEMPRESA
164594	OITI DIGITAL INDUSTRY S.A.S	9015962629	TAURAMENA	MICROEMPRESA
164701	FABJON S.A.S	9015992909	YOPAL	MICROEMPRESA
165004	GMOBILE DIGITAL PHONE S.A.S	9016020328	YOPAL	MICROEMPRESA
171936	CABLE Y TV YOPAL - SUCURSAL SABANALARGA	9000477155	SABANALARGA	MICROEMPRESA
24163	RUEDA MORENO JOSE ALBERTO	914494080	YOPAL	MICROEMPRESA
43323	VESGA TELECOMUNICACIONES S.A.S.	8440049795	YOPAL	PEQUEÑA EMPRESA
51587	CABLE & TV YOPAL S.A.S.	9000477155	YOPAL	PEQUEÑA EMPRESA
70820	ING. SITCOL S.A.S.	9002535674	YOPAL	MICROEMPRESA
72111	CUSPOCA NIÑO GUILLERMO	72158725	YOPAL	MICROEMPRESA
73280	BUSTOS SANCHEZ ANGELA PATRICIA	303519428	TAURAMENA	MICROEMPRESA
83070	CETIC ENERGY S.A.S.	9004065672	TAURAMENA	MICROEMPRESA
96167	PEREZ GONZALEZ CARLOS ANDRES	11185389961	PORE	MICROEMPRESA
97788	MOLINA GONZALEZ MILDRED	463669027	YOPAL	MICROEMPRESA
100828	DM SOLUCIONES TELEMATICAS S.A.S.	9006266176	TAURAMENA	MICROEMPRESA
106358	VALLEJO BETULIA	237403526	YOPAL	MICROEMPRESA
132065	MARQUEZ NARANJO WILSON ANDRES	11218671894	VILLANUEVA	MICROEMPRESA
137498	REDES DE INTERNET MOVILES S.A.S.	9012147280	PAZ DE ARIPORO	MICROEMPRESA



137742	FERNANDEZ QUIROS MARLENY	212483727	PAZ DE ARIPORO	MICROEMPRESA
138674	LLANONET COLOMBIA S.A.S	9012346629	VILLANUEVA	MICROEMPRESA
139540	CARRANZA PEREZ LUZ HERMINDA	473959593	YOPAL	MICROEMPRESA
143256	FIBERCOM TV S.A.S	9013063205	VILLANUEVA	MICROEMPRESA
148964	SAROM SOLUCIONES S.A.S.	9013860449	TAURAMENA	PEQUEÑA EMPRESA
151594	INVERSIONES SAC SERVICES S.A.S ZOMAC	9014198011	VILLANUEVA	MICROEMPRESA
152187	TANIA MILENA MADARRIAGA CALLEJAS	265516473	PORE	MICROEMPRESA
156656	CABLE & TV YOPAL SAS SUCURSAL TAMARA	9000477155	TÁMARA	MICROEMPRESA
158154	CABLE & TV YOPAL SAS SUCURSAL MONTERREY	9000477155	MONTERREY	MICROEMPRESA
160791	JAVIER ALEXI ABRIL GIRON	73665394	PAZ DE ARIPORO	MICROEMPRESA
163885	PARDO CABALLERO LUISA FERNANDA	11218633093	VILLANUEVA	MICROEMPRESA
66827	QUIJANO CLAVIJO NANCY	519860734	MONTERREY	MICROEMPRESA
85910	SJ MOVIL S.A.S	9004366235	VILLANUEVA	MICROEMPRESA
97336	CUBILLOS TORRES NEIDY SOLANGIE	336469931	AGUAZUL	MICROEMPRESA
116559	INSERTECO INGENIERIA S.A.S	9008711001	YOPAL	MEDIANA EMPRESA
160472	SERVICIOS INTEGRALES Y ESPECIALIZADOS BYO S.A.S ZOMAC	9015406691	AGUAZUL	PEQUEÑA EMPRESA
123658	ROA QUIÑONEZ ANA JUDITH	474385961	YOPAL	MICROEMPRESA
137445	SABANALARGA COMUNICACIONES S.A.S.	9012137286	SABANALARGA	MICROEMPRESA

Código J6010 Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora:

MATRICULA	RAZÓN SOCIAL	NIT	MUNICIPIO	TAMAÑO (Según reporte propio de ingresos y actividad)
44754	PRODUCCIONE S VIOLETA LTDA	8440051486	YOPAL	MICROEMPRESA
45929	MENDEZ GARCIA OSCAR MANUEL	794620389	YOPAL	MICROEMPRESA
92839	PRODUCCIONE S BABILLA S.A.S	9005251702	YOPAL	MICROEMPRESA
92965	CONTRERAS RIOBUENO JORGE	748458714	VILLANUEVA	MICROEMPRESA



116143	BAYONA NIÑO DIANA CAROLINA	10575741721	YOPAL	MICROEMPRESA
142187	CARACOL S.A. YOPAL	8600149234	YOPAL	MICROEMPRESA
143547	DIMANSER S.A.S.	9013096195	YOPAL	MICROEMPRESA
30936	NEIRA GARZON LUIS JORGE	113706883	VILLANUEVA	MICROEMPRESA
34372	ROA CARRILLO ERNESTO ALEXANDER	795346546	TAURAMENA	MICROEMPRESA
76531	FONSECA HUGO GERMAN	67567566	SABANALARGA	MICROEMPRESA
168686	DE FRENTE CASANARE SAS	9016720531	YOPAL	MICROEMPRESA
170457	MORALES INOCENCIO NIRIO	748623833	TÁMARA	MICROEMPRESA
16197	ACUNA CALLEJAS AMPARO	403741893	YOPAL	MICROEMPRESA
45298	CRISTANCHO CORDERO MIGUEL ANGEL	72269405	YOPAL	MICROEMPRESA
54599	CEDIEL CARDOZO LEIDY DAYANA	336466951	AGUAZUL	MICROEMPRESA
100357	PRODUCCIONE S LLANO 24-7 S.A.S	9006210790	YOPAL	MICROEMPRESA
146108	SERNA GUTIERREZ BRANDON STIBEN	1118568897	YOPAL	MICROEMPRESA
25628	MARTHA ELENA SANCHEZ LANCHEROS	397521243	YOPAL	MICROEMPRESA
54296	PATIÑO VARGAS GEOVANNY ADOLFO	10575738779	YOPAL	MICROEMPRESA
70702	NAVARRETE SIERRA JOHN ALEXANDER	740818097	YOPAL	MICROEMPRESA
98199	FONSECA MORALES JUAN DE JESUS	748141792	YOPAL	MICROEMPRESA

Teniendo en cuenta la anterior información, se puede concluir que al interior del departamento de Casanare la oferta para procesos similares está compuestos por gran número de empresas que pueden solicitar la respectiva limitación a MiPymes departamentales según se indica en la anterior relación, para **las actividades CIUU**



revisión 4 en el código: M7310 Publicidad y J6010 Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora.

7.1.2 IDENTIFICACION DE MIPYMES MUNICIPALES

Si bien la entidad no cuenta en el momento con la información necesaria de cuales de las empresas inscritas a nivel municipal ostentan la calidad de mipyme se efectuó la consulta en el RUES y el SECOP II, a través de la plataforma de datos abiertos y se relacionan las empresas que posiblemente estén interesadas en participar en el proceso inscritas en las actividades CIUU revisión 4 en el código: M7310 Publicidad y J6010 Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora.

Código M7310 Publicidad:

MATRICULA	RAZÓN SOCIAL	NIT	MUNICIPIO	TAMAÑO (Según reporte propio de ingresos y actividad)
34598	GLOBAL SERVICE INC E.U.	8440037454	AGUAZUL	MICROEMPRESA
47180	URIEL EFREN CARREÑO GALVIS	42394162	AGUAZUL	MICROEMPRESA
66698	SANCHEZ CRISTANCHO DANIEL GONZALO	882339717	AGUAZUL	MICROEMPRESA
120041	RINCON SOTO PEDRO ELIAS	11160411006	AGUAZUL	MICROEMPRESA
150330	PEREZ MORALES JUNIOR STIBENSON	11165522419	AGUAZUL	MICROEMPRESA
162414	ZAPATA MORENO OLIVER	747543619	AGUAZUL	MICROEMPRESA
169523	ROSAS PATIÑO YOLMAR FERNEY	11165448002	AGUAZUL	MICROEMPRESA
169650	TORRES BERDUGO JUAN GABRIEL	11165427510	AGUAZUL	MICROEMPRESA
14536	GOMEZ DURAN LUIS HERNANDO	173458822	AGUAZUL	MICROEMPRESA
89934	OKONOC S.A.S.	9004934138	AGUAZUL	MICROEMPRESA
132098	SANCHEZ MOLANO JUAN CARLOS	743748626	AGUAZUL	MICROEMPRESA
138523	LUIS ALFONSO MORENO LOPEZ	747539788	AGUAZUL	MICROEMPRESA
152850	JIMENEZ NARANJO LIZETH VIVIAN	10575858534	AGUAZUL	MICROEMPRESA
156768	SIERRA RODRIGUEZ JULIAN ANTURIO	747541977	AGUAZUL	MICROEMPRESA
143447	DILESA SRA S.A.S	9013088695	AGUAZUL	MICROEMPRESA
162367	FERNANDEZ VEGA BRAYAN ALEJANDRO	10184889495	AGUAZUL	MICROEMPRESA
171862	GONZALEZ VARGAS MAICOL	10065570803	AGUAZUL	MICROEMPRESA
160517	MONTAÑEZ FUENTES DARWIN JAHIR	10065566481	AGUAZUL	MICROEMPRESA
169233	MORENO ARANGUREN JEFERSSON NICOLAS	11165542948	AGUAZUL	MICROEMPRESA



Código J6010 Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora:

MATRICULA	RAZÓN SOCIAL	NIT	MUNICIPIO	TAMAÑO (Según reporte propio de ingresos y actividad)
54599	CEDIEL CARDOZO LEIDY DAYANA	336466951	AGUAZUL	MICROEMPRESA

Una vez revisada la información de las empresas que tienen establecimientos de comercio abierto al público dentro de la zona urbana del municipio de Aguazul, se pudo establecer que varios cumplen la condición de Mipyme, por lo que es posible que este proceso pueda ser objeto de solicitud de limitación a Mipymes municipales.

8. ESTUDIO DE MERCADO

El presupuesto oficial determinado por la Secretaria de Despacho de la Secretaria General del Municipio de Aguazul, teniendo en cuenta el procedimiento A-ABS-P-29 Elaboración de Análisis del Sector y Estudios de Mercado adoptado mediante Resolución No 159 del 13 de abril del 2026, por la cual se adopta la primera versión del procedimiento "ELABORACION DE ANALISIS DEL SECTOR Y ESTUDIOS DE MERCADO" del proceso de apoyo "ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS", EN EL MARCO DEL SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL DE CALIDAD DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE AGUAZUL – CASANARE así:

Para determinar el valor del Presupuesto Oficial, la secretaria de Despacho de la Secretaría de General, definió el presupuesto oficial del proceso de selección a adelantar, teniendo en cuenta las actividades a contratar, plazo y forma de pago.

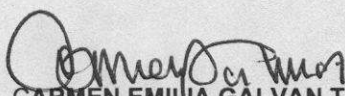
En consecuencia, el día 14 de julio de 2026, se publicó en la página oficial de la Alcaldía de Aguazul <https://www.aguazul-casanare.gov.co/> Solicitud de Cotizaciones No. 039 de Diseño, producción y difusión de contenidos digitales, pedagógicos e informativos la cual permaneció disponible entre el 14 y el 15 de julio de 2026.

La solicitud se estructuró conforme a las especificaciones técnicas de los bienes y servicios a contratar, anexando el respectivo inventario y solicitando la cotización de los ítems requeridos para el desarrollo del proceso. En respuesta a la convocatoria, se recibieron tres (3) cotizaciones, allegadas al correo de la secretaria general <https://www.aguazul-casanare.gov.co/solicitud-de-informacion-a-los-proveedores-cotizaciones/solicitud-de-cotizaciones-no-039-de-diseno-produccion> por las siguientes empresas:

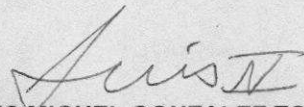


COTIZANTE	NIT
REINARA SAS	901817605-1
G&D COMPANY S.A.S	901972508-8
SOINTCOL SAS	901249092-6

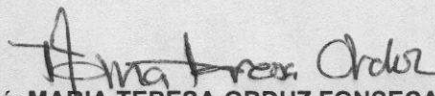
Por lo anterior, el valor del presupuesto oficial, incluye los costos directos e indirectos, que acarrea la ejecución contractual, determinando de esta manera el valor del presupuesto oficial en CUARENTA Y NUEVE MILLONES ONCE MIL CIENTO SESENTA Y DOS PESOS M/CTE (\$49.011.162).



CARMEN EMILIA GALVAN TAMAYO
Secretaria Despacho Secretaria General



Revisó: **LUIS MIGUEL GONZALEZ TORRES**
Profesional Especializado Código 222 Grado 05



Proyectó: **MARIA TERESA ORDUZ FONSECA**
Profesional Contratado SG