INFORMACIÓN GENERAL DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN	
PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN PREVISTO	MÍNIMA CUANTÍA
DOCUMENTO	ESTUDIOS PREVIOS
PROCESO No.	PATIOS-MC-TIC-64-2026
DEPENDENCIA QUE ELABORÓ ESTUDIO	OFICINA DE LAS TIC
OBJETO	SERVICIOS DE AGENCIA DE MARKETING Y PRODUCCIÓN MULTIMEDIA PARA LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA 3RA EDICIÓN DE LA MEDIA MARATÓN LOS PATIOS
PRESUPUESTO OFICIAL	CUARENTA Y NUEVE MILLONES MIL DOSCIENTOS PESOS ($49.001.200,00) M/CTE, INCLUIDO IVA
FECHA EMISIÓN	OCTUBRE 13 DE 2026

De conformidad con el numeral 7 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993, los artículos 2.2.1.1.1.6.1 y 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015 y, para la modalidad de mínima cuantía, el artículo 2.2.1.2.1.5.1 del mismo decreto (adicionado por el Decreto 1860 de 2021 y modificado por el Decreto 142 de 2023), el MUNICIPIO DE LOS PATIOS, a través de la Oficina de las TIC, presenta los siguientes Estudios Previos.

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD Y FORMA DE SATISFACERLA

1.1 NECESIDAD DE LA CONTRATACIÓN

El MUNICIPIO DE LOS PATIOS como ente territorial, de conformidad con lo previsto en el Artículo 311 de la Constitución Política, tiene como fin primordial prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo del territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asigne la Constitución y la Ley.

La Ley del Deporte (181 del 18 de enero de 1995), mediante la cual se garantiza el acceso de los ciudadanos al conocimiento y práctica del deporte, la recreación, y el aprovechamiento del tiempo libre, establece la integración de actividades físicas, deportivas y recreativas. Al hablar del deporte y la recreación como derechos de los ciudadanos, subyace la idea fundamental de un real aporte a una vida más digna y valiosa, es decir, se considera que garantizar este derecho trae consigo una serie de beneficios individuales, comunitarios, ambientales, económicos, sociales, culturales y políticos, que potencian el derecho a una vida digna y corresponden a procesos donde éstos son garantizados, no sólo desde la provisión de bienes y servicios, sino también desde niveles de autonomía y participación desarrollados por las personas y comunidades.

El deporte y la recreación son manifestaciones universales, se inspiran en principios que aplican en cualquier parte del mundo y pueden unir a las personas independientemente de sus diferencias; plasman valores como: el reconocimiento de las reglas, el trabajo en equipo, la responsabilidad y la solidaridad, además de fomentar el desarrollo de la personalidad de los niños, niñas, jóvenes y adultos, así como el desarrollo social, económico y cultural de los grupos, brindando de una forma lúdica y deportiva la posibilidad de adquirir competencias sociales básicas, como: capacidad de organización, gestión estructurada del tiempo libre, manejo constructivo de emociones fuertes como la victoria y la derrota, para desarrollar la tolerancia a la frustración y ayudar a integrar los grupos excluidos y/o marginados al seno de la sociedad.

Realizar actividad física de forma regular trae beneficios físicos y psicológicos, reduce el estrés, los trastornos del sueño, depresión, ansiedad y otras alteraciones, así mismo mejora la movilidad articular y muscular, favorece la salud cardiovascular, contribuye a mantener un peso adecuado y reduce el riesgo de enfermedades como hipertensión, diabetes, colesterol y osteoporosis. La actividad física permite incrementar la resistencia corporal a todos los niveles.

El fomento, desarrollo y práctica del deporte y la recreación son parte integrante del servicio público educativo y constituyen gasto público social (Ley 181 de 1995 y artículo 52 de la Constitución Política). El deporte y la recreación, reconocidos en el artículo 52 de la Constitución Política, son considerados una condición esencial para dignificar la vida de las personas, contribuir al mejoramiento de la calidad de vida y son catalogados como indicadores de desarrollo social y humano, por lo anterior se hace necesario realizar inversión en este sector, buscando dar amplia cobertura y accesibilidad de los ciudadanos al deporte, masificando el aprovechamiento del tiempo libre e impactando de forma positiva en la participación de actividades deportivas.

Una carrera atlética es una competición de velocidad, en la que los competidores tienen que completar un determinado trayecto empleando para ello el menor tiempo posible, o bien recorrer el mayor trayecto posible en cierto tiempo fijo.

El running, footing, correr o jogging, son algunos de los términos más usados en la actualidad para referirse a la carrera continua, el acto por el que alternativamente los pies tocan el suelo a una velocidad mayor que al andar. Esta disciplina, en principio, la puede practicar cualquier persona y se suele realizar al aire libre. En los últimos años ha aumentado considerablemente el número de personas que se ha sumado al running por los beneficios físicos y mentales que aporta al organismo.

Una carrera puede ser disputada de principio a fin en el trayecto elegido, o en diferentes segmentos llamados etapas o sectores, que se recorre varias veces en el mismo recorrido al ser más corto que el trayecto total de la competición.

La Alcaldía del Municipio de los Patios desde la Oficina de las TIC desarrolla e impulsa procesos de marketing y promoción de los eventos que contribuyen a promover, estimular, conservar y difundir las diferentes expresiones, manifestaciones, patrimonio y bienes de interés deportivo y cultural que garanticen la interacción de todos los actores, organizaciones y participación comunitaria.

Teniendo como reto fortalecer y mejorar la actividad deportiva en el municipio para, de esta forma incentivar a la población a participar en las escuelas de formación deportiva y a realizar actividades físicas de forma consecutiva, para mejorar su salud y hacer buen uso del tiempo libre, se quiere garantizar la implementación de estrategias y acciones de marketing para garantizar el pleno conocimiento y animación para que la población pueda tener acceso y disfrute pleno de los proyectos deportivos que ofrece el municipio, potencializando y dinamizando sus alcances especialmente para fomentar integración y sentido de pertenencia entre los Patienses. En el Plan de Desarrollo Municipal “Construyendo Ciudad Segura y Solidaria” (2024-2027), a través del proyecto de inversión No. 2447 (BPIN 2024544050010), se encuentra prevista para la vigencia 2026 la actividad de suministrar servicios de marketing digital y producción multimedia para la promoción y divulgación de la tercera edición de la Media Maratón Los Patios, dirigida a toda la comunidad.

Estando en la era digital es necesario que la entidad genere estrategias y técnicas para obtener mayor presencia en la ciudadanía y atraer a la audiencia municipal, departamental y nacional. Para dar cumplimiento a todas estas actividades propuestas se requiere de una estrategia para aumentar la difusión en diferentes medios (tradicionales y tecnológicos) del evento, por lo cual se requiere también de una realización de producción multimedia, diseño e implementación de estrategias vía web, radiales entre otras, en las cuales la comunidad en general podrá tener acceso a la información de los eventos, actividades, convocatorias, inscripciones, videos y demás material relacionados con la Media Maratón Los Patios versión 2026. La idea es generar información, con la cual la comunidad pueda

tener acceso on line las 24 horas del día, buscando construir una imagen positiva y confiable de la entidad, generando sentido de pertenencia.

La implementación de esta estrategia de comunicación permitirá a la entidad mejorar su imagen institucional fortaleciendo la relación con los ciudadanos y garantizando la transparencia en todos sus eventos programados, a su vez estaremos comunicando de manera efectiva las diversas acciones.

Así las cosas, en desarrollo del derecho fundamental de acceso a la información pública y el principio de divulgación proactiva de la información (Ley 1712 de 2014), se requiere que el ciudadano esté informado permanentemente de la información institucional, asegurando herramientas al ciudadano para el control social y la participación ciudadana.

1.2 FORMA DE SATISFACERLA

De conformidad con la necesidad que apremia a la Entidad en este momento y a que el municipio de Los Patios no cuenta con personal idóneo para llevar a cabo las actividades mencionadas, se justifica realizar un proceso para contratar los SERVICIOS DE AGENCIA DE MARKETING Y PRODUCCIÓN MULTIMEDIA PARA LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA 3RA EDICIÓN DE LA MEDIA MARATÓN LOS PATIOS.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Entidad revisó los costos de los servicios requeridos (estudio de precios anexo) y, dado su valor, adelantará un proceso de mínima cuantía, de conformidad con el numeral 5 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 (adicionado por el artículo 94 de la Ley 1474 de 2011 y modificado por el artículo 30 de la Ley 2069 de 2020) y los artículos 2.2.1.2.1.5.1 y 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015.

La necesidad se encuentra incluida en el Plan Anual de Adquisiciones de la vigencia 2026 (línea 875), publicado en SECOP II, y cuenta con el proyecto de inversión No. 2447 (BPIN 2024544050010) y con el Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 001692 del 24 de septiembre de 2026.

El CONTRATISTA seleccionado se obligará para con el Municipio de Los Patios a prestar los servicios descritos en el numeral 2.2, con las especificaciones técnicas mínimas establecidas en el presente documento y en la Invitación Pública.

2. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO, ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y CONTRATO A CELEBRAR

2.1 OBJETO CONTRACTUAL

SERVICIOS DE AGENCIA DE MARKETING Y PRODUCCIÓN MULTIMEDIA PARA LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA 3RA EDICIÓN DE LA MEDIA MARATÓN LOS PATIOS.

2.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS – ALCANCE DEL OBJETO

El Municipio de Los Patios establece las siguientes especificaciones técnicas mínimas, que deberán ser atendidas por los oferentes y que pueden contrastarse con el estudio de precios anexo:

IT	DESCRIPCION	CANT

1	Servicios de producción multimedia para el desarrollo de todos los vídeos requeridos para toda la promoción (inicio de la promoción hasta el día de la carrera) de la 3ra versión de la Media Maratón Los Patios. Vídeos en formato vertical y horizontal grabados con cámaras profesionales 4k con estabilización, microfonearía profesional, uso de drone FPV, y edición profesional y creativa. Incluye piezas promocionales para los sponsors que se vinculan a la carrera.	70
2	Servicio de diseño gráfico para el desarrollo de todas las piezas gráficas para redes sociales e impresión durante toda la campaña de promoción (inicio de la promoción hasta el día de la carrera: cerca 3 meses)	1
3	Diseño de las nuevas camisetas y medallas de la Media Maratón Los Patios. Diseño entregado en vectores y pruebas de pantones sobre tela listos para producción.	1
4	Renovación de Dominio, Hosting y actualizaciones necesarias para la reactivación del sitio web de la Media Maratón Los Patios. Incluye generación de nuevos formularios, códigos QR dinámicos, vínculos, programación y demás.	1
5	Realización de spot para radio grabado en estudio de grabación profesional para la promoción de la Media Maratón Los Patios.	4
6	Promoción en radio a través de emisora en FM que ocupe los primeros lugares del ECAR 2025. Cuatro impactos diarios durante 20 días aproximándose a la fecha de la carrera.	1
7	Servicios de estudio fotográfico profesional para la realización del set de fotografías promocionales de la carrera, los pacers, los corredores imagen y el modelado de las camisetas.	2
8	Servicio de fotografía de reportería para el cubrimiento fotográfico de la carrera con cámara profesional y lentes zoom profesionales. Disponibilidad de 2 puntos de captura.	1
9	Promoción a través de medios de comunicación digital con más de 150mil seguidores con impacto periodístico en el área metropolitana durante toda la promoción de la carrera.	2
10	Gestión y administración de contenidos y anuncios publicitarios a través de la plataforma META para integrar anuncios y publicaciones en las redes sociales Facebook e Instagram durante el desarrollo de la campaña hasta la fecha de la carrera.	1

2.3 IDENTIFICACIÓN DEL OBJETO CON EL CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS

El objeto del contrato resultante de la presente Invitación Pública se identifica en el Clasificador de Bienes y Servicios (UNSPSC) a nivel de clase (tercer nivel), por no ser posible identificar el conjunto de servicios requeridos con un único código de cuarto nivel, así:

SEGMENTOS	FAMILIAS	CLASES	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
82	14	15	82141500	SERVICIOS DE DISEÑO ARTISTICO

	82	13	16	82131600	FOTÓGRAFOS Y CINEMATOGRAFOS
	43	23	21	43232100	SOFTWARE DE EDICIÓN Y CREACIÓN DE CONTENIDOS
	45	12	15	45121500	CÁMARAS
	45	11	17	45111700	EQUIPO DE COMPOSICIÓN Y PRESENTACIÓN DE SONIDO, HARDWARE Y CONTROLADORES
	82	10	16	82101600	PUBLICIDAD DIFUNDIDA
	83	12	17	83121700	SERVICIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

2.4 NATURALEZA JURIDICA DEL CONTRATO

De conformidad con el numeral 3 del artículo 32 de la Ley 80 de 1993, el contrato resultante de la presente Invitación Pública será de PRESTACIÓN DE SERVICIOS y se perfeccionará con la oferta y la comunicación de aceptación de la misma (literal d del numeral 5 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007).

2.5 VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

Para todos los efectos legales y fiscales el valor del contrato resultante de la presente Invitación Pública será hasta la suma de **CUARENTA Y NUEVE MILLONES MIL DOSCIENTOS PESOS ($49.001.200,00) M/CTE, INCLUIDO IVA** y que contiene los pagos por los costos directos e indirectos necesarios para la ejecución del contrato, junto con todos los impuestos, gravámenes y retenciones a que haya lugar, sin embargo, el valor del contrato será el de la oferta de menor precio que cumpla las condiciones de la invitación, sin superar el presupuesto oficial ni los valores unitarios máximos por ítem.

EL MUNICIPIO DE LOS PATIOS pagará al Contratista el valor del presente Contrato con cargo al Certificado de Disponibilidad Presupuestal **No. 001692** del 24 de septiembre de 2026, expedido por el Secretario de Hacienda Municipal.

2.6 PLAZO DE EJECUCION

El plazo de ejecución del presente contrato será de dos (2) meses, contados a partir de la suscripción del acta de inicio entre las partes contratantes, con el visto bueno del supervisor designado, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato.

2.7 FORMA DE PAGO

EL MUNICIPIO DE LOS PATIOS, previa aprobación del SUPERVISOR DEL CONTRATO, cancelará el valor del contrato resultante, de la siguiente manera:

PAGOS PARCIALES: El Municipio pagará los servicios efectivamente prestados y recibidos a satisfacción por el supervisor, conforme a los valores unitarios de la oferta aceptada y a los entregables ejecutados en cada periodo, mediante pagos parciales y un pago final contra la entrega y el recibo a satisfacción de la totalidad de los servicios, previa presentación de los siguientes documentos: (a) factura o documento equivalente, o cuenta de cobro, según corresponda; (b) certificación de cumplimiento expedida por el supervisor designado; (c) certificación o planillas de pago que acrediten el cumplimiento de las

obligaciones del contratista con el Sistema General de Seguridad Social Integral y los aportes parafiscales, cuando a ello haya lugar; (d) acreditación del pago de las estampillas y demás descuentos correspondientes; y (e) fotocopia de la cédula del representante legal.

En todo caso los pagos por este concepto estarán sujetos al PAC establecido por la Secretaría de Hacienda del Municipio de Los Patios.

2.8 LUGAR DE EJECUCION

El contrato resultante del presente Proceso de Selección se ejecutará en el Municipio de Los Patios, Departamento Norte de Santander.

2.9 OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

Para efectos del cumplimiento del contrato, objeto de la Invitación Pública**,** el **CONTRATISTA** se compromete a cumplir, además de las obligaciones inherentes a la naturaleza del contrato y las derivadas de las disposiciones legales vigentes, las siguientes **ACTIVIDADES**:

2.9.1 OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA

1. Cumplir con el objeto del presente contrato.
2. Cumplir con las obligaciones frente al Sistema General de Seguridad Social Integral (salud, pensión y riesgos laborales) y los aportes parafiscales, cuando a ello haya lugar.
3. Obrar con lealtad y buena fe en las distintas etapas contractuales, evitando dilaciones.
4. Desarrollar el contrato con idoneidad, y dentro de los principios y conceptos éticos de pulcritud y oportunidad que la comunidad espera y la ley y las buenas costumbres exigen a todo contratista del Estado, en este caso la Oficina de las TIC.
5. Atender de manera oportuna las recomendaciones del supervisor, quien velará por el cumplimiento de las obligaciones aquí establecidas.
6. Cumplir con el objeto contractual dentro de las especificaciones técnicas y condiciones contractuales pactadas.
7. Acatar las instrucciones que durante el desarrollo del contrato se le impartan por parte de la Oficina de las TIC, que sustenta la necesidad, a través del supervisor.
8. Entregar los informes que le solicite el supervisor del desarrollo de la ejecución del objeto contractual.
9. No acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la Ley con el fin de hacer u omitir algún hecho.
10. El contratista será responsable ante las autoridades de los actos u omisiones en el ejercicio de las actividades que desarrolle en virtud del contrato, cuando con ellos cause perjuicio a la Administración o a terceros.
11. Cumplir con las condiciones jurídicas, técnicas y económicas presentadas en la propuesta.
12. Colaborar con la entidad contratante en lo que sea necesario para que el objeto del contrato se cumpla y que este sea de la mejor calidad.
13. Guardar la debida reserva de los asuntos que conozca con ocasión de la ejecución el objeto contractual, así como de todos aquellos relacionados con el mismo.
14. Será por cuenta del contratista, el pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales, dando estricto cumplimiento a las leyes laborales vigentes en esta materia.
15. El contratante no adquiere ninguna relación civil o laboral con los trabajadores del contratista.
16. Las demás que se deriven de la naturaleza del contrato.

2.9.2 OBLIGACIONES ESPECIFICAS DEL CONTRATISTA

1. Presentar un informe mensual o en un tiempo de periodo establecido conjuntamente con el CONTRATISTA, en el cual se detalle la ejecución integral del objeto del contrato, con el fin de verificar por parte del Supervisor el cumplimiento efectivo del mismo.
2. Atender las recomendaciones e indicaciones que efectúe el Municipio de Los Patios, por medio del funcionario designado para ejercer la vigilancia y control del contrato, su correcta y eficaz ejecución, presentando en todo caso evidencias fotográficas y reporte de actividades.
3. Mantener vigentes los permisos, licencias y seguros a que hubiese lugar para el cumplimiento íntegro del objeto del contrato.
4. Garantizar la ejecución de las pautas publicitarias en los diferentes medios de comunicación programados.
5. Mantener reserva de la información institucional que le sea suministrada.
6. Cumplir con los horarios específicos para la emisión de contenidos sonoros, audiovisuales y digitales de acuerdo a las indicaciones dadas por la entidad.
7. Asumir los gastos y riesgos que implica el desarrollo del contrato.
8. Respetar los derechos de autor y de propiedad intelectual de terceros sobre los contenidos utilizados en las piezas publicitarias, y dar a los datos personales y a la información suministrada por la Alcaldía de Los Patios el tratamiento previsto en la Ley 1581 de 2012 y demás normas aplicables.
9. Cumplir a cabalidad con la propuesta presentada.
10. Al finalizar la ejecución del contrato, o cuando el supervisor lo requiera, EL CONTRATISTA hará entrega formal a la ALCALDÍA de la titularidad, administración y control de los activos y canales digitales creados, renovados o administrados en desarrollo del objeto contractual (incluyendo, entre otros: sitio web, dominio, hosting, cuentas en redes sociales, administradores de anuncios y herramientas de analítica), conforme a las siguientes reglas y condiciones:
    a. Protocolo de Transferencia y Modificación de Accesos:

    EL CONTRATISTA entregará un inventario detallado de la totalidad de los activos digitales relacionados con el objeto contractual, junto con sus respectivos usuarios, correos de recuperación, contraseñas y factores de autenticación de doble vía (2FA).

    La entrega se realizará en diligencia presencial o mediante la modalidad segura que defina el SUPERVISOR DEL CONTRATO, momento en el cual se procederá al cambio inmediato de todas las credenciales de acceso, contraseñas, correos electrónicos de administración principal y números telefónicos asociados a la recuperación de las cuentas, asignando como titular único y exclusivo al servidor público o cuenta institucional que designe la ALCALDÍA.
11. Ceder al Municipio de Los Patios, como parte del valor del contrato, los derechos patrimoniales de autor sobre las piezas gráficas, audiovisuales, fotográficas, sonoras y demás contenidos creados específicamente para la ejecución del contrato, de conformidad con las normas sobre derecho de autor (Ley 23 de 1982, Decisión Andina 351 de 1993 y Ley 1915 de 2018), y entregar los archivos fuente y en formatos editables.
12. Las demás obligaciones que se deriven de la naturaleza del contrato.

2.10 OBLIGACIONES DEL MUNICIPIO

Para dar cumplimiento al objeto del contrato, la ENTIDAD se obliga a cumplir las siguientes obligaciones:

1. Efectuar un seguimiento efectivo al cumplimiento de las obligaciones del contratista a través del supervisor del Contrato.
2. Autorizar el pago del valor del contrato de acuerdo con la forma de pago establecida.

3. Verificar el cumplimiento de las obligaciones del contratista frente al Sistema General de Seguridad Social Integral, Parafiscales y Sistema General de Riesgos Laborales.
4. Proporcionar toda la información que el contratista requiera para el cumplimiento de sus obligaciones contractuales.
5. Designar el supervisor del contrato, que se encargue de ser el enlace entre el MUNICIPIO y el Contratista para coordinar internamente las obligaciones del contratista.
6. Velar por el cumplimiento de las obligaciones del contrato.

2.11 VIGILANCIA Y CONTROL A LA EJECUCIÓN CONTRACTUAL

La Vigilancia y Control de la ejecución del contrato será ejercida por la Oficina de las TIC, a través del supervisor designado por el ordenador del gasto, cuyo nombre se informará al contratista en la comunicación de aceptación de la oferta (numeral 7 del artículo 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015).

El Supervisor designado está autorizado para impartir instrucciones y órdenes al contratista sobre asuntos de su responsabilidad y éste estará obligado a acatarlas.

El Supervisor del Contrato, deberá expedir el Certificado de Cumplimiento a entera Satisfacción para que se pueda efectuar por parte de esta Entidad el pago correspondiente al contratista por haber ejecutado el objeto contractual.

Este funcionario ejercerá estricta supervisión y control del cumplimiento del objeto contractual y estará en contacto con el contratista, para dar soluciones a los problemas presentados en un momento determinado, velando siempre por la calidad de la prestación del servicio y ejercerá su función acorde a lo señalado en los artículos 82, 83 y 84 de la Ley 1474 de 2011.

El supervisor debe ejercer un control integral, técnico, administrativo, financiero, contable sobre el proyecto, para lo cual, podrá en cualquier momento, exigir al contratista la información que considere necesaria, así como la adopción de medidas para mantener, durante el desarrollo y ejecución del contrato, las condiciones técnicas, económicas y financieras existentes al momento de la celebración del mismo.

La supervisión consiste en el seguimiento técnico, administrativo, contable y jurídico sobre el cumplimiento del objeto del contrato. El Contratista debe acatar las órdenes que le imparta por escrito, y con copia a la Entidad, el supervisor. No obstante, si el Contratista no está de acuerdo con las mismas debe manifestarlo por escrito al supervisor, con copia a EL MUNICIPIO, antes de proceder a ejecutar las órdenes. En caso contrario, responderá solidariamente con el supervisor si del cumplimiento de dichas órdenes se derivan perjuicios para EL MUNICIPIO.

Si el Contratista rehúsa o descuida cumplir cualquier orden escrita del supervisor, éste le notificará por escrito sobre el incumplimiento de dicha orden, señalando específicamente las omisiones o infracciones y exigiendo su cumplimiento. Si esta notificación no surte ningún efecto dentro de un plazo de TRES días hábiles, el supervisor comunicará dicha situación a EL MUNICIPIO para que este tome las medidas que considere necesarias.

1	**Obligaciones Generales**	➢ Controlar, supervisar y vigilar la ejecución del contrato asignado, a fin de garantizar el cumplimiento de las obligaciones pactadas. ➢ Servir de interlocutor entre el MUNICIPIO y el contratista. ➢ Mantener debidamente organizado un archivo con toda la información utilizada y elaborada durante la ejecución del contrato objeto de vigilancia. ➢ Suscribir todas las actas a que haya lugar en desarrollo del objeto y las obligaciones del contrato. ➢ Responder las solicitudes y peticiones del contratista dentro del término legal, evitando que se configure el silencio administrativo positivo. ➢ Efectuar los requerimientos al contratista que sean necesarios a fin de exigirle el cabal cumplimiento del contrato. ➢ Tramitar las solicitudes de adición, prorroga, suspensión o modificación, las cuales deben estar debidamente soportadas en razones que la justifiquen. ➢ Presentar informes sobre situaciones que alteren el equilibrio económico o financiero del contrato, para esto deberá verificar que durante el desarrollo y ejecución del contrato se mantengan las condiciones económicas, técnicas y financieras inicialmente presentadas por el contratista al momento de presentar su oferta. ➢ Comprobar durante la ejecución del contrato, los aspectos relacionados con los pagos, verificando el cumplimiento de los requisitos establecidos para cada pago, aprobando oportunamente las cuentas de cobro presentadas por el contratista. ➢ Comunicar aquellas situaciones que conozcan en ejercicio de sus funciones que puedan poner en riesgo el patrimonio público o hayan causado detrimento patrimonial al MUNICIPIO.	
2	***Obligaciones posteriores a la legalización del contrato***	➢ Revisar y analizar el contenido del contrato, en especial las obligaciones allí pactadas. ➢ Suscribir oportuna y conjuntamente con el contratista el acta de iniciación del contrato.	
3	***Obligaciones durante la ejecución del contrato***	➢ Verificar y controlar permanentemente el cumplimiento de las obligaciones pactadas en el contrato y demás documentos contractuales. ➢ Exigir al contratista la extensión, ampliación, restablecimiento u otorgamiento de garantías si es del caso. ➢ Controlar e informar periódicamente al ordenador del gasto sobre el avance del contrato con base en el plazo del mismo, cuando haya lugar a ello. ➢ Conceptuar, con su debida justificación, sobre la viabilidad de las adiciones, cesiones, prorrogas y demás modificaciones al contrato a las que haya lugar, así como el envío de su correspondiente solicitud. ➢ Suministrar al contratista toda la información y documentos necesarios para la correcta ejecución del contrato. ➢ Requerir al contratista para que dé cumplimiento a las obligaciones que no esté cumpliendo de conformidad con lo pactado en el contrato.	

		➢ Presentar los informes correspondientes sobre la ejecución del contrato y asistir técnicamente al MUNICIPIO en asuntos relacionados con la ejecución del mismo. ➢ Verificar para efectos de pago, que el contratista este cumpliendo con las obligaciones de afiliación y pagos al sistema de seguridad social integral, ARL y aportes parafiscales, según sea el caso, e informar en caso de existir incumplimiento de estas obligaciones. ➢ Solicitar la imposición de sanciones al contratista para lo cual deberá enviar en forma oportuna el correspondiente informe acerca del incumplimiento, así como de los requerimientos efectuados al contratista y sus correlativas respuestas. ➢ Elaborar la respuesta a los requerimientos o peticiones del contratista, según su competencia. ➢ Revisar las facturas o documentos equivalentes, y las cuentas de cobro presentadas por el contratista verificando que en ellas se consignen claramente el concepto y valor del servicio prestado y de los bienes entregados y que correspondan con la ejecución del objeto, obligaciones y actividades pactadas y plazos convenidos.	
4	**Obligaciones a la finalización del contrato**	➢ Verificar el cumplimiento de las obligaciones del contrato, referente a su calidad, seriedad y cumplimiento. ➢ Solicitar a la Secretaria de Hacienda los correspondientes estados de cuentas del contratista. ➢ Revisar los documentos necesarios para la liquidación final del contrato, si es del caso. ➢ Exigir al contratista la extensión, ampliación, restablecimiento u otorgamiento de garantías si es del caso. ➢ Verificar y dejar constancia del cumplimiento de las obligaciones del contratista frente a los aportes a los sistemas de salud, riesgos laborales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje cuando a ello haya lugar, estableciendo una correcta relación entre los pagos efectuados, valores no ejecutados a favor del MUNICIPIO y saldos a favor del contratista. ➢ Tramitar en debida forma y en el término señalado para tal efecto, el acta de liquidación con todos sus soportes y anexos.	

3. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA

El presente proceso tiene como finalidad la selección del contratista mediante la modalidad de MÍNIMA CUANTÍA, de conformidad con el numeral 5 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 (adicionado por el artículo 94 de la Ley 1474 de 2011 y modificado por el artículo 30 de la Ley 2069 de 2020), reglamentado por los artículos 2.2.1.2.1.5.1 y siguientes del Decreto 1082 de 2015 (adicionados por el Decreto 1860 de 2021 y modificados por el Decreto 142 de 2023), aplicable a la contratación cuyo valor no excede el diez por ciento (10%) de la menor cuantía de la Entidad, independientemente de su objeto.

El presupuesto oficial ($49.001.200) equivale a aproximadamente 27,99 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV 2026: $1.750.905), valor inferior a 28 SMMLV, que corresponde al diez por ciento (10%) de la menor cuantía más baja prevista en el literal b) del numeral 2 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 (280 SMMLV, para entidades con presupuesto anual inferior a 120.000 SMMLV).

En consecuencia, cualquiera que sea el rango en el que se ubique el presupuesto anual del Municipio de Los Patios para la vigencia 2026, el valor del proceso no excede el diez por ciento (10%) de su menor cuantía, por lo que corresponde adelantarlo por la modalidad de mínima cuantía.

ACUERDOS MARCO DE PRECIOS

Mediante el concepto C-101 del 27 de abril de 2023, la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente aclaró que:

En vigencia del artículo 42 de la Ley 1955 de 2019 que adicionó el parágrafo 3 del artículo 94 de la Ley 1474 de 2011 estableció que en los eventos en los que las entidades estatales debían contratar bienes o servicios de características uniformes que se encuentren en un Acuerdo Marco de Precios y cuyo valor no exceda el diez por ciento (10%) de la menor cuantía, las entidades debían realizar la adquisición a través de la Tienda Virtual del Estado Colombiano en vigencia del Acuerdo Marco de Precios respectivo, no obstante, con la expedición de la Ley 2069 de 2020, que modificó de manera integral el procedimiento de selección de mínima cuantía y derogó de forma tácita el artículo 42 de la Ley 1955 de 2019, se retoma por esta Agencia el criterio interpretativo de que cuando el Proceso de Contratación no exceda el diez por ciento (10%) de la menor cuantía de la entidad, independientemente de su objeto, se debe adelantar el procedimiento de contratación con base en la modalidad de selección de mínima cuantía, en sus tres metodologías o mecanismos, expuestos previamente, pues la interpretación de las normas vigentes en nuestro ordenamiento jurídico indican que en este caso no debe tenerse en cuenta el objeto contractual sino sólo el valor del proceso de contratación.

La interpretación adoptada en este concepto, encontramos que se encuentra acorde también con el criterio adoptado por el Consejo de Estado en la sentencia del 23 de abril de 2021, citada en el concepto, pues en ella se indicó que la contratación de mínima cuantía, introducida en nuestro ordenamiento jurídico por el artículo 94 de la Ley 1474 de 2011, el legislador encontró insuficientes las modalidades de selección de contratistas que traía el artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 y, en ejercicio del principio de libertad de configuración normativa que le asiste, incluyó esta última figura con un contenido específico que giró exclusivamente en torno a un elemento objetivo: *la cuantía.*

> Al respecto, la sentencia en cita indicó:
>
> *"Como se observa, la mínima cuantía se definió como aquella "contratación cuyo valor no excede del 10 por ciento de la menor cuantía de la entidad "independientemente de su objeto"; en este sentido, la expresión subrayada que acompaña la construcción de la norma, vino a afirmar la decisión del legislador de excluir cualquier consideración relacionada con el objeto a contratar, en orden a robustecer el elemento central de esta modalidad de selección reservado exclusivamente a la cuantía en su fracción mínima. Dicho de otra manera, el precepto legal dispone que independientemente del objeto a contratar, siempre que su valor no exceda el 10 por ciento de la menor cuantía de la entidad, la escogencia del contratista se hará por la modalidad de la mínima cuantía prevista en el artículo 94 de la Ley 1474 de 2011."*

En esta línea, el legislador determinó que una de las medidas que invitaba y promovía la transparencia en la contratación y gestión de recursos, era justamente la denominada mínima cuantía, pues en ella no solo se mantenía el principio de celeridad y economía que este tipo de contrataciones ofrece, sino que la dotó del atributo de tener, además, un procedimiento ágil, expedito y directo que conforme a

sus reglas de selección aportaba a la satisfacción de las necesidades perseguidas por la contratación, sin sacrificar ningún valor superior como la eficacia, la publicidad, la selección objetiva y la imparcialidad."

De conformidad con lo expuesto, esta Agencia concluye que, con base en la nueva regulación establecida por el artículo 30 de la Ley 2069 de 2020 y reglamentada con el Decreto 1860 de 2021, y modificada en algunos de sus apartes por el Decreto 142 de 2023, cuando se pretenda contratar bienes o servicios de condiciones uniformes que no excede del del 10% de la menor cuantía de la Entidad Estatal, independientemente de su objeto, se debe adelantar el procedimiento de contratación con base en la modalidad de selección de mínima cuantía, pues en este caso no debe tenerse en cuenta el objeto sino sólo el valor del contrato, como norma especial.

De igual forma, se reitera que dentro de la modalidad de selección de mínima cuantía la Entidad Estatal puede optar por realizar la adquisición: i) aplicando la regla general, ii) con grandes almacenes o iii) acudiendo al catálogo de bienes y servicios derivados de los instrumentos de agregación de demanda con MiPymes y grandes almacenes. Así, en los estudios previos la entidad estatal debe analizar el sector económico, con la finalidad de constatar las características técnicas, al igual que los factores comerciales y económicos de los eventuales proveedores, con el fin de tener un análisis de oportunidad y conveniencia la metodología a adoptar.

De lo anterior se observa que no existe un criterio para que la Entidad determine que submodalidad de mínima cuantía de las ya descritas debe utilizar para realizar compras que no superen el 10% de su menor cuantía, sin embargo, a través del análisis del sector y los estudios previos deben estudiar la submodalidad que resulte más beneficiosa para adquirir los bienes y/o servicios que requiere en términos de eficiencia y eficacia de los recursos asignados para tal fin.

En el presente proceso, la Entidad adopta la regla general del procedimiento de mínima cuantía (artículo 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015), por tratarse de servicios de marketing, producción multimedia y divulgación definidos a la medida de un evento específico, cuyas características técnicas no corresponden a las de bienes o servicios uniformes adquiribles en grandes almacenes. Este análisis de conveniencia y oportunidad hace parte integral de los presentes estudios previos.

LIMITACIÓN A MIPYME

De conformidad con el numeral 3 del artículo 2.2.1.2.1.5.2 y los artículos 2.2.1.2.4.2.2 a 2.2.1.2.4.2.4 del Decreto 1082 de 2015 (adicionados por el Decreto 1860 de 2021), durante el término de publicación de la invitación pública podrán solicitarse convocatorias limitadas a MiPymes colombianas, siempre que el valor del proceso sea inferior a US$125.000 y se reciban solicitudes de, por lo menos, dos (2) MiPymes. La Entidad publicará en SECOP II, en la fecha prevista en el cronograma, el aviso en el que se indique si el proceso se limita a MiPymes colombianas y si aplican limitaciones territoriales, conforme al numeral 4 del artículo 2.2.1.2.1.5.2 del mencionado decreto.

4. ANÁLISIS TÉCNICO Y ECONÓMICO QUE SOPORTA EL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

De conformidad con lo señalado en el Artículo 6º de la Ley 1150 de 2007, no se requerirá en esta Modalidad de Contratación del RUP, ni de la exigencia a los proponentes interesados en ofertarle a la Administración Municipal de estar clasificados de acuerdo con el Clasificador de Bienes y Servicios (UNSPSC), ni se hace necesario realizar análisis de indicadores financieros de las empresas.

- **Estudio de mercado**

El Municipio de Los Patios, a través de la Oficina de Almacén General, fijó el valor del proceso con base en el estudio de mercado y análisis de precios que se anexa (formato GA-F-15, versión 05), en aplicación de los principios de planeación, economía y selección objetiva. La consulta se realizó conforme a la clasificación de bienes y servicios UNSPSC (versión 14.0801) y se solicitó cotizar por componente de servicio.

La respuesta de los proveedores consultados arrojó valores unitarios y globales que sirvieron de base para determinar los valores de referencia, conforme a la necesidad de la Entidad y a los elementos técnicos descritos en el numeral 2.2. El balance fue el siguiente:

BALANCE DE COTIZACIONES

La Oficina de Almacén General, atendiendo los principios de razonabilidad y proporcionalidad, utilizó mecanismos mixtos para contrastar la realidad del sector económico en el municipio de Los Patios y la región del Norte de Santander, recurriendo a las siguientes fuentes informativas:

- **Fuentes Primarias - Cotizaciones del Sector:** Para el análisis cuantitativo, se recibieron e incorporaron al expediente contractual tres (3) cotizaciones formales allegadas por los proveedores interesados o requeridos por la dependencia solicitante, las cuales se detallan a continuación:

- STRATEGY HUB NIT. 901808607-8.
- TRESSESENTA CREATIVOS TEL.3014198307.
  IDEAS POSITIVAS AV. 10 N°29-28 PATIOS CENTRO

- **Fuentes Secundarias - Consulta Web y Precios de Referencia:** Se realizó un sondeo no presencial (vía telefónica y plataformas Web) para contrastar la vigencia, idoneidad y volatilidad de los precios ofertados en el mercado actual, garantizando que los rangos analizados correspondan a la economía local. Adicionalmente, se tuvo en cuenta el análisis histórico de procesos en SECOP II.

Tras el análisis comparativo de las cotizaciones y de las variables del mercado, en el estudio de precios se adoptó, para cada ítem, el menor valor encontrado, en aplicación del principio de economía, y se determinaron las cantidades y los valores unitarios para salvaguardar el patrimonio público.

En consecuencia, se establece el presupuesto oficial estimado para la ejecución del contrato en la suma de: **CUARENTA Y NUEVE MILLONES MIL DOSCIENTOS PESOS ($49.001.200,00) M/CTE, INCLUIDO IVA;** y demás costos directos e indirectos.

LA NECESIDAD DE ESTE SERVICIO SE ENCUENTRA INCLUIDA EN EL PLAN ANUAL DE ADQUISICIONES VIGENCIA 2026.

VER DOCUMENTO ANEXO "ESTUDIO DE PRECIOS"

Presupuesto oficial por ítem (fuente: estudio de mercado y análisis de precios, formato GA-F-15, versión 05, aprobación 2026/07/09). El tratamiento del IVA es el consignado en dicho estudio.

Ítem	Descripción	Cant.	Valor unitario ($)	Subtotal ($)	IVA	Valor total ($)
1	Producción multimedia (videos)	70	340.000	23.800.000	0%	23.800.000
2	Diseño gráfico de la campaña	1	4.500.000	4.500.000	19%	5.355.000
3	Diseño de camisetas y medallas	1	600.000	600.000	19%	714.000
4	Dominio, hosting y actualización del sitio web	1	2.800.000	2.800.000	0%	2.800.000
5	Spot de radio	4	160.000	640.000	0%	640.000
6	Promoción en radio FM	1	3.500.000	3.500.000	0%	3.500.000
7	Estudio fotográfico profesional	2	1.800.000	3.600.000	0%	3.600.000
8	Fotografía de reportería	1	2.000.000	2.000.000	0%	2.000.000
9	Promoción en medios digitales	2	1.046.100	2.092.200	0%	2.092.200
10	Gestión de contenidos y anuncios (META)	1	4.500.000	4.500.000	0%	4.500.000
	SUBTOTAL					48.032.200
	IVA					969.000
	TOTAL PRESUPUESTO OFICIAL					49.001.200

Nota: Los valores unitarios por ítem consignados en el estudio de precios son valores de referencia a todo costo y constituyen el valor máximo admisible por ítem: ningún valor unitario ofertado podrá superarlos y el valor total de la oferta no podrá superar el presupuesto oficial.

ANEXO CUADRO RELACIONADO CON LOS IMPUESTOS MUNICIPALES Y DEPARTAMENTALES Y EL CUAL HACEN PARTE DE LOS DESCUENTOS REGLAMENTADOS

Los descuentos que realiza la entidad en virtud de la ejecución del contrato son los descritos a continuación acorde con las leyes, ordenanzas y acuerdos que los regulan a la fecha de publicación del presente proceso de selección.

DESCUENTOS POR ESTAMPILLAS E IMPUESTOS - VIGENCIA 2026						
CONCEPTO	DCTOS QUE APLICAN - TARIFAS SEGÚN CONTRATO					
	OPS	SUMINISTROS	SERVICIOS	OBRA PUBLICA	INTERVENTORÍAS OBRA PUBLICA	CONLSUTORÍAS
ESTAMPILLA PRO HOSPITAL	2% para valores superiores a 2smmlv	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
ESTAMPILLA PRO DSLLO ACADEMICO	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
ESTAMPILLA PRO ALDULTO MAYOR	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
ESTAMPILLA PRO CULTURA	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
TASA PRO DEPORTE	2,50%	2,50%	2,50%	2,50%	2,50%	2,50%
RETE ICA	0,80%	DEPENDE DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL (0,4 a 1%)	DEPENDE DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL (0,4 a 1%)	0,60%	0,80%	0,80%
ESTAMPILLA PARA LA JUSTICIA FAMILIAR	PARA PAGOS SUPERIORES A 10 SMMLV	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
RETENCION EN LA FUENTE	PARA PAGOS QUE SUPEREN TOPES DE LEY	2,5% RESPONSABLE IVA	4,00%	2,00%	6,00%	10% honorarios persona natural no declarante
		3,5% NO RESPONSABLE IVA	6,00%			11% persona jurídica responsable de renta
CONTRIBUCCION OBRA PUBLICA - FONDO SEGURIDAD	N/A	N/A	N/A	5,00%	N/A	N/A
TODOS LOS DESCUENTOS SE APLICAN AL VALOR TOTAL DE LA CUENTA ANTES DEL IVA						

Fuente: Secretaría de Hacienda del Municipio de Los Patios (N.S.) – Descuentos por estampillas e impuestos, vigencia 2026.

Nota 1: *En todo caso se recomienda consultar por los interesados, directamente en la Secretaria de Hacienda ó Tesorería del MUNICIPIO DE LOS PATIOS, el porcentaje correspondiente por concepto de cada uno de estos descuentos, de tal forma que en la elaboración de la propuesta se contemple el valor real de ellos a la fecha de cierre del proceso.*

ANALISIS DEL SECTOR

El sector del marketing digital en Colombia está en auge, con un crecimiento constante en la inversión publicitaria online y una alta penetrac de redes sociales entre los usuarios. Las empresas están cada vez más enfocadas en el mundo digital, buscando llegar a audiencias r amplias y segmentadas a través de estrategias online.

En Colombia la inversión publicitaria en medios digitales sigue aumentando, especialmente en redes sociales y video, mientras que medios tradicionales experimentan una ligera contracción. El comercio electrónico también sigue expandiéndose, impulsando la necesi de fortalecer la presencia digital de las marcas.

La expansión del comercio electrónico y los pagos digitales impulsa a las marcas a invertir en estrategias digitales para fortalecer su preser online y aumentar las conversiones. La inteligencia artificial se integra en diversas áreas del marketing digital, permitiendo la personalizac a escala y la automatización de campañas.

El sector del marketing digital en Colombia se caracteriza por su crecimiento continuo, impulsado por la innovación tecnológica y la adaptac a las nuevas tendencias en redes sociales y comercio electrónico. Las marcas que logren integrar estas tendencias y superar los desa relacionados con la tecnología y el talento, estarán mejor posicionadas para tener éxito en el mercado digital Colombiano.

ÍNDICE DE SEGUIMIENTO DE LA ECONOMÍA

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

a) Sector primario o agropecuario: Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.

b) Sector secundario o industrial: Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.

   Este a su vez se divide en dos subsectores: industrial extractivo e industrial de transformación:

   - Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.
   - Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

c) Sector terciario o de servicios: Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplo de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.

Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El sector terciario no produce actividades que den una mercancía en sí, pero, igual son necesarias para el funcionamiento de la economía, puesto que se puede definir como el sector que no produce bienes materiales, pero provee a la población de servicios necesarios para satisfacer necesidades como educación, salud, transporte, comunicaciones, servicios turísticos, entre otros.

El objeto contractual del presente proceso se encuentra ubicado principalmente en el sector terciario de la economía, correspondiente al sector de servicios, toda vez que las actividades requeridas no están orientadas a la producción o transformación de bienes materiales, sino a la prestación de servicios especializados relacionados con marketing, publicidad, comunicaciones, producción audiovisual y generación de contenidos multimedia.

Dentro de este sector se encuentran las actividades económicas relacionadas con la prestación de servicios de publicidad, promoción, comunicación y producción de contenidos, mediante las cuales se desarrollan estrategias y herramientas destinadas a divulgar, posicionar y generar visibilidad de productos, servicios, marcas, actividades y eventos.

En el presente caso, los servicios requeridos comprenden actividades de planeación y ejecución de estrategias de marketing, diseño de piezas gráficas, producción y edición de contenidos audiovisuales, generación de material multimedia, divulgación a través de medios digitales y redes sociales, cubrimiento audiovisual y demás acciones destinadas a promocionar la 3ra Edición de la Media Maratón Los Patios.

En consecuencia, el mercado objeto del presente proceso se encuentra conformado principalmente por agencias de publicidad y marketing, empresas de comunicaciones, productoras audiovisuales y proveedores especializados en creación y producción de contenidos multimedia, que cuentan con la capacidad técnica y operativa para desarrollar las actividades requeridas por el Municipio.

Por lo anterior, el objeto contractual se ubica dentro del sector terciario – servicios, específicamente en el segmento de publicidad, marketing, comunicaciones y producción audiovisual y multimedia.

IMPORTANCIA DEL SECTOR

El sector de servicios de publicidad, marketing, comunicaciones y producción audiovisual y multimedia desempeña un papel relevante dentro de la economía colombiana, en la medida en que proporciona servicios especializados que permiten a las entidades públicas y privadas comunicar información, promocionar actividades, posicionar eventos, fortalecer la interacción con sus públicos y ampliar el alcance de sus estrategias de comunicación.

Este sector se caracteriza por integrar diferentes actividades creativas, tecnológicas y de comunicación, entre ellas la planeación estratégica de campañas, creación de contenidos, diseño gráfico, producción y edición audiovisual, fotografía, gestión de medios digitales y redes sociales, publicidad y generación de contenidos multimedia. Su desarrollo se encuentra estrechamente relacionado con la transformación digital y con el creciente uso de plataformas digitales como mecanismos de comunicación y divulgación.

Para el caso particular del presente proceso, la contratación de servicios especializados de marketing y producción multimedia resulta relevante para fortalecer la promoción y divulgación de la 3ra Edición de la Media Maratón Los Patios, permitiendo desarrollar una estrategia de comunicación organizada que contribuya a dar a conocer el evento, informar oportunamente a los potenciales participantes y a la comunidad, generar contenidos atractivos y ampliar la difusión del evento a través de diferentes medios y canales de comunicación.

La importancia del sector también radica en que existe una oferta conformada por agencias de publicidad, empresas de marketing, productoras audiovisuales, profesionales independientes y empresas especializadas en comunicación digital y generación de contenidos, lo que permite identificar potenciales proveedores con diferentes capacidades técnicas, operativas y económicas.

Otros aspectos económicos

¿Qué es el IPC? Es un indicador que permite medir la variación porcentual promedio de los precios al por menor entre dos períodos de tiempo, de un conjunto de bienes y servicios que los hogares adquieren para su consumo. La variación del precio de un bien o servicio es la suma ponderada de variación de precio del artículo en las ciudades investigadas.

La inflación es un aumento generalizado y sostenido del nivel general de precios de una economía en el tiempo. Es importante tener en cuenta que solo hay inflación cuando se da un aumento en el promedio de los precios de una economía, y no un incremento aislado o temporal en el precio de un solo producto o de un conjunto de productos.

En nuestro país la inflación se mide a través de lo que se denomina índice de precios al consumidor (IPC), que es una medida del costo de vida en una economía a partir de la evolución de los precios de los bienes y servicios que consumen típicamente los hogares; en este sentido, la inflación se debe entender como el promedio ponderado de los cambios de precios del conjunto de bienes y servicios que conforman la canasta del IPC.

En Colombia el cálculo y publicación del IPC son realizados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y para realizarlo construye una canasta de bienes y servicios representativa de todos los colombianos con base en una encuesta denominada “Presupuesto de los hogares” que se realiza aproximadamente cada diez años en todo el país; así, la canasta básica contiene el conjunto de bienes y servicios que consume una familia colombiana típica. Para conocer más sobre la medición de la inflación en Colombia consulte la metodología del cálculo en la página web del DANE.

Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases

Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En el mes de agosto de 2026, el IPC registró una variación de 0,39% en comparación con julio de 2026, siete divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,39%): Recreación y cultura (0,89%), Información y comunicación (0,81%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,71%), Bienes y servicios diversos (0,52%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,41%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,40%) y, por último, Salud (0,40%). Por debajo se ubicaron: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,38%), Restaurantes y hoteles (0,33%), Educación (0,02%), Transporte (0,01%) y, por último, Prendas de vestir y calzado (-0,14%).

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

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Recreación y cultura	3,79	-0,30	-0,01	0,89	0,03
Información y comunicación	4,33	-0,15	0,00	0,81	0,02
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,45	0,08	0,71	0,13
Bienes y servicios diversos	5,36	0,44	0,02	0,52	0,03
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,59	0,01	0,41	0,01
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,05	0,00	0,40	0,02
Salud	1,71	0,46	0,01	0,40	0,01
TOTAL	100,00	0,19	0,19	0,39	0,39
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,06	0,02	0,38	0,12
Restaurantes y hoteles	9,43	0,49	0,05	0,33	0,04
Educación	4,41	0,13	0,01	0,02	0,00
Transporte	12,93	-0,03	0,00	0,01	0,00
Prendas de vestir y calzado	3,98	-0,02	0,00	-0,14	0,00

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

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,39%), se ubicaron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Restaurantes y hoteles y Recreación y cultura, las cuales aportaron 0,32 puntos porcentuales a la variación total.

Variaciones y contribuciones de las subclases en el mes

En agosto de 2026 en comparación con julio de 2026, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: electricidad (2,33%), frutas frescas (4,95%), arriendo imputado (0,39%), alcantarillado (7,13%), arriendo efectivo (0,38%), servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet (0,92%), artículos para higiene corporal (1,45%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,26%), papas (4,32%) y suscripción y servicio de televisión por redes y cable (3,02%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: suministro de agua (-4,04%), gas (-1,29%), plátanos (-2,90%), cebolla (-2,57%) y vehículo particular nuevo o usado (-0,32%).

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

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Electricidad	2,33	0,08
Frutas frescas	4,95	0,07
Arriendo imputado	0,39	0,05
Alcantarillado	7,13	0,04
Arriendo efectivo	0,38	0,04
Servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet	0,92	0,02
Artículos para higiene corporal	1,45	0,02
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	0,26	0,02
Papas	4,32	0,02
Suscripción y servicio de televisión por redes y cable	3,02	0,02

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.

Variación y contribución año corrido por divisiones de gasto

En lo corrido del año, (enero - agosto), cinco divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (5,35%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (7,16%), Restaurantes y hoteles (7,10%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (6,26%), Educación (5,91%) y, por último, Salud (5,73%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (4,62%), Bebidas alcohólicas y tabaco (4,60%), Bienes y servicios diversos (4,40%), Transporte (4,25%), Información y comunicación (4,10%), Recreación y cultura (3,71%) y, por último, Prendas de vestir y calzado (2,56%).

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

Divisiones de Gasto	Peso (%)	2025 Variación (%)	2025 Contribución Puntos Porcentuales	2026 Variación (%)	2026 Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	6,13	1,15	7,16	1,34
Restaurantes y hoteles	9,43	5,88	0,63	7,10	0,81
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,92	0,12	6,26	0,25
Educación	4,41	5,84	0,23	5,91	0,24
Salud	1,71	4,66	0,08	5,73	0,10
TOTAL	100,00	4,22	4,22	5,35	5,35
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	3,65	1,14	4,62	1,44
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	4,03	0,07	4,60	0,08
Bienes y servicios diversos	5,36	3,34	0,17	4,40	0,23
Transporte	12,93	4,35	0,58	4,25	0,57
Información y comunicación	4,33	-0,57	-0,02	4,10	0,11
Recreación y cultura	3,79	0,62	0,02	3,71	0,11
Prendas de vestir y calzado	3,98	1,43	0,04	2,56	0,08

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

Los mayores aportes a la variación en lo corrido del año (enero - agosto), se ubicaron en las divisiones de Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Alimentos y bebidas no alcohólicas Restaurantes y hoteles, Transporte y Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar, las cuales en conjunto contribuyeron con 4,40 puntos porcentuales a la variación total.

IPC SEGÚN NIVELES DE INGRESO POR CRITERIO ABSOLUTO

Cuadro 7. IPC según niveles de ingreso por criterio absoluto
Total IPC
Agosto 2025 - 2026

	Variación (%)					
	Mensual		Año Corrido		Anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
Pobres	0,22	0,39	4,30	5,31	5,02	5,98
Vulnerables	0,21	0,39	4,31	5,42	4,97	6,09
Clase media	0,20	0,39	4,22	5,33	5,09	6,23
Ingresos altos	0,13	0,40	4,15	5,35	5,19	6,39
Total nivel de ingresos	0,19	0,39	4,22	5,35	5,10	6,24

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

En agosto de 2026, la variación mensual del IPC por nivel de ingresos fue: Pobres (0,39%), Vulnerables (0,39%), Clase media (0,39%), Ingresos altos (0,40%) y, por último, Total nivel de ingresos (0,39%).

En lo corrido del año, la variación del IPC por nivel de ingresos fue: Pobres (5,31%), Vulnerables (5,42%), Clase media (5,33%), Ingresos altos (5,35%) y, por último, Total nivel de ingresos (5,35%).
La variación anual del IPC por nivel de ingresos fue: Pobres (5,98%), Vulnerables (6,09%), Clase media (6,23%), Ingresos altos (6,39%) y, por último, Total nivel de ingresos (6,24%).

Fuente: https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/ago2026/bol-IPC-ago2026.pdf

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

PIB desde el enfoque de la producción

En el segundo trimestre de 2026pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 3,5% respecto al mismo periodo de 2025pr (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

• Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 10,0% (contribuye 1,7 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 2,2% (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 9,5% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual). Durante el primer semestre de 2026pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 2,9%. 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 7,9% (contribuye 1,3 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 2,6% (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 6,3% (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 1,3%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:
• Construcción crece 6,4%.
• 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 4,0%.

• Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental crece 2,8%.

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

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026[pr]-II / 2025[pr]-II	2026[pr] / 2025[pr]	2026[pr]-II / 2026[pr]-I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-2,1	-1,7	0,4
Explotación de minas y canteras	4,2	1,6	0,4
Industrias manufactureras	2,0	2,3	-0,4
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	4,8	3,7	2,8
Construcción	2,2	-1,5	6,4
Comercio al por mayor y al por menor[3]	2,2	2,6	0,3
Información y comunicaciones	-0,1	0,7	0,3
Actividades financieras y de seguros	4,3	3,6	1,9
Actividades inmobiliarias	2,1	2,1	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	2,6	2,5	0,8
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	10,0	7,9	2,3
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	9,5	6,3	4,0
Valor agregado bruto	**3,6**	**2,9**	**1,4**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,4	2,7	0,2
Producto Interno Bruto	**3,5**	**2,9**	**1,3**

Fuente: DANE, PIB_T
[pr]preliminar
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.
[2]Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental.
[3]Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida.
[4]Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo.
[5]Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales.
[6]Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio.

Valor agregado por actividad económica

Información y comunicaciones

En el segundo trimestre de 2026pr, el valor agregado de información y comunicaciones decrece 0,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 0,3%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

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

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026[pr]-II / 2025[pr]-II	2026[pr] / 2025[pr]	2026[pr]-II / 2026[pr]-I
Información y comunicaciones	-0,1	0,7	0,3

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

Actividades financieras y de seguros

En el segundo trimestre de 2026pr, el valor agregado de las actividades financieras y de seguros crece 4,3% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr . Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 1,9%, respecto al trimestre inmediatamente anterior

Tabla 9. Actividades financieras y de seguros
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Segundo trimestre 2026[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026[pr]-II / 2025[pr]-II	2026[pr] / 2025[pr]	2026[pr]-II / 2026[pr]-I
Actividades financieras y de seguros	4,3	3,6	1,9

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

Actividades profesionales, científicas y técnicas

En el segundo trimestre de 2026pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 2,6% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

• Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 3,7%.
• Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 1,8%. Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece en 0,8%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:
• Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 1,5%.
• Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,2%.

Tabla 11. Actividades profesionales, científicas y tecnicas[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Segundo trimestre 2026[Pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026[Pr]-II / 2025[Pr]-II	2026[Pr] / 2025[Pr]	2026[Pr]-II / 2026[Pr]-I
Actividades profesionales, científicas y técnicas	3,7	3,0	1,5
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1,8	2,0	0,2
Actividades profesionales, científicas y técnicas[1]	**2,6**	**2,5**	**0,8**

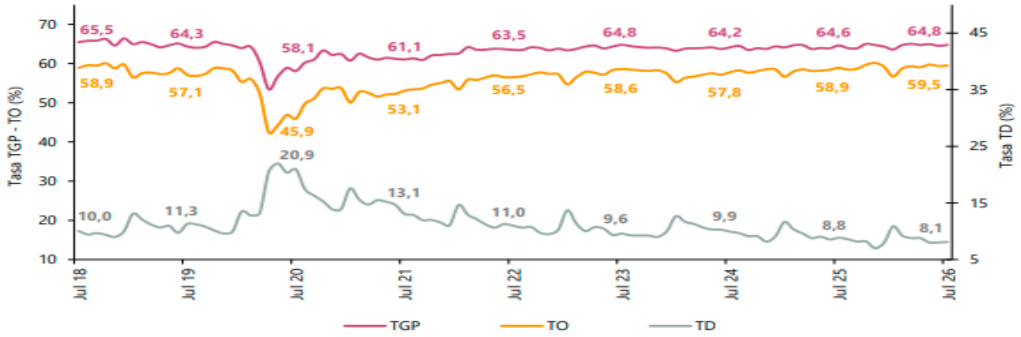
Fuente: DANE,PIB_T
[Pr]preliminar
[1]Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo.
[2]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

Fuente: https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-IItrim2026.pdf

PRINCIPALES INDICADORES DEL MERCADO LABORAL

Para el mes de julio de 2026, la tasa de desocupación del total nacional fue 8,1%, lo que representó una disminución de 0,7 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2025 (8,8%). La tasa global de participación se ubicó en 64,8% y la tasa de ocupación en 59,5%, en julio de 2025 estas tasas fueron 64,6% y 58,9%, respectivamente.

Gráfico 2. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Julio (2018 - 2026)

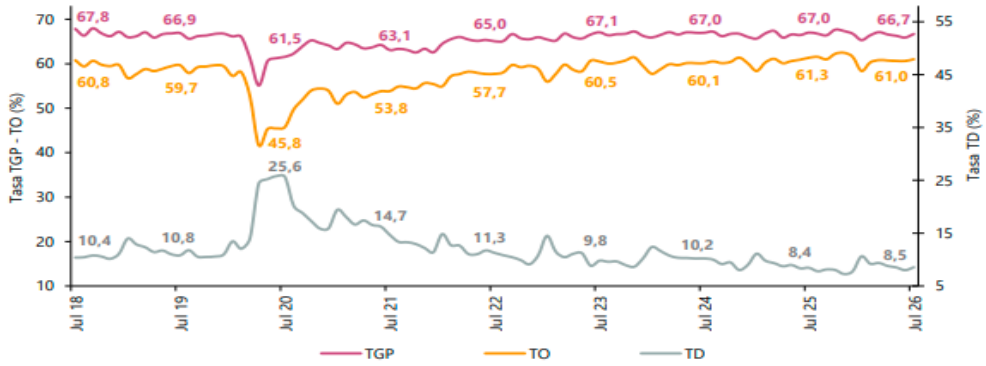


Fuente: DANE, GEIH.
Nota: datos expandidos con proyecciones de población, elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.
Nota: cifras aproximadas a un decimal.

Total 13 ciudades y áreas metropolitanas mensual

En julio 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 8,4%. La tasa global de participación se ubicó en 66,7% y la tasa de ocupación en 61,0%, en julio de 2025 estas tasas fueron 67,0% y 61,3%, respectivamente.

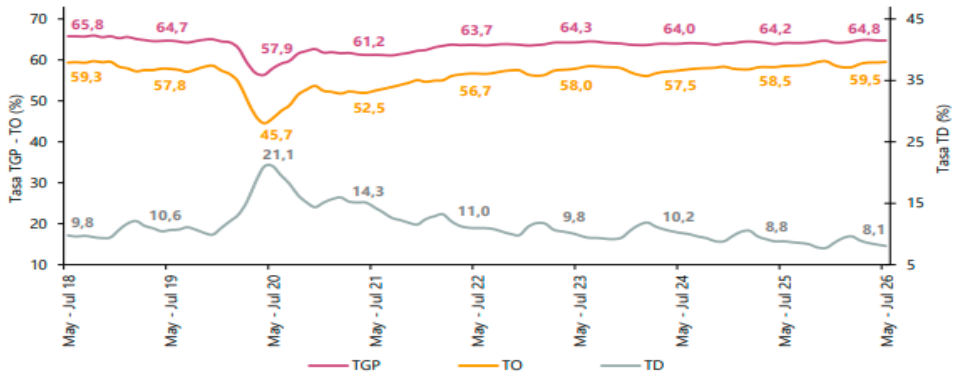
Gráfico 3. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total 13 ciudades y áreas metropolitanas
Julio (2018 - 2026)



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

En el total nacional, la tasa de desocupación del trimestre móvil mayo - julio 2026 fue 8,1%, lo que representó una disminución de 0,8 puntos porcentuales respecto al trimestre móvil mayo - julio 2025 (8,8%). La tasa global de participación se ubicó en 64,8%, lo que significó un aumento de 0,6 puntos porcentuales frente al mismo periodo del año anterior (64,2%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 59,5%, lo que representó un aumento de 1,0 puntos porcentuales respecto al trimestre móvil mayo - julio 2025 (58,5%).

Gráfico 4. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Mayo - julio (2018 - 2026)

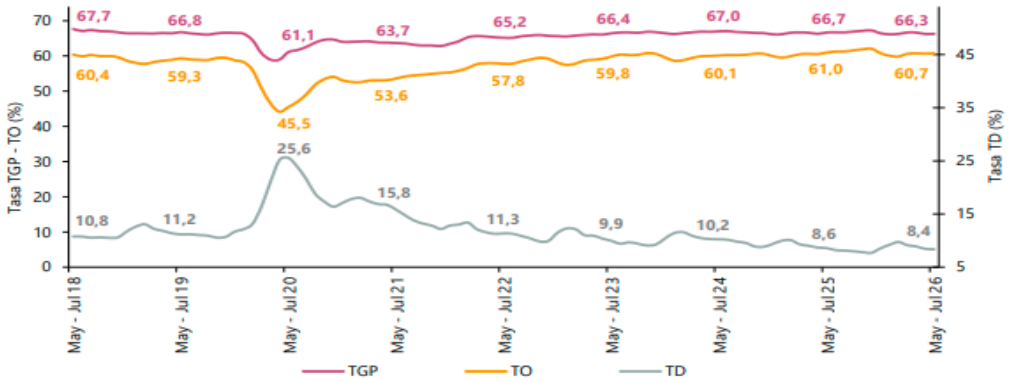


Fuente: DANE, GEIH.
Nota: datos expandidos con proyecciones de población, elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.
Nota: cifras aproximadas a un decimal.

Total 13 ciudades y áreas metropolitanas trimestre móvil

En el trimestre móvil mayo - julio 2026, la tasa de desocupación de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 8,4%, mientras que en el mismo periodo de 2025 fue 8,6%. La tasa global de participación se ubicó en 66,3% y la tasa de ocupación en 60,7%, en el trimestre móvil mayo - julio 2025 estas tasas fueron 66,7% y 61,0%, respectivamente.

Gráfico 5. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total 13 ciudades y áreas metropolitanas
Mayo - julio (2018 - 2026)



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

Población ocupada según rama de actividad, mes julio 2026

En el mes de julio de 2026, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 24.547 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); Comercio y reparación de vehículos (0,7 puntos porcentuales) y Construcción (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
Julio (2025 - 2026)

Rama de actividad	Total nacional				
	Julio 2025	Julio 2026	Distribución % 2026	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.969**	**24.547**	**100**	**578**	
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.824	3.229	13,2	404	1,7
Comercio y reparación de vehículos	4.062	4.219	17,2	158	0,7
Construcción	1.667	1.823	7,4	156	0,6
Información y comunicaciones	357	448	1,8	92	0,4
Industrias manufactureras	2.634	2.716	11,1	82	0,3
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	1.981	2.061	8,4	79	0,3
Actividades inmobiliarias	342	341	1,4	-1	-0,0
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.936	1.917	7,8	-20	-0,1
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos^	543	520	2,1	-23	-0,1
Alojamiento y servicios de comida	1.817	1.780	7,2	-37	-0,2
Actividades financieras y de seguros	475	436	1,8	-39	-0,2
Transporte y almacenamiento	1.888	1.819	7,4	-69	-0,3
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.442	3.238	13,2	-204	-0,9

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

Población ocupada según posición ocupacional, mes julio 2026 En julio de 2026.

Trabajador por cuenta propia y Patrón o empleador fueron las posiciones ocupacionales que más aportaron positivamente a la variación de los ocupados en el total nacional con 1,7 y 0,6 puntos porcentuales, respectivamente.

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

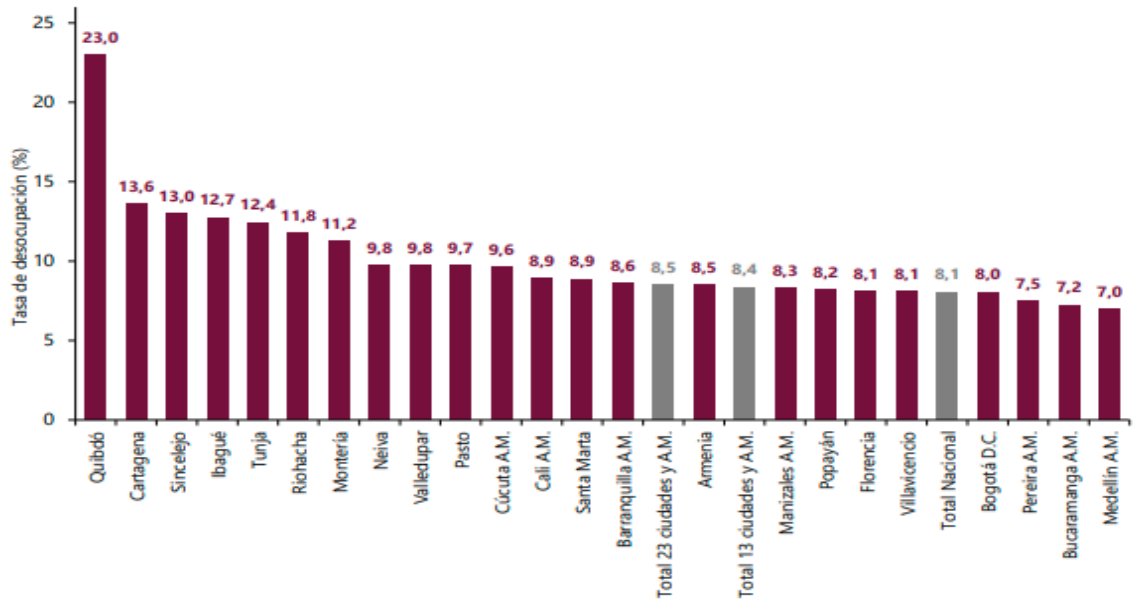
Posición ocupacional	Total nacional				
	Julio 2025	Julio 2026	Distribución % 2026	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.969**	**24.547**	**100**	**578**	
Trabajador por cuenta propia	9.774	10.187	41,5	413	1,7
Patrón o empleador	517	667	2,7	150	0,6
Obrero, empleado del gobierno	809	939	3,8	130	0,5
Obrero, empleado particular	10.885	10.924	44,5	39	0,2
Trabajador familiar sin remuneración	438	470	1,9	32	0,1
Empleado doméstico	733	733	3,0	1	0,0
Jornalero o Peón	805	619	2,5	-185	-0,8

Fuente: DANE, GEIH.
p.p.: puntos porcentuales.
Nota: por aproximación de decimales y la no inclusión de la categoría "Otro", la suma de las poblaciones, distribuciones y contribuciones puede diferir ligeramente con la información del anexo estadístico.
Nota: poblaciones en miles.
Nota: las posiciones ocupacionales se definen a partir de la Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo CISE-93. Las definiciones de las posiciones ocupacionales se pueden consultar en el Manual de recolección y conceptos básicos de la GEIH en el siguiente enlace: https://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/900/related-materials (páginas 92 a 96).

Ranking de ciudades según tasa de desocupación, trimestre móvil mayo - julio 2026

Para el trimestre móvil mayo - julio 2026, de las 23 ciudades y áreas metropolitanas, las que presentaron mayores tasas de desocupación fueron: Quibdó (23,0%), Cartagena (13,6%) y Sincelejo (13,0%). Las ciudades con menor tasa de desocupación fueron: Pereira A.M. (7,5%), Bucaramanga A.M. (7,2%) y Medellín A.M. (7,0%).

Gráfico 6. Tasa de desocupación según ciudades
Total nacional y 23 ciudades y áreas metropolitanas
Mayo - julio 2026



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

Población fuera de la fuerza de trabajo según tipo de actividad, mes julio 2026 5.1 Total nacional

Para julio de 2026, la población fuera de la fuerza de trabajo fue 14.530 mil personas en el total nacional. Esta población se concentró principalmente en las actividades de Oficios del hogar (54,7%), y Estudiando (23,5%).

Tabla 3. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población fuera de la fuerza de trabajo
Total nacional
Julio (2025 - 2026)

Tipo de actividad	Total Nacional				
	Julio 2025	Julio 2026	Distribución % 2026	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población fuera de la fuerza de trabajo	**14.399**	**14.530**	**100**	**131**	
Oficios del Hogar	7.769	7.947	54,7	179	1,2
Estudiando	3.367	3.413	23,5	46	0,3
Otros°	3.263	3.170	21,8	-93	-0,6

Fuente: DANE, GEIH.
Otros°: incapacitado permanente para trabajar, rentista, pensionado, jubilado, personas que no les llama la atención o creen que no vale la pena trabajar.
p.p.: puntos porcentuales.
Nota: datos ordenados de mayor a menor según la distribución porcentual.
Nota: poblaciones en miles.

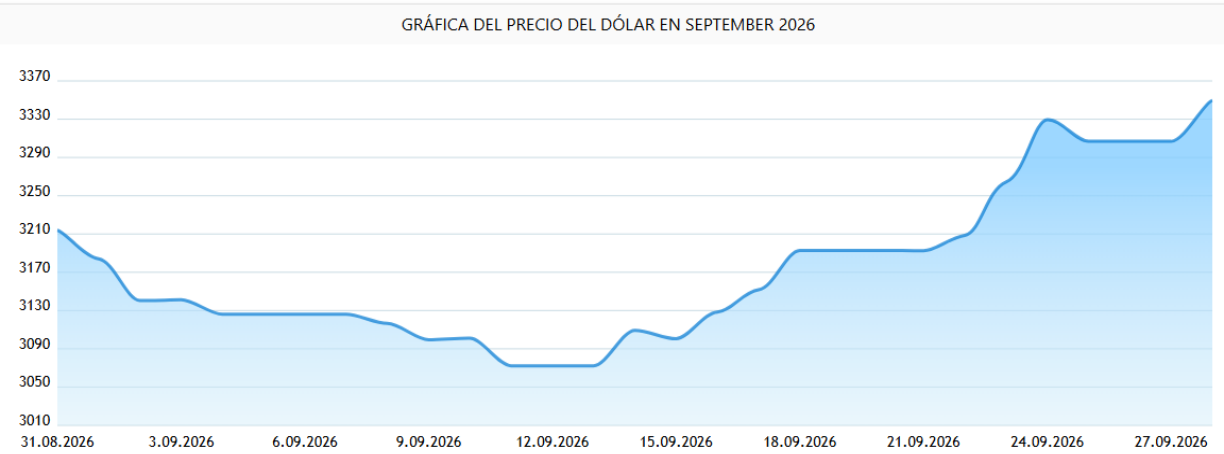
Fuente: https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIH-jul2026.pdf

Variación en el precio del dólar:

La cotización del dólar en Colombia para el día Martes 29 de Septiembre del 2026 subió 42.77 Pesos, correspondiente a un aumento del 1.29% con respecto al día anterior. Alcanzó el nivel más alto en más de 2 meses (desde 2026-07-07). La TRM disminuyó un 14.29% (558.49 Pesos) en referencia al mismo día del año anterior, pero subió un 4.58% (146.84 Pesos) comparando con el mismo día del mes anterior.

Advertencia: Muestra el avance hasta la fecha del mes en curso.

1 de Septiembre de 2026	Variación	29 de Septiembre de 2026
$ 3,213.97	▲ 4.22 % ($ 135.66)	$ 3,349.63
Mínimo	**Promedio**	**Máximo**
$ 3,072.27 (2026-09-14)	$ 0.00	$ 3,349.63 (2026-09-29)



FUENTE: https://www.dolar-colombia.com/mes/2026-09

EVOLUCIÓN DEL AUMENTO DEL SALARIO MÍNIMO EN COLOMBIA

Como es de suponerse el salario mínimo al igual que el Índice de Precios al Consumidor crecen anualmente, en cualquier economía que se considere competitiva. A continuación, se muestra el salario mínimo y el auxilio de transporte desde el año 2007 hasta el año 2026.

Cuadro: Histórico salario mínimo

Salario mínimo y auxilio de transporte Año	Salario mínimo	Auxilio de transporte
2007	$433.700	$50.800
2008	$461.500	$55.000
2009	$496.900	$59.300
2010	$515.000	$61.500
2011	$535.600	$63.600
2012	$566.700	$67.800
2013	$589.500	$70.500
2014	$616.000	$72.000
2015	$644.350	$74.000
2016	$689.455	$77.700
2017	$737.717	$83.140
2018	$781.242	$88.211
2019	$828.116	$97.032
2020	$877.803	$102.854

2021	$908.526	$106.454
2022	$1.000.000	$117.172
2023	$1.160.000	$140.000
2024	$1.300.000	$162.000
2025	$1.423.500	$200.000
2026	$1.750.905	$249.095

En relación con el objeto contractual, se observa que las divisiones del IPC más cercanas a los servicios requeridos (Información y comunicación: 4,10% y Recreación y cultura: 3,71%, en lo corrido enero–agosto de 2026) se ubicaron por debajo de la variación del IPC total en el mismo periodo (5,35%). Por su parte, algunos componentes del servicio, como la pauta en plataformas digitales, el dominio y el hosting, pueden tener precios referenciados en moneda extranjera, razón por la cual se presenta la TRM como referencia. Con la información analizada no se identificó un factor económico que haga inviable o desproporcionado el presupuesto oficial estimado ni que limite la pluralidad de oferentes.

Análisis de la oferta

El mercado en el cual se encuentra el objeto contractual corresponde principalmente al sector de publicidad, marketing, comunicaciones, producción audiovisual y contenidos digitales, integrado por agencias de publicidad, empresas de comunicación, productoras audiovisuales, agencias de marketing digital y personas naturales o jurídicas con capacidad técnica para desarrollar campañas de promoción y divulgación.

De acuerdo con la clasificación CIIU Rev. 4 A.C. del DANE, la actividad 7310 – Publicidad comprende el suministro de una gama integral de servicios publicitarios, incluyendo asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario, utilización de medios de difusión y desarrollo de campañas de marketing. También comprende la promoción de productos y la comercialización orientada a atraer y retener clientes.

Los potenciales oferentes pueden corresponder tanto a personas jurídicas como personas naturales con establecimiento de comercio y experiencia acreditada, siempre que cumplan las condiciones jurídicas, financieras, técnicas y de experiencia que determine la Entidad.

En este mercado es frecuente encontrar proveedores con estructuras empresariales diferentes. Algunos cuentan con equipos propios de producción audiovisual, diseñadores, community managers, estrategas digitales, fotógrafos y videógrafos; mientras que otros trabajan mediante esquemas de tercerización o contratación de profesionales especializados.

¿QUIÉN VENDE?

La siguiente relación de posibles oferentes, identificados por la Entidad en el departamento, permite evidenciar de manera preliminar la existencia de una oferta regional relacionada con el objeto contractual, particularmente en el área metropolitana de Cúcuta y municipios del departamento. Es una referencia informativa y no limita la participación de otros interesados.

No.	Posible oferente	Municipio
1	Spectrum Comunicaciones	Cúcuta
2	Avproducciones fotografía y video	Cúcuta
3	Novoideas - Agencia de Branding, Marketing y Publicidad	Cúcuta
4	Creativa Ikigai	Cúcuta
5	Publicidad Ingenio Marketing Creativo	Cúcuta
6	Evolución Marketing Digital	Cúcuta
7	Alejandro Verjel | Marketing Digital	Cúcuta
8	KalPro	Cúcuta
9	La Serie Creativa	Cúcuta
10	VerticalAV	Cúcuta
11	PUBLICIDAD IDEANDO IMPRESIÓN	Cúcuta
12	Intermedios Publicidad	Cúcuta
13	Fenix Publicidad	Cúcuta
14	ROZAM CORPORATION	Cúcuta
15	MACROINSUMOS PUBLICIDAD	Cúcuta
16	Aziz Publicidad	Cúcuta
17	Imagen Grafica publicidad	Cúcuta
18	Publicidad Cristina – Calcomanías y Publicidad en Cúcuta	Cúcuta
19	ANDROS FILMS	Cúcuta
20	Producciones Sol de Oro	Cúcuta
21	Strategy Hub	Los Patios
22	Tres sesenta Creativos	Cúcuta
23	Ideas positivas	Los Patios

Análisis de la demanda

Consultado SECOP II, se relacionan a continuación procesos de contratación con objetos relacionados con el que adelantará el Municipio, con el estado registrado en dicha plataforma. Estos antecedentes tienen carácter informativo: no constituyen precedente jurídico ni fueron utilizados como base para determinar el presupuesto oficial, que se sustenta en el estudio de precios (tres cotizaciones). El proceso más cercano es PATIOS-MC-TIC-49-2025 (promoción de la versión 2025 de la Media Maratón Los Patios, $38.903.200); su

comparabilidad con el presente proceso depende de la fecha, el alcance, las cantidades, el plazo y las condiciones de ejecución, por lo que su valor no se tomó como referencia directa.

PROCESOS SIMILARES ADELANTADOS POR LA ENTIDAD EN ANTERIORES OCASIONES
(FUENTE: SECOP II)

ENTIDAD ESTATAL	REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	ESTADO	VALOR
MUNICIPIO DE LOS PATIOS	PATIOS-MC-TIC-49-2025	SERVICIOS DE MARKETING Y CENTRAL DE MEDIOS PARA LA PROMOCIÓN DE LA MEDIA MARATÓN LOS PATIOS VERSIÓN 2025	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$38.903.200
MUNICIPIO DE LOS PATIOS	CD-SS-05-2023	SERVICIO DE SUSCRIPCIÓN ANUAL AL PORTAL WEB	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 40.000.000
MUNICIPIO DE LOS PATIOS	ISMC-SCUL-057-2022	SERVICIOS DE <PRODUCCION MULTIMEDIA Y WEB PARA EL DISEÑO, IMPLEMENTACION DE LA PAGINA DE LA SECRETARIA DE CULTURA PARA LA DIVULGACION DE OFERTA INSTITUCIONAL.	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 27.984.040
MUNICIPIO DE LOS PATIOS	ISMC-TIC-101-2021	REALIZAR SERVICIOS DE PRODUCCIÓN MULTIMEDIA Y DESARROLLO WEB PARA LA REALIZACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA OFERTA INSTITUCIONAL DE LA OFICINA TIC DIRIGIDA A LOS BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 24.550.000
MUNICIPIO DE LOS PATIOS	CD-SGNAL-004-2021	SUMINISTRO DE LA PÁGINA WEB	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 48.545.217

PROCESOS SIMILARES ADELANTADOS POR OTRAS ENTIDADES EN ANTERIORES OCASIONES
(FUENTE: SECOP II)

ENTIDAD ESTATAL	REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	ESTADO	VALOR
SANTIAGO DE CALI DISTRITO ESPECIAL - SECRETARIA DE GOBIERNO	4112.060.32.1.386-2023	SERVICIOS DE DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN EMPLEANDO PLATAFORMAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 70.914.123
JEP	JEP-CSPO-865-2023.	APOYAR Y ACOMPAÑAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DIVULGACIÓN	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 6.056.442

	SANTIAGO DE CALI DISTRITO ESPECIAL - SECRETARIA DE GOBIERNO	4112.060.32.1.384-2023	SERVICIOS DE DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN EMPLEANDO PLATAFORMAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 6.618.000	
	ALCALDÍA LOCAL DE CHAPINERO - FONDO DE DESARROLLO LOCAL	FDLCH-CD-283-2023 (100823)	PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES PARA APOYAR AL EQUIPO DE PRENSA Y COMUNICA-CIONES DE LA ALCALDÍA LOCAL EN LA REALIZACIÓN Y PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS DE REDES SOCIALES Y CANALES DE DIVULGACIÓNN DIGITAL	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 11.000.000	
	ALCALDIA MUNICIPAL DE MELGAR	MC 067-2023	PRESTACION DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD, DIVULGACIÓN Y FOTOCOPIADO EN EL MARCO DEL PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA TERRITORIAL DEL MUNICIPIO DE MELGAR.	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 28.000.000	
	ALCALDIA LOCAL DE FONTIBON	FDLF-SAMC-007-2023(98413) (MANIFESTACIÓN DE INTERÉS (MENOR CUANTÍA)) (PRESENTACIÓN DE OFERTA)	PRESTAR LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL EN MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN CON LA INCLUSIÓN DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS Y ALTERNATIVOS DE LA LOCALIDAD DE FONTIBON, A MONTO AGOTABL	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 120.000.000	
	ALCALDIA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO	SMC-213-2023	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS, PROYECTOS Y DEMAS TEMAS DE INTERES PÚBLICO DE LA ALCALDIA DE VILLAVICENCIO EN UNA PAGINA WEB Y EMISORA ON LINE	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 9.980.000	
	MUNICIPIO DE TAURAMENA	CRE-MT-SDS-014-2023	SERVICIOS DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE HERRAMIENTAS PUBLICITARIAS AUDIOVISUALES DE LA IDENTIDAD Y EL PATRIMONIO INMATERIAL CULTURAL DEL MUNICIPIO DE TAURAMENA, DEPARTAMENTO DE CASANARE COMO ESTRATEGIA	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 80.087.000	
	ALCALDIA MUNICIPAL FUSAGASUGA	CPS 2023-0957	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN DE LA ALCALDÍA DE FUSAGASUGÁ	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 1.800.000	

	GOBERNACIÓN DE RISARALDA	SA-IPMC-93-2023	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES LOGÍSTICAS TALES COMO PUBLICIDAD, PROMOCIÓN, DIVULGACIÓN, ALOJAMIENTO, ACTIVIDADES INSTITUCIONALES, TALLERES DE	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	$ 98.600.000	
	E.S.E. HOSPITAL SANTANDER HERRERA	1031	PRESTAR SERVICIO Y APOYO A LA GESTIÓN PARA EL DISEÑO AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL, LA PROMULGACIÓN Y DIVULGACIÓN EN EMISORA DIGITAL, PORTALES WEB, Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE INFORMEN LAS ACTIVIDADES, P	PUBLICADO	$ 8.000.000	

4.1 PRESUPUESTO OFICIAL

El Presupuesto Oficial para el presente Proceso de Contratación se estima en la suma de **CUARENTA Y NUEVE MILLONES MIL DOSCIENTOS PESOS ($49.001.200,00) M/CTE, INCLUIDO IVA**.

4.2 SOPORTES PRESUPUESTALES

Para la cancelación del Compromiso adquirido por el **MUNICIPIO**, existe el Certificado de Disponibilidad Presupuestal que se detalla a continuación, expedido por la Secretaría de Hacienda Municipal:

DOCUMENTO	NÚMERO	FECHA	VALOR A CONTRATAR
CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL	001692	24 de septiembre de 2026	$ 49.001.200
RUBRO PRESUPUESTAL	2.3.2.02.02.009.23.19		
DESCRIPCIÓN DEL RUBRO	Implementar una estrategia de comunicación para la oferta institucional de la alcaldía de los Patios en el marco de la política de gobierno digital.		
VIGENCIA	2026		
FUENTE DE FINANCIACIÓN	Recursos de balance recursos propios		
CÓDIGO BPIN	2024544050010 implementación de estrategias para promover la apropiación y el buen uso de las tecnologías y las comunicaciones (TIC) en el municipio de Los patios, Norte de Santander		

El gasto se encuentra respaldado en el proyecto de inversión No. 2447 – "Implementación de estrategias para promover la apropiación y el buen uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el municipio de Los Patios, Norte de Santander" (BPIN 2024544050010), con concepto de elegibilidad No. E-118 en el Banco de Programas y Proyectos de Inversión Municipal (BPPIM), cuya

actividad de la vigencia 2026 contempla el suministro de servicios de marketing digital y producción multimedia para la promoción y divulgación de la tercera edición de la Media Maratón Los Patios.

5. CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA MAS FAVORABLE PARA LA ENTIDAD

Se tendrá como único criterio de selección EL MENOR PRECIO, de conformidad con el literal c) del numeral 5 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 y el numeral 7 del artículo 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015: se aceptará la oferta de menor precio, siempre que cumpla con las condiciones exigidas en la invitación, con base en lo cual se efectuará el respectivo registro presupuestal.

Según el Manual de la Modalidad de Selección de Mínima Cuantía de Colombia Compra Eficiente (documento de orientación), el precio es el factor de selección del proponente. Es decir, la Entidad Estatal debe adjudicar el Proceso de Contratación al oferente que cumpla con todas las condiciones exigidas por la Entidad Estatal en los Documentos del Proceso (estudios previos e invitación a participar), y que ofrezca el menor valor.

No hay lugar a puntajes para evaluar las ofertas sobre las características del objeto a contratar, su calidad o condiciones. La Entidad Estatal debe revisar las ofertas económicas y verificar que la de menor precio cumple con las condiciones de la invitación. Si esta no cumple con las condiciones de la invitación, la Entidad Estatal debe verificar el cumplimento de los requisitos de la invitación de la oferta con el segundo mejor precio, y así sucesivamente.

REQUISITOS HABILITANTES Y SU JUSTIFICACIÓN

De conformidad con los artículos 2.2.1.1.1.6.2 y 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015, los requisitos habilitantes exigidos en la invitación pública son: (i) capacidad jurídica; (ii) experiencia mínima; y (iii) condiciones técnicas (equipo mínimo de trabajo y disponibilidad del servicio), que se verifican únicamente en la oferta de menor precio. No se exige Registro Único de Proponentes, capacidad financiera ni organizacional, por tratarse de mínima cuantía con pagos contra servicios recibidos a satisfacción. La Entidad no podrá exigir ni evaluar requisitos que no estén contenidos en la invitación.

Justificación de proporcionalidad: la experiencia exigida (un contrato en multimedia o desarrollo web, uno en elementos publicitarios y uno en marketing de eventos deportivos) guarda relación con los componentes del objeto (producción audiovisual, diseño, sitio web, pauta y divulgación de un evento deportivo), no exige un valor mínimo y admite contratos celebrados con entidades públicas o privadas, para no restringir injustificadamente la participación. El equipo mínimo se limita a cuatro (4) perfiles que corresponden a las actividades de coordinación, producción multimedia, comunicación e identidad corporativa y apoyo audiovisual necesarias para atender el volumen de piezas previsto, y su experiencia podrá acreditarse en el sector público o privado.

6. ANALISIS DEL RIESGO Y FORMA DE MITIGARLO

ESTIMACION, TIPIFICACION Y ASIGNACION DE RIESGOS PREVISIBLES QUE PUEDAN AFECTAR EL EQUILIBRIO ECONOMICO DEL CONTRATO Y MECANISMOS DE COBERTURA

El MUNICIPIO DE LOS PATIOS, a través de la Oficina de las TIC del Municipio de Los Patios, entiende por RIESGO cualquier posibilidad de afectación en la ejecución del contrato que limite, retrase o suspenda la ejecución del Contrato, o perjudique en cualquier forma y de

acuerdo con la tipificación de los riesgos a funcionarios, terceros o cualquier otro ser humano en su integridad y salud física y mental. El suceso que prevé el riesgo deberá tener relación directa con la ejecución del Contrato para que sea asumido como un riesgo del actual proceso de contratación.

CLASIFICACIÓN DEL RIESGO:

Existen diversas formas de clasificar los riesgos:

- Por su procedencia
- Por el momento en que se pueden producir
- Por las causas desde las cuales se produce
- Por las áreas que llegue a afectar

Lo anterior, de conformidad con el artículo 2.2.1.1.1.6.3 del Decreto 1082 de 2015, según el cual la Entidad Estatal debe evaluar el riesgo que el Proceso de Contratación representa para el cumplimiento de sus metas y objetivos, de acuerdo con los manuales y guías que expida Colombia Compra Eficiente, y conforme al Manual para la Identificación y Cobertura del Riesgo en los Procesos de Contratación (M-ICR-01), documento de orientación, se realizó el análisis con base en la siguiente matriz de evaluación del riesgo:

Probabilidad del riesgo

	Categoría	Valoración
PROBABILIDAD	Raro (puede ocurrir excepcionalmente)	1
	Improbable (puede ocurrir ocasionalmente)	2
	Posible (puede ocurrir en cualquier momento futuro)	3
	Probable (probablemente va a ocurrir)	4
	Casi cierto (ocurre en la mayoría de las circunstancias)	5

Impacto del riesgo

Impacto					
Calificación cualitativa	Obstruye la ejecución del contrato de manera intrascendente	Dificulta la ejecución del contrato de manera baja. Aplicando medidas mínimas se puede lograr el objeto contractual	Afecta la ejecución del contrato sin alterar el beneficio para las partes	Obstruye la ejecución del contrato sustancialmente pero aun así permite la consecución del objeto contractual	Perturba la ejecución del contrato de manera grave imposibilitando la consecución del objeto contractual
Calificación monetaria	Los sobrecostos no representan más del 1% del valor de contrato	Los sobrecostos no representan más del cinco (5%) del valor del contrato	Genera impacto sobre el valor del contrato entre el	Incrementa el valor del contrato entre el quince	Impacto sobre el valor del contrato en

				cinco (5%) y el quince (15%)	(15%) y el treinta (30%)	más del treinta (30%)
Categoría	Valoración	Insignificante	Menor	Moderado	Mayor	Catastrófico
		1	2	3	4	5

Valoración del riesgo

Impacto						
Calificación cualitativa		Obstruye la ejecución del contrato de manera intrascendente	Dificulta la ejecución del contrato de manera baja. Aplicando medidas mínimas se puede lograr el objeto contractual	Afecta la ejecución del contrato sin alterar el beneficio para las partes	Obstruye la ejecución del contrato sustancialmente pero aun así permite la consecución del objeto contractual	Perturba la ejecución del contrato de manera grave imposibilitando la consecución del objeto contractual
Calificación monetaria		Los sobrecostos no representan más del 1% del valor de contrato	Los sobrecostos no representan más del cinco (5%) del valor del contrato	Genera impacto sobre el valor del contrato entre el cinco (5%) y el quince (15%)	Incrementa el valor del contrato entre el quince (15%) y el treinta (30%)	Impacto sobre el valor del contrato en más del treinta (30%)
Categoría	Valoración	Insignificante	Menor	Moderado	Mayor	Catastrófico
		1	2	3	4	5
Raro (puede ocurrir excepcionalmente)	1	2	3	4	5	6
Improbable (puede ocurrir ocasionalmente)	2	3	4	5	6	7
Posible (puede ocurrir en cualquier momento futuro)	3	4	5	6	7	8
Probable (Probablemente va a ocurrir)	4	5	6	7	8	9
Casi cierto (ocurre en la mayoría de las circunstancias)	5	6	7	8	9	10

Categoría del riesgo

VALORACION DEL RIESGO (SUMATORIA VALORACION PROBABILIDAD DEL RIESGO + VALORACION IMPACTO DEL RIESGO)	CATEGORIA
8, 9 y 10	Riesgo extremo
6 y 7	Riesgo alto
5	Riesgo medio
2, 3 y 4	Riesgo bajo

Con base en estos parámetros entonces tenemos:

N	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Valoración	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/Control a ser implementado	Impacto después del tratamiento				¿Afecta la ejecución del	Responsable por	Fecha estimada en que se	Fecha estimada en que se	Monitoreo y revisión	
													Probabilidad	Impacto	Valoración	Categoría					¿Cómo se realiza	Periodicidad
1	General	Interno	Ejecución	Operativo	Deficiencias en la planeación, coordinación y aprobación de las piezas, contenidos, cronograma de publicaciones y demás productos de marketing requeridos para la promoción y divulgación de la 3ra edición de la Media Maratón Los Patios.	Retrasos en la producción y publicación de contenidos; reprocesos; incumplimiento del cronograma de divulgación y afectación de la estrategia de promoción del evento.	Posible	3	6	Alto	Entidad / Contratista	Definir desde el inicio cronograma, responsables, canales de comunicación, entregables, fechas de revisión y tiempos máximos para observaciones y aprobación. Realizar reuniones de seguimiento y dejar trazabilidad de las aprobaciones.	Improbable	3	5	Medio	Sí	Supervisor del contrato y representante del	Desde la suscripción del acta de inicio	Hasta la entrega y aprobación final de los	Revisión del cronograma, actas o evidencias	Semanal y cada vez que se presente un
2	Específico	Interno	Ejecución	Operativo	Entrega tardía, incompleta o con calidad insuficiente de las piezas gráficas, audiovisuales, fotografías, videos, contenidos digitales o demás productos contratados.	Reprocesos, necesidad de correcciones, retraso en las publicaciones, incumplimiento de entregables y posible afectación de la oportunidad de la campaña.	Probable	4	8	Extremo	Contratista	Presentar plan de trabajo y cronograma detallado; establecer especificaciones técnicas de cada entregable; realizar controles de calidad previos a la entrega y atender oportunamente las observaciones de la supervisión.	Improbable	3	5	Medio	Sí	Contratista, con seguimiento del supervisor	Desde el inicio de la ejecución	Hasta la entrega y aprobación de cada	Verificación de calidad, formato, contenido,	Con cada entrega y semanalmente
3	Específico	Interno	Ejecución	Tecnológico	Fallas de equipos, software, almacenamiento, conectividad o infraestructura tecnológica utilizada para la producción y	Interrupción o retraso de la producción, pérdida o corrupción de archivos, reprocesos y	Posible	4	7	Alto	Contratista	Contar con equipos y software adecuados, copias de seguridad, almacenamiento alterno, mecanismos de	Improbable	3	5	Medio	Sí	Contratista	Desde el inicio de la	Hasta la finalización	Verificación de	Semanal y durante

					edición del material multimedia.	retraso en la entrega de los productos.						recuperación de información y equipos o soluciones de contingencia para garantizar la continuidad del servicio.									
4	Específico	Interno	Ejecución	Legal	Uso de fotografías, videos, música, diseños, tipografías, imágenes, marcas u otros contenidos de terceros sin contar con las autorizaciones, licencias o derechos de uso correspondientes.	Reclamaciones de terceros, retiro de contenidos, suspensión de publicaciones, responsabilidades jurídicas y afectación económica o reputacional para las partes.	Posible	5	8	Extremo	Contratista	Verificar previamente la titularidad o autorización de uso de todos los contenidos incorporados; conservar soportes de licencias, autorizaciones y cesiones; utilizar únicamente material autorizado y cumplir las condiciones pactadas sobre propiedad intelectual.	Raro	4	5	Medio	Sí	Contratista, con verificación del supervisor	Desde el inicio de la producción de contenidos	Hasta la entrega y archivo de los productos finales	Revisión de soportes de autorización, licencias, cesiones y fuentes de los contenidos utilizados	Con cada producto que incorpore material de terceros
5	Específico	Interno	Ejecución	Legal	Tratamiento, publicación o divulgación de imágenes, videos, datos personales o información de participantes, colaboradores o terceros sin las autorizaciones o condiciones aplicables.	Quejas o reclamaciones de titulares, retiro de contenidos, investigaciones o responsabilidades administrativas y afectación reputacional.	Posible	5	8	Extremo	Entidad / Contratista	Definir previamente qué información e imágenes pueden utilizarse; obtener y conservar las autorizaciones requeridas; aplicar las medidas de protección de datos y limitar la divulgación a las finalidades autorizadas.	Raro	4	5	Medio	Sí	Contratista y supervisor del contrato	Antes de la captura y publicación de	Hasta la finalización del contrato y	Verificación de autorizaciones y revisión previa de contenidos que incluyan datos	Previo a cada publicación o entrega
6	Específico	Interno	Ejecución	Reputacional	Publicación de contenidos que contengan errores, información no autorizada, mensajes contrarios a la imagen institucional del evento o material que pueda generar una percepción negativa de la organización.	Afectación de la imagen institucional y del evento, necesidad de retirar o corregir publicaciones, pérdida de confianza y reprocesos.	Posible	4	7	Alto	Contratista	Implementar revisión y aprobación previa de piezas y mensajes; utilizar lineamientos de identidad visual y comunicaciones suministrados por la entidad; establecer protocolo para corrección o retiro de contenidos.	Improbable	3	5	Medio	Sí	Contratista y supervisor del contrato	Desde la elaboración de las primeras	Hasta la finalización de la estrategia de	Revisión previa de piezas, publicaciones y métricas de incidencias o	Antes de cada publicación y
7	Específico	Externo	Ejecución	Social / Operativo	Variaciones o afectaciones externas en las plataformas digitales, redes sociales, medios de comunicación o canales contratados que	Disminución del alcance de la campaña, necesidad de modificar la estrategia de	Posible	3	6	Alto	Entidad /	Monitorear el funcionamiento de los canales utilizados; disponer de canales alternativos;	Improbable	2	4	Bajo	Sí	Contratista, con	Desde el inicio de	Hasta la	Seguimiento de disponibilidad de	Diario durante

					limiten el alcance o disponibilidad de las publicaciones.	difusión y posibles retrasos en la divulgación.						adaptar oportunamente formatos y cronograma de publicaciones cuando las plataformas presenten restricciones o cambios.									
8	Específico	Externo	Ejecución	Fuerza mayor / Social	Situaciones imprevisibles o irresistibles, tales como condiciones meteorológicas adversas, alteraciones del orden público, restricciones de acceso, emergencias o cancelación/modificación del evento que impidan o dificulten las actividades de producción multimedia.	Suspensión o modificación de jornadas de grabación, imposibilidad de realizar determinados contenidos, retrasos o necesidad de reprogramar actividades.	Posible	5	8	Extremo	Entidad / Contratista según la causa y efectos	Contar con programación alternativa, jornadas de contingencia y canales de comunicación inmediata; reprogramar actividades cuando sea procedente; documentar el evento y sus efectos sobre el contrato conforme a las reglas contractuales.	Improbable	4	6	Alto	Sí	Supervisor y contratista	Desde el inicio de la ejecución	Hasta la culminación del contrato	Registro de novedades, seguimiento al cronograma y	Inmediato ante la ocurrencia y seguimiento semanal
9	Específico	Interno	Ejecución	Financiero / Operativo	Falta de disponibilidad oportuna de recursos o de contratación de servicios complementarios necesarios para la estrategia de divulgación, cuando estos se encuentren a cargo de la entidad.	Retraso en campañas, publicaciones o actividades de promoción y posible afectación del cronograma general de divulgación.	Improbable	4	6	Alto	Entidad	Programar y asegurar oportunamente los recursos y autorizaciones que correspondan a la entidad; coordinar con el contratista las necesidades de pauta, logística o servicios complementarios previstos.	Raro	3	4	Bajo	Sí	Ordenador del gasto / supervisor	Desde la planeación y antes de cada	Hasta la finalización de las actividades	Verificación de disponibilidad,	Quincenal y previo a actividades críticas
10	Específico	Interno	Ejecución	Operativo	Falta de disponibilidad oportuna del personal especializado requerido por el contratista para producción, edición, fotografía, video, diseño, gestión de redes u otras actividades previstas en la propuesta.	Retrasos, disminución de la calidad de los productos, incumplimiento del cronograma y necesidad de reprocesos.	Posible	4	7	Alto	Contratista	Garantizar el personal idóneo y suficiente durante toda la ejecución; disponer de reemplazos con competencias equivalentes cuando sea necesario; informar oportunamente cualquier novedad que afecte el servicio.	Improbable	3	5	Medio	Sí	Contratista	Desde el inicio de la ejecución	Hasta la finalización del contrato	Verificación del cumplimiento del equipo de	Semanal y ante cada cambio de personal
11	General	Externo	Ejecución	Comercial /	Cambios en las condiciones, tendencias o comportamiento de las audiencias y canales de	Necesidad de ajustar contenidos, formatos o	Posible	3	6	Alto	Contratista	Realizar seguimiento periódico a indicadores de	Improbable	2	4	Bajo	Sí	Contratista,	Desde el	Hasta la	Revisión de	Semanalme

					comunicación que reduzcan el desempeño esperado de determinadas acciones de marketing.	canales; disminución de indicadores de alcance o interacción y necesidad de implementar medidas correctivas dentro del alcance contractual.						alcance, interacción y desempeño; ajustar, dentro del alcance contractual, formatos, horarios, contenidos y canales con base en los resultados observados.										

7. GARANTIAS QUE SE CONTEMPLA EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACION

De conformidad con el artículo 7 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.2.1.5.5 del Decreto 1082 de 2015, en los procesos de mínima cuantía las garantías no son obligatorias y la Entidad Estatal es libre de exigirlas o no. Atendiendo a la naturaleza del objeto (servicios con entregables creativos y audiovisuales, componentes de propiedad intelectual y fecha de evento definida) y a la forma de pago (pagos parciales contra servicios recibidos a satisfacción), la Entidad ha determinado exigir las garantías que se señalan a continuación.

Las garantías podrán otorgarse mediante cualquiera de los mecanismos previstos en el artículo 2.2.1.2.3.1.2 del Decreto 1082 de 2015:

- Contrato de seguro contenido en una póliza.
- Patrimonio autónomo.
- Garantía Bancaria

Garantía única a cargo del contratista seleccionado, con los siguientes amparos:

AMPAROS	VALOR ASEGURADO	VIGENCIA
CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO	10% VALOR CONTRATO	VIGENCIA DEL CONTRATO Y (6) SEIS MESES MÁS
CALIDAD DEL SERVICIO CONTRATADO	10% VALOR CONTRATO	VIGENCIA DEL CONTRATO Y (6) SEIS MESES MÁS

En todo caso, el contratista se compromete a ampliar el valor de la misma o su vigencia, en el evento en que se aumente o adicione el valor del contrato o se prorrogue su término, en virtud de lo consagrado en el artículo 2.2.1.2.3.1.18 del Decreto 1082 de 2015. El municipio de Los Patios, realizará la revisión y verificación de la suficiencia de las garantías y de los amparos en concordancia con lo establecido en la ley y en el Decreto 1082 de 2015. Nota 1: La garantía única debe ser suscrita y cargada por el contratista en la plataforma SECOP II, y debe ser aprobada por la entidad como requisito para la ejecución del contrato. El contratista quedará obligado a efectuar las correcciones a que haya lugar, dentro del día hábil siguiente al requerimiento escrito en tal sentido. Nota 2: Se debe presentar junto a la Póliza el recibo de pago de la misma.

Garantía de seriedad de la oferta: la Entidad exigirá a los oferentes una garantía de seriedad de la oferta equivalente al diez por ciento (10%) del presupuesto oficial, con vigencia de treinta (30) días calendario contados desde el cierre del proceso. Su exigencia se justifica

en que la campaña de promoción está asociada a la fecha de realización del evento, por lo que el retiro o la falta de mantenimiento de una oferta afectaría la oportunidad de la divulgación y obligaría a repetir el proceso.

8. INDICACION SI EL PROCESO DE CONTRATACION ESTA COBIJADO POR UN ACUERDO COMERCIAL O UN TRATADO DE LIBRE COMERCIO VIGENTE PARA EL ESTADO COLOMBIANO

De conformidad con lo establecido en el Articulo 2.2.1.2.4.1.1 del Decreto 1082 de 2015, modificado por el Artículo 2º del Decreto 1676 de 2016, el Municipio de Los Patios, con base en los lineamientos señalados en el "MANUAL PARA EL MANEJO DE LOS ACUERDOS COMERCIALES EN PROCESOS DE CONTRATACION" - Versión M-MACPC-14 expedido por la Agencia Nacional de Contratación Pública "COLOMBIA COMPRA EFICIENTE, contempla que las Entidades Estatales que adelantan sus Procesos de Contratación con las Leyes 80 de 1993 y 1150 de 2007, no deben hacer este análisis en las modalidades de selección de contratación directa, mínima cuantía o para la enajenación de bienes del Estado.

Giovanni Pava

GIOVANNI PAVA COLMENARES
Jefe de Oficina de las TIC

Función	Nombres y Apellidos	Cargo	Firma
Revisó y proyectó aspectos jurídicos y del sector	Carlos Andrés Jaimes Acero	Asesor Jurídico Externo Contratista	
Revisó y aprobó aspectos técnicos y presupuesto	Giovanni Pava Colmenares	Jefe de Oficina de las TIC	Giovanni Pava
Revisó presupuesto (Apoyo profesional)	Carlos Alfredo Rojas Sierra	Contratista - Almacén	
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el presente documento y lo encontramos ajustado a las disposiciones legales y/o técnicas vigentes y por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para la Firma del Remitente.			