ESTUDIO DEL SECTOR Y ANÁLISIS DEL MERCADO

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN EN SEGURIDAD VIAL EN EL DEPARTAMENTO DE NORTE DE SANTANDER

El presente Estudio del Sector y Análisis del Mercado se elabora con el propósito de identificar, analizar y establecer las condiciones económicas, técnicas, comerciales y operativas del mercado de servicios relacionados con el diseño, organización, producción y ejecución de campañas de sensibilización y educación en seguridad vial, así como de procesos de formación dirigidos a conductores del servicio público de transporte de pasajeros en el departamento de Norte de Santander.

Su estructuración responde a la necesidad de contar con un análisis integral que permita sustentar las condiciones bajo las cuales se desarrollará el proceso de contratación, considerando las características particulares de los servicios requeridos, la naturaleza de las actividades, la cobertura territorial, la población beneficiaria, los recursos humanos y técnicos necesarios y los factores que inciden directamente en la determinación del presupuesto oficial.

El análisis se desarrolla atendiendo las disposiciones del Estatuto General de Contratación de la Administración Pública y, particularmente, lo establecido en el Decreto 1082 de 2015, en cuanto a la obligación de las entidades estatales de realizar el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación desde las perspectivas legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgos.

Para el caso particular, la contratación comprende la prestación de servicios especializados que integran componentes de comunicación, pedagogía, producción artística, actividades teatrales, logística, suministro de materiales de divulgación y formación en diferentes componentes de seguridad vial. Por consiguiente, el mercado objeto de estudio no corresponde exclusivamente al sector publicitario, sino que involucra actividades económicas complementarias que requieren capacidades profesionales, técnicas y operativas para garantizar el desarrollo de intervenciones integrales en los municipios priorizados.

De igual manera, se considera que las campañas de sensibilización vial constituyen herramientas de intervención social orientadas a fortalecer el conocimiento de las normas de tránsito y transporte, promover comportamientos responsables y generar conciencia sobre los riesgos asociados a la movilidad. Su efectividad depende de la pertinencia de los contenidos, la metodología empleada, la capacidad de convocatoria, la calidad de los recursos pedagógicos y la adecuada articulación de los equipos responsables de su ejecución.

En este sentido, el presente estudio no se limita a identificar valores de referencia, sino que busca establecer una relación coherente entre las actividades requeridas, los recursos necesarios para su desarrollo y las condiciones económicas del mercado, de manera que la estimación presupuestal responda al alcance real de la contratación y permita garantizar la adecuada utilización de los recursos públicos.

Para efectos de la estructuración económica, se toma como valor máximo de referencia la suma de CIENTO CUARENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS ($148.000.000) MONEDA CORRIENTE, incluidos IVA, impuestos, gastos de legalización, costos administrativos, operativos, logísticos y demás erogaciones que se generen con ocasión de la ejecución contractual.

Este valor constituye el límite presupuestal establecido para atender integralmente las actividades contempladas en el objeto contractual y deberá encontrarse respaldado por el correspondiente análisis de precios, la verificación de las condiciones del mercado y los soportes presupuestales expedidos por la entidad.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Objetivo general

Desarrollar un análisis integral del sector económico y del mercado de servicios relacionados con la planeación, diseño, producción y ejecución de campañas de sensibilización y formación en seguridad vial, que permita identificar las condiciones de oferta y demanda, los antecedentes de contratación, las características de los potenciales proveedores, los componentes técnicos y económicos de los servicios requeridos y los factores que inciden en la determinación del presupuesto oficial, con el propósito de sustentar técnica y económicamente la contratación por un valor máximo de CIENTO CUARENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS ($148.000.000) M/CTE.

Marco normativo y referentes institucionales

El presente análisis se fundamenta en el marco normativo que regula la contratación estatal en Colombia y en las disposiciones que orientan la formulación e implementación de políticas, programas y estrategias de seguridad vial.

En materia contractual, la Constitución Política de Colombia establece los principios que orientan la función administrativa y la gestión de los recursos públicos, entre ellos la igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad. Estos principios constituyen el fundamento de la planeación de las adquisiciones públicas y de la obligación de

las entidades estatales de garantizar que los recursos destinados a la contratación respondan a necesidades debidamente identificadas y justificadas.

La Ley 80 de 1993 establece el marco general de la contratación estatal y dispone los principios y reglas que deben observar las entidades públicas durante las diferentes etapas de los procesos contractuales. En concordancia con esta disposición, la Ley 1150 de 2007 introduce mecanismos orientados a fortalecer la eficiencia, transparencia y selección objetiva de los contratistas.

Por su parte, el Decreto 1082 de 2015 desarrolla las disposiciones reglamentarias del sistema de compras y contratación pública. Particularmente, el artículo 2.2.1.1.1.6.1 establece el deber de las entidades estatales de realizar el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación, desde las perspectivas legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgos.

Esta disposición constituye el principal referente metodológico para la elaboración del presente estudio, en la medida en que exige que las decisiones relacionadas con la contratación se encuentren soportadas en información que permita comprender el comportamiento del mercado y las condiciones bajo las cuales se prestarán los servicios requeridos.

Adicionalmente, la Ley 1474 de 2011 establece disposiciones orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y el control de la gestión pública, aspectos que deben observarse durante la planeación y ejecución de los procesos contractuales.

En materia de seguridad vial, la Ley 769 de 2002 establece el Código Nacional de Tránsito Terrestre y constituye el referente normativo fundamental para la regulación de los comportamientos de los actores viales, las condiciones de circulación y el cumplimiento de las disposiciones que rigen el tránsito en el territorio nacional.

La Ley 1503 de 2011 promueve la formación de hábitos, comportamientos y conductas seguros en la vía, reconociendo la importancia de la educación y la participación de los diferentes sectores de la sociedad en la prevención de los siniestros viales.

De igual manera, la Ley 2251 de 2022 fortalece el enfoque de Sistema Seguro y establece disposiciones orientadas a la protección de la vida y la integridad de los usuarios de las vías, bajo el reconocimiento de que la seguridad vial constituye una responsabilidad compartida entre las autoridades, los actores viales y los diferentes agentes que intervienen en el sistema de movilidad.

En el ámbito de política pública, el Plan Nacional de Seguridad Vial 2022-2031 establece los lineamientos estratégicos para avanzar hacia un sistema de movilidad más seguro, mediante acciones relacionadas con la gestión de la velocidad, vehículos seguros, infraestructura segura, usuarios seguros, cumplimiento normativo, educación, atención a víctimas y fortalecimiento institucional.

En el contexto departamental, estas disposiciones se articulan con el Plan Departamental de Seguridad Vial y con el Plan de Desarrollo Departamental 2024-2027 “Norte, Territorio de Paz”, particularmente con las acciones orientadas al fortalecimiento institucional para la implementación de estrategias de seguridad vial.

De acuerdo con los documentos de necesidad suministrados, la contratación se encuentra vinculada a la meta 104 del programa de fortalecimiento institucional para la implementación de estrategias de seguridad vial en el departamento, asociada al proyecto identificado con el código BPPID 2024004540063.

En consecuencia, la contratación constituye un instrumento de apoyo para el cumplimiento de los objetivos institucionales relacionados con la prevención de la siniestralidad vial, la promoción de comportamientos seguros y el fortalecimiento de las capacidades de los actores que intervienen en el sistema de transporte.

Identificación y caracterización del sector económico

- **Identificación del sector**

Los servicios objeto de contratación se encuentran ubicados principalmente en el sector terciario de la economía, dentro de las actividades relacionadas con publicidad, comunicación institucional, educación, formación, producción artística, organización de eventos y prestación de servicios logísticos.

Este sector se caracteriza por ofrecer soluciones especializadas que requieren la participación de personal calificado, infraestructura operativa, recursos tecnológicos y conocimientos técnicos para desarrollar actividades orientadas a la comunicación, transmisión de información, formación de capacidades y generación de cambios en los comportamientos de la población.

En particular, las campañas de seguridad vial constituyen servicios de carácter interdisciplinario, debido a que su ejecución requiere integrar diferentes áreas del conocimiento y capacidades operativas. No se trata únicamente de diseñar piezas publicitarias o divulgar mensajes institucionales, sino de estructurar intervenciones que permitan establecer contacto directo con los ciudadanos, generar espacios de aprendizaje y transmitir contenidos relacionados con la

prevención de riesgos en la vía.

Dentro de las actividades económicas relacionadas con este mercado se encuentran los servicios de publicidad y comunicación, el diseño y producción de contenidos audiovisuales, la formación para el trabajo, las actividades educativas complementarias, la producción de espectáculos y representaciones artísticas, la organización de eventos y la prestación de servicios de apoyo logístico.

Por lo anterior, la naturaleza de la contratación exige proveedores que cuenten con capacidad para integrar diferentes componentes técnicos y operativos, garantizando que las actividades se desarrollen bajo una metodología coherente y de acuerdo con las especificaciones establecidas por la entidad contratante.

- **Características económicas y operativas del sector**

Desde la perspectiva económica, el mercado de campañas de sensibilización y formación en seguridad vial presenta una estructura de costos compuesta principalmente por talento humano, producción de contenidos, materiales, transporte, logística, equipos y gastos administrativos.

A diferencia de la adquisición de bienes estandarizados, los servicios de campañas institucionales se estructuran de acuerdo con las características particulares de cada proyecto. Su precio depende de factores como el número de municipios, la cantidad de jornadas, el número de participantes, la duración de las intervenciones, el tipo de metodología pedagógica, los requerimientos técnicos y las condiciones de desplazamiento.

El talento humano representa uno de los componentes fundamentales de la prestación del servicio. Para el desarrollo de las actividades se requiere la participación de profesionales y técnicos encargados de la coordinación, planeación, producción, formación y ejecución de las jornadas, así como personal especializado en comunicación, pedagogía, seguridad vial y actividades artísticas.

De igual manera, las intervenciones teatrales requieren una preparación técnica y artística que comprende la elaboración de contenidos, adaptación de guiones, preparación de los participantes, ensayos, desplazamiento de los artistas y ejecución de las presentaciones. Este componente tiene características económicas diferentes a las de una actividad convencional de divulgación, dado que incorpora recursos creativos y capacidades especializadas.

En cuanto al componente pedagógico, los servicios demandados requieren la estructuración de contenidos y metodologías que permitan transmitir información de manera clara, comprensible y pertinente para los diferentes públicos. Esto implica disponer de facilitadores con

conocimientos en seguridad vial, desarrollar actividades participativas y preparar materiales que complementen los procesos de aprendizaje.

El componente logístico también representa un factor determinante en la formación de los precios. La realización de actividades en diferentes municipios exige organizar los desplazamientos del personal, transportar los elementos necesarios para las jornadas, disponer de equipos y materiales y garantizar las condiciones operativas para el desarrollo de las actividades en los lugares definidos por la entidad.

Adicionalmente, las campañas requieren mecanismos de divulgación y visibilizarían que permitan ampliar el alcance de los mensajes institucionales. Para ello se contemplan actividades de diseño gráfico, elaboración de piezas comunicativas, producción de registros audiovisuales y difusión de contenidos en medios digitales.

Finalmente, deben considerarse los costos administrativos y operativos que permiten coordinar las diferentes actividades, realizar el seguimiento de los productos, consolidar los registros de asistencia, elaborar los informes y garantizar el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

En consecuencia, la determinación del precio debe considerar la integración de todos estos componentes y no limitarse al costo individual de una jornada, una pieza publicitaria o una actividad de capacitación.

- **Naturaleza y comportamiento del mercado**

El mercado de servicios de sensibilización y educación vial presenta una dinámica de contratación por proyectos, en la cual las entidades públicas adquieren servicios de acuerdo con sus necesidades institucionales, disponibilidad presupuestal, metas de gestión y prioridades territoriales.

La demanda suele materializarse mediante procesos contractuales que establecen un objeto específico, un alcance técnico, una población beneficiaria, una cobertura territorial, unos productos y un plazo de ejecución.

En este contexto, los proveedores pueden participar mediante la prestación directa de los servicios o a través de esquemas de integración de diferentes capacidades profesionales, técnicas y logísticas, siempre que cumplan las condiciones legales y técnicas establecidas en los documentos del proceso.

La existencia de diferentes especialidades dentro del sector genera un mercado en el que participan empresas de publicidad, organizaciones educativas, operadores logísticos,

productores audiovisuales, entidades de formación y organizaciones dedicadas a actividades culturales y artísticas.

Esta diversidad permite que las entidades estructuren servicios integrales, siempre que las condiciones de participación y ejecución contractual sean proporcionales al objeto y permitan garantizar la calidad de los resultados.

Para el departamento de Norte de Santander, las condiciones geográficas y la dispersión territorial representan elementos adicionales que deben considerarse en el análisis económico, debido a que la ejecución de actividades en municipios diferentes a Cúcuta requiere prever desplazamientos, transporte de materiales, tiempos de operación y disponibilidad de personal.

Por consiguiente, la capacidad logística del proveedor constituye un elemento relevante para garantizar el cumplimiento del cronograma y evitar que las condiciones de acceso a los municipios afecten la calidad y oportunidad de los servicios.

Contexto territorial y diagnóstico de la necesidad

- **Caracterización del departamento de Norte de Santander**

El departamento de Norte de Santander está conformado por 40 municipios y presenta características geográficas, económicas y sociales que inciden directamente en las condiciones de movilidad y seguridad vial de su población.

Su condición fronteriza, la existencia de corredores de conexión regional, la concentración de actividades comerciales en determinados centros urbanos y la relación permanente entre las zonas rurales y urbanas generan diferentes dinámicas de desplazamiento.

Estas características hacen necesario que las estrategias de prevención vial tengan en cuenta las particularidades de cada territorio, los tipos de usuarios que utilizan las vías, las condiciones de infraestructura y los principales factores de riesgo asociados a la movilidad.

La ejecución de campañas departamentales debe considerar que las necesidades de sensibilización no son necesariamente homogéneas. En algunos municipios pueden requerirse actividades enfocadas en motociclistas, mientras que en otros resulta pertinente fortalecer la educación de peatones, conductores de vehículos particulares, transportadores y demás usuarios del sistema vial.

De igual manera, la realización de actividades en municipios con condiciones geográficas y de acceso diferentes exige una adecuada planeación de los recursos humanos, técnicos y

logísticos, de manera que se garantice una cobertura efectiva y una utilización eficiente del presupuesto disponible.

- **Problemática de seguridad vial**

La siniestralidad vial constituye una problemática de interés público debido a sus efectos sobre la vida, la integridad física y la salud de las personas, así como por las consecuencias económicas que genera para las familias, el sistema de salud, las instituciones y la sociedad en general.

Los siniestros viales no representan únicamente hechos asociados a la circulación de vehículos, sino que reflejan la interacción de múltiples factores relacionados con el comportamiento humano, las condiciones de los vehículos, la infraestructura, la regulación y las condiciones del entorno.

Dentro de los factores que requieren atención mediante estrategias de educación y sensibilización se encuentran el exceso de velocidad, la conducción bajo los efectos del alcohol, las distracciones ocasionadas por dispositivos móviles, el incumplimiento de las normas de tránsito, el uso inadecuado de elementos de protección y las deficiencias en las prácticas de mantenimiento preventivo de los vehículos.

Estas situaciones evidencian la necesidad de fortalecer las estrategias institucionales de prevención, mediante intervenciones que permitan transmitir conocimientos, desarrollar habilidades y promover comportamientos responsables entre los diferentes actores viales.

En particular, la educación dirigida a motociclistas adquiere especial relevancia por su exposición a riesgos asociados a la velocidad, las condiciones de circulación, el uso de elementos de protección y las decisiones adoptadas durante los desplazamientos.

De igual manera, los conductores de transporte público requieren procesos de formación que fortalezcan sus competencias en conducción preventiva, revisión preoperacional, mantenimiento de los vehículos, manejo de situaciones de conflicto, atención inicial de emergencias y gestión de los factores de riesgo presentes durante la prestación del servicio.

Por consiguiente, las campañas de sensibilización y los procesos de capacitación constituyen mecanismos complementarios para fortalecer la cultura vial y contribuir a los objetivos de prevención establecidos en los instrumentos de política pública.

- **Identificación de municipios priorizados**

De acuerdo con los antecedentes consignados en el estudio de necesidad de la Secretaría de Tránsito Departamental, se identificó la necesidad de desarrollar intervenciones de sensibilización en los municipios de Ábrego, Cáchira, La Esperanza, Cácota y Villa Caro.

La selección de estos territorios responde a los criterios institucionales relacionados con el comportamiento de los indicadores de siniestralidad y la necesidad de fortalecer las acciones preventivas en el ámbito municipal.

En la documentación de necesidad se presentan variaciones en los indicadores de fallecimientos durante el primer semestre de 2026 frente al mismo periodo de 2025, señalando especialmente las situaciones registradas en La Esperanza, Cáchira y Ábrego.

La inclusión de Cácota y Villa Caro permite ampliar el alcance territorial de las intervenciones y desarrollar actividades de carácter preventivo, orientadas a fortalecer los comportamientos seguros y la apropiación de las normas de tránsito y transporte.

Esta priorización permite orientar las actividades hacia territorios específicos y establecer una programación que considere las condiciones de movilidad, la población objetivo y los recursos requeridos para desarrollar las jornadas.

Es importante precisar que la información estadística utilizada para justificar la priorización deberá corresponder a los registros oficiales de siniestralidad y encontrarse debidamente actualizada y validada por la entidad antes de la publicación definitiva del proceso.

Análisis de la demanda institucional

- **Identificación de la demanda**

La demanda de los servicios relacionados con campañas de sensibilización, educación y formación en seguridad vial proviene principalmente de las entidades públicas que, dentro de sus competencias, desarrollan programas de prevención, regulación, control y fortalecimiento de la cultura vial.

En el ámbito territorial, las gobernaciones, alcaldías y organismos de tránsito requieren contratar periódicamente servicios orientados a promover el cumplimiento de las normas de tránsito, fortalecer las capacidades de los conductores y desarrollar estrategias pedagógicas dirigidas a los diferentes usuarios de las vías.

Estas necesidades se encuentran asociadas a los planes de desarrollo, planes de seguridad vial, programas institucionales y metas de gestión establecidas por las entidades territoriales.

La demanda también se presenta en el sector privado, especialmente en empresas de transporte público, empresas de transporte de carga, empresas de transporte especial y organizaciones que requieren implementar procesos de formación y sensibilización para sus trabajadores.

En el caso particular de la Gobernación de Norte de Santander, la demanda se encuentra vinculada con las competencias de la Secretaría de Tránsito Departamental y con las acciones establecidas en los instrumentos de planeación institucional.

Por esta razón, la contratación busca disponer de un servicio integral que permita desarrollar actividades de sensibilización y formación con cobertura en los municipios priorizados, garantizando la articulación de los componentes pedagógicos, artísticos, comunicativos y logísticos.

- **Necesidad específica de contratación**

La necesidad identificada por la Secretaría de Tránsito Departamental consiste en fortalecer las estrategias de sensibilización y formación en seguridad vial mediante actividades que permitan acercar los contenidos institucionales a la ciudadanía y generar espacios de aprendizaje dirigidos a los conductores del servicio público de transporte.

Para atender esta necesidad se requiere la contratación de un operador que cuente con capacidad técnica y operativa para organizar dos campañas de sensibilización vial mediante herramientas artísticas y teatrales, así como desarrollar procesos de formación en diferentes componentes de seguridad vial para conductores de transporte público de pasajeros.

La contratación comprende actividades que requieren coordinación entre diferentes perfiles profesionales y técnicos, disponibilidad de materiales, producción de contenidos, logística territorial y elaboración de evidencias que permitan verificar el cumplimiento de las obligaciones.

En consecuencia, el servicio debe ser concebido como una intervención integral y no como la adquisición aislada de piezas publicitarias o la realización independiente de jornadas de capacitación.

La integralidad de la contratación permite articular la planeación, producción, ejecución y documentación de las actividades bajo una misma coordinación operativa, facilitando el seguimiento por parte de la entidad y la verificación de los productos establecidos.

- **Dimensionamiento de la demanda**

La demanda institucional comprende dos componentes principales: campañas de sensibilización dirigidas a diferentes actores viales y procesos de formación orientados a conductores de transporte público.

El primer componente corresponde a la campaña denominada **#EnMotoLaVidaPrimero**, dirigida a 1.700 participaciones de actores viales y programada para desarrollarse en cinco municipios. Su metodología contempla intervenciones de sensibilización mediante actividades pedagógicas, dinámicas participativas, representaciones teatrales, divulgación de mensajes y entrega de materiales de apoyo.

El segundo componente corresponde a la campaña **#LaVíaEsDeTodos**, igualmente orientada a 1.700 participaciones y con cobertura en los cinco municipios priorizados. Esta estrategia busca fortalecer el reconocimiento de la vía como un espacio compartido, promoviendo la convivencia, el respeto por las normas y la corresponsabilidad de los diferentes actores viales.

El tercer componente comprende la formación en seguridad vial de 600 conductores de transporte público, mediante grupos de hasta 100 participantes. De acuerdo con las especificaciones técnicas, se contemplan tres encuentros de formación por grupo, con una duración de una hora cada uno, para un total de 18 sesiones.

Los contenidos de formación incluyen manejo defensivo, control y aplicación del plan de mantenimiento preventivo del vehículo, revisión preoperacional, resolución de conflictos, manejo de emociones, estrés, fatiga y formación en primeros auxilios y atención inicial como primer respondiente.

La distribución general de la demanda se presenta a continuación:

SERVICIO REQUERIDO	CANTIDAD PREVISTA
Campaña #EnMotoLaVidaPrimero	1
Participaciones previstas en la primera campaña	1.700
Campaña #LaVíaEsDeTodos	1
Participaciones previstas en la segunda campaña	1.700
Conductores objeto de formación	600
Grupos de formación de hasta 100 participantes	6
Encuentros por grupo	3
Total de sesiones de formación	18
Municipios de intervención	5

En consecuencia, el alcance comprende 3.400 participaciones programadas en campañas de

sensibilización y 600 participaciones previstas en procesos de formación, para un total de 4.000 participaciones.

Esta cifra corresponde a la programación de atención establecida en el documento técnico y no debe interpretarse necesariamente como el número de personas únicas beneficiadas, debido a que una misma persona podría participar en diferentes actividades.

- **Características de los servicios demandados**

Los servicios demandados presentan características técnicas diferenciadas que deben integrarse para garantizar el cumplimiento del objeto contractual.

Las campañas de sensibilización requieren una fase de planeación en la cual se definan los mensajes, los contenidos, las metodologías y las actividades que se desarrollarán en cada municipio. Esta etapa debe considerar las particularidades de la población objetivo y los comportamientos que se busca fortalecer mediante las intervenciones.

El componente artístico y teatral requiere la elaboración de propuestas creativas, preparación de contenidos, organización de las presentaciones y participación de personal con experiencia en actividades escénicas. Su propósito es transmitir mensajes de prevención de manera didáctica, facilitar la comprensión de las situaciones de riesgo y generar espacios de reflexión entre los participantes.

El componente de comunicación comprende el diseño y elaboración de piezas gráficas, volantes, flyers, reels y demás contenidos audiovisuales requeridos para divulgar las actividades y fortalecer la visibilidad de las campañas. Estos productos deben mantener coherencia con los mensajes institucionales y permitir documentar el desarrollo de las intervenciones.

Por su parte, la logística comprende la organización de los espacios, disposición de equipos, transporte del personal, traslado de materiales, montaje de elementos de apoyo y coordinación de las jornadas en los municipios.

En cuanto a los procesos de formación, se requiere estructurar contenidos técnicos y pedagógicos que permitan abordar los factores de riesgo propios de la actividad de conducción del servicio público. La metodología debe facilitar la participación de los asistentes y permitir verificar el desarrollo de los contenidos y la asistencia de los beneficiarios.

Finalmente, todas las actividades deben contar con mecanismos de seguimiento y documentación que permitan acreditar su ejecución mediante listas de asistencia, registros

fotográficos, productos audiovisuales, materiales pedagógicos e informes técnicos.

La integración de estos componentes constituye un elemento fundamental para definir el alcance del servicio y establecer las condiciones económicas de la contratación.

Comportamiento histórico de la demanda y antecedentes de contratación

- **Antecedentes de contratación de la Gobernación de Norte de Santander**

Para identificar el comportamiento histórico de la demanda institucional se consideran los antecedentes de contratación adelantados por la Gobernación de Norte de Santander, particularmente aquellos relacionados con campañas de sensibilización vial desarrolladas mediante actividades pedagógicas, artísticas y teatrales.

De acuerdo con la información contenida en el informe de gestión de la Secretaría de Tránsito Departamental correspondiente al primer trimestre de 2026, se identifica el proceso MC-STD-02471-2024, cuyo objeto estuvo relacionado con la realización de campañas de sensibilización vial sobre el cumplimiento de las normas de transporte y tránsito a través del arte y el teatro en los municipios de Ábrego, Chinácota y Sardinata.

El valor reportado para dicho proceso fue de NOVENTA Y NUEVE MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL PESOS ($99.999.000) M/CTE, con un avance de ejecución del 100 %.

Las actividades desarrolladas comprendieron campañas de sensibilización identificadas con los mensajes #YoApoyoElTransporteLegal, #LlegoACasaNoAl Cielo y #YoMeMuevoSeguro, mediante la utilización de material impreso, representaciones teatrales, actividades pedagógicas y espacios de sensibilización sobre el cumplimiento de las normas de tránsito y transporte.

Este antecedente representa una referencia de especial importancia para el análisis del mercado, debido a que corresponde a una contratación ejecutada por la misma entidad territorial, dentro del mismo sector económico y con una finalidad institucional relacionada con la promoción de la seguridad vial.

- **Antecedentes del proceso objeto de referencia**

Dentro de la documentación suministrada se identifica un proceso de contratación estructurado por la Gobernación de Norte de Santander, a través de la Secretaría de Tránsito Departamental, cuyo objeto comprende la realización de campañas de sensibilización vial sobre el cumplimiento

de las normas de tránsito y transporte mediante el arte y el teatro en los municipios de Ábrego, Cáchira, La Esperanza, Cácota y Villa Caro, así como la formación en diferentes componentes de seguridad vial para conductores del servicio público de pasajeros.

Para este proceso se estableció un presupuesto oficial máximo de CIENTO CUARENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS ($148.000.000) M/CTE, incluidos IVA, impuestos locativos y demás gastos.

Este valor debe analizarse considerando el alcance integral de la contratación, que comprende dos campañas de sensibilización con cobertura en cinco municipios y actividades de formación dirigidas a 600 conductores de transporte público.

A diferencia de una campaña convencional de comunicación institucional, el servicio incorpora actividades que demandan personal especializado, producción de contenidos, preparación de intervenciones teatrales, organización logística, desplazamiento territorial, materiales educativos y mecanismos de seguimiento y documentación.

En consecuencia, el valor de $148.000.000 constituye el límite máximo establecido por la entidad para la contratación integral de los servicios descritos y debe sustentarse mediante el análisis de los componentes y recursos necesarios para su ejecución.

- **Referencias adicionales del mercado**

Como referencia complementaria se identifica el proceso adelantado por el Instituto de Tránsito y Transporte de Los Patios durante la vigencia 2026, relacionado con una campaña de sensibilización y prevención del transporte ilegal, cuyo valor base reportado fue de CUARENTA Y OCHO MILLONES SETECIENTOS VEINTIOCHO MIL PESOS ($48.728.000) M/CTE.

Este antecedente permite evidenciar que los organismos de tránsito municipales también demandan servicios relacionados con la comunicación institucional, la educación vial y la sensibilización ciudadana.

No obstante, su alcance corresponde a una intervención de carácter municipal y no contempla necesariamente la totalidad de los componentes técnicos, artísticos, formativos y logísticos previstos en la contratación departamental.

Por esta razón, su valor se utiliza únicamente como elemento de referencia para conocer el comportamiento de la demanda en el mercado territorial, sin asumirlo como precio unitario ni como equivalente económico del objeto contractual.

- **Análisis comparativo de los antecedentes**

La comparación de los antecedentes permite identificar que las entidades territoriales contratan servicios de sensibilización vial con diferentes niveles de cobertura, metodologías y componentes.

El proceso adelantado por la Gobernación en 2024 constituye el antecedente más cercano por corresponder a una contratación departamental que incorporó actividades teatrales y pedagógicas en diferentes municipios. Por su parte, el proceso municipal de Los Patios permite observar la demanda de servicios de sensibilización en una escala territorial diferente.

La contratación objeto del presente análisis incorpora dos campañas y un componente específico de formación de conductores, lo que representa una mayor integración de actividades y exige una estructura de costos que contemple los diferentes recursos necesarios para su ejecución.

ANTECEDENTE	VIGENCIA	ALCANCE	VALOR
Gobernación de Norte de Santander – MC-STD-02471-2024	2024	Campañas de sensibilización vial mediante arte y teatro en tres municipios.	$99.999.000
Instituto de Tránsito y Transporte de Los Patios	2026	Campaña municipal de sensibilización y prevención del transporte ilegal.	$48.728.000
Contratación departamental objeto de análisis	2026	Dos campañas en cinco municipios y formación de conductores de transporte público.	$148.000.000

Los valores anteriores se presentan como antecedentes documentales y referencias de mercado. Su utilización definitiva para determinar la razonabilidad del presupuesto requiere verificar las condiciones de ejecución, las cantidades contratadas, los productos entregados y la fecha de celebración de cada proceso.

En particular, el antecedente de 2024 deberá analizarse considerando la variación de precios entre vigencias, mientras que el proceso municipal deberá valorarse atendiendo las diferencias de cobertura y alcance.

De esta manera, se evita realizar comparaciones exclusivamente nominales y se garantiza que la evaluación económica tenga en cuenta las características reales de los servicios contratados.

Análisis de la oferta del sector

- **Caracterización de la oferta**

El mercado de servicios relacionados con campañas de sensibilización, educación y formación en seguridad vial está integrado por diferentes tipos de proveedores que desarrollan actividades de comunicación institucional, publicidad, producción de contenidos, capacitación, actividades culturales, representaciones teatrales y operación logística de eventos.

La oferta se caracteriza por la participación de empresas con perfiles empresariales diversos, cuyas capacidades pueden encontrarse concentradas en una actividad específica o integradas mediante equipos multidisciplinarios que permiten atender proyectos de mayor alcance.

Dentro de este mercado se identifican empresas dedicadas a la prestación de servicios publicitarios y de comunicación estratégica, organizaciones especializadas en formación y capacitación, operadores de eventos, productores de contenidos audiovisuales, organizaciones culturales y prestadores de servicios logísticos.

La participación de estos agentes económicos depende de su capacidad para atender las condiciones técnicas y operativas exigidas por las entidades contratantes, particularmente en lo relacionado con la disponibilidad de personal, experiencia específica, capacidad de desplazamiento, producción de materiales y cumplimiento de cronogramas.

Para el objeto contractual analizado, la oferta debe contar con capacidad suficiente para desarrollar simultáneamente actividades de planeación, producción artística, pedagogía, comunicación y formación, garantizando que los servicios se ejecuten de manera articulada en los cinco municipios establecidos.

En este sentido, el mercado ofrece alternativas de prestación directa e integral de los servicios, así como esquemas de articulación de diferentes especialidades, siempre que se garantice la responsabilidad del contratista frente a la totalidad de las obligaciones contractuales.

- **Tipología de proveedores**

Los potenciales proveedores del servicio pueden clasificarse de acuerdo con la naturaleza de las actividades económicas que desarrollan y las capacidades requeridas para atender el objeto contractual.

En primer lugar, se encuentran las empresas de publicidad y comunicación institucional, cuya actividad se concentra en la conceptualización de campañas, diseño de estrategias

comunicativas, elaboración de piezas gráficas, producción audiovisual y divulgación de mensajes a través de diferentes canales. Estas organizaciones pueden aportar capacidades creativas y técnicas para garantizar la coherencia de la identidad de las campañas y la adecuada difusión de los mensajes institucionales.

En segundo lugar, se identifican las instituciones y organizaciones dedicadas a la formación y capacitación, que cuentan con experiencia en procesos educativos, elaboración de contenidos pedagógicos y desarrollo de jornadas de enseñanza dirigidas a diferentes grupos poblacionales. Su participación resulta relevante para el componente de formación de conductores de transporte público, particularmente cuando se requiere abordar contenidos relacionados con conducción defensiva, mantenimiento preventivo, revisión preoperacional y atención inicial de emergencias.

En tercer lugar, se encuentran los operadores de eventos y servicios logísticos, cuya actividad comprende la organización de jornadas institucionales, disposición de equipos, montaje de espacios, transporte de materiales, coordinación de personal y apoyo operativo durante el desarrollo de las actividades.

También participan organizaciones culturales, productores artísticos y operadores de actividades teatrales, que cuentan con capacidades para desarrollar intervenciones escénicas y representaciones orientadas a transmitir mensajes educativos mediante metodologías participativas y recursos de expresión artística.

Finalmente, se identifican empresas de servicios integrales que, por su estructura organizacional y experiencia, pueden coordinar diferentes componentes del servicio bajo una misma dirección operativa, facilitando la programación, ejecución y seguimiento de las actividades.

La diversidad de proveedores evidencia que existe un mercado compuesto por diferentes especialidades. Por ello, la estructuración del proceso debe establecer requisitos técnicos proporcionales al objeto contractual, sin limitar injustificadamente la participación de agentes económicos que puedan acreditar capacidad suficiente para ejecutar los servicios requeridos.

- **Capacidad técnica y operativa requerida**

La ejecución del objeto contractual exige que el proveedor seleccionado disponga de una estructura operativa que permita atender de manera simultánea las actividades de las dos campañas de sensibilización y los procesos de formación previstos para los conductores del servicio público.

La capacidad técnica debe reflejarse en la disponibilidad de personal encargado de la coordinación general, planeación metodológica, producción de contenidos, ejecución de actividades pedagógicas, intervenciones teatrales, formación y consolidación de evidencias.

De igual manera, se requiere capacidad logística para organizar los desplazamientos entre municipios, transportar los elementos de apoyo, disponer de equipos y materiales y atender las condiciones particulares de cada jornada.

La capacidad administrativa resulta igualmente importante, toda vez que el contratista debe garantizar la coordinación de los diferentes perfiles, realizar seguimiento al cronograma, gestionar los recursos asignados y presentar los informes y soportes que permitan verificar la ejecución de los productos.

Desde el punto de vista operativo, el proveedor debe tener la posibilidad de organizar las actividades de manera que las intervenciones se desarrollen dentro del plazo contractual, evitando retrasos derivados de la falta de disponibilidad de personal, equipos, materiales o medios de transporte.

La integración de estas capacidades constituye una condición necesaria para garantizar la calidad del servicio y el cumplimiento de las obligaciones establecidas por la entidad.

- **Condiciones de competencia en el mercado**

El mercado de servicios de campañas de sensibilización y formación presenta condiciones de competencia entre proveedores que ofrecen soluciones de comunicación, capacitación, producción artística y logística.

La competencia se desarrolla principalmente a partir de factores como la experiencia específica, calidad metodológica, disponibilidad de personal, capacidad operativa, creatividad de las propuestas, cumplimiento de los requisitos técnicos y precio ofertado.

En este tipo de servicios, la comparación económica debe considerar que dos ofertas pueden presentar valores diferentes aun cuando aparentemente desarrollen actividades similares, debido a diferencias en el número de profesionales, duración de las jornadas, calidad de los materiales, condiciones logísticas, recursos técnicos y cobertura territorial.

Por esta razón, la evaluación del mercado debe procurar que las cotizaciones y referencias utilizadas para establecer el presupuesto correspondan a servicios comparables, con especificaciones homogéneas y condiciones de ejecución equivalentes.

Adicionalmente, la entidad debe garantizar que los requisitos habilitantes sean adecuados a la naturaleza y cuantía del contrato, de forma que permitan verificar la idoneidad de los proveedores sin generar restricciones innecesarias a la libre concurrencia.

Análisis de los factores que inciden en la formación de los precios

La determinación del valor de los servicios de sensibilización y formación en seguridad vial depende de diferentes variables económicas, técnicas y operativas que inciden directamente en los costos de ejecución.

A diferencia de los bienes que cuentan con características estandarizadas y precios fácilmente comparables, los servicios objeto de contratación requieren una estructura de costos particular, determinada por el alcance de las actividades, la metodología de intervención, el número de participantes y las condiciones de prestación del servicio.

En consecuencia, el análisis económico debe considerar los recursos necesarios para desarrollar las campañas en los cinco municipios, garantizar la participación de los beneficiarios, disponer de personal especializado y cumplir las especificaciones técnicas establecidas por la entidad.

- **Talento humano especializado**

El talento humano representa uno de los principales componentes de la estructura económica del contrato, debido a que las actividades requieren la participación de profesionales, técnicos, facilitadores, artistas y personal operativo.

La coordinación general implica disponer de una persona responsable de la planeación, programación y seguimiento de las actividades, así como de la articulación entre los diferentes equipos de trabajo.

Por otra parte, las actividades pedagógicas requieren facilitadores con conocimientos en seguridad vial y capacidades para transmitir contenidos de manera clara y participativa.

Las intervenciones teatrales requieren artistas y personal de producción que puedan preparar y desarrollar las presentaciones, mientras que los procesos de formación deben contar con perfiles que acrediten conocimientos relacionados con las temáticas establecidas.

La contratación debe considerar los honorarios, remuneraciones, obligaciones laborales o contractuales aplicables, aportes al sistema de seguridad social y demás costos asociados a la vinculación del personal.

- **Producción artística y teatral**

Las actividades teatrales constituyen un componente especializado de las campañas, debido a que requieren procesos de conceptualización, elaboración de guiones, preparación de escenas, ensayos, participación de artistas, elementos de ambientación y ejecución de las presentaciones.

Su costo depende del número de intervenciones, la duración de cada presentación, la cantidad de integrantes del grupo artístico, los recursos técnicos utilizados y las condiciones de desplazamiento.

La utilización del teatro como herramienta pedagógica permite presentar situaciones cotidianas de riesgo vial y promover espacios de reflexión sobre las consecuencias de las decisiones que adoptan los diferentes actores en la vía.

Por consiguiente, el valor de este componente debe contemplar no solamente la presentación final, sino también las actividades previas necesarias para garantizar la calidad artística y pedagógica de las intervenciones.

9.4. Producción de contenidos y materiales de comunicación

El componente de comunicación comprende el diseño y elaboración de piezas gráficas, materiales impresos, volantes, flyers, contenidos digitales, reels y demás elementos requeridos para divulgar las campañas.

Su estructura de costos depende de la cantidad de piezas, las características del diseño, los procesos de producción, la calidad de los materiales, los requerimientos de impresión y los formatos de entrega.

También debe considerarse la producción de registros audiovisuales que permitan documentar las actividades y generar contenidos para la divulgación institucional.

Los materiales deben responder a las necesidades de cada campaña y mantener coherencia con los mensajes de prevención establecidos por la Secretaría de Tránsito Departamental.

- **Logística y desplazamiento territorial**

La ejecución de las campañas en cinco municipios implica costos asociados al transporte de personal, traslado de materiales, desplazamiento de los equipos artísticos, movilización de elementos técnicos y coordinación de las actividades en los lugares definidos.

Este componente adquiere especial importancia debido a las condiciones geográficas del departamento y a las distancias existentes entre los municipios priorizados y los principales centros de operación.

Los costos logísticos deben considerar las condiciones de acceso, los tiempos de desplazamiento, la disponibilidad de transporte, las necesidades de alojamiento cuando sean procedentes y los recursos requeridos para el montaje y desarrollo de las jornadas.

Adicionalmente, deben contemplarse los gastos asociados a equipos de sonido, elementos de apoyo, mobiliario, carpas y demás recursos que resulten necesarios según las especificaciones técnicas.

- **Material pedagógico y elementos de apoyo**

Las actividades de sensibilización y formación requieren materiales que permitan complementar los contenidos y facilitar la apropiación de los mensajes.

Dentro de este componente pueden incluirse cartillas, folletos, volantes, elementos impresos, material didáctico y demás recursos establecidos en las especificaciones del proceso.

La determinación de su costo depende de las cantidades requeridas, características técnicas, materiales utilizados, diseño y condiciones de producción y entrega.

- **Costos administrativos, impuestos y demás gastos**

La prestación integral del servicio genera costos administrativos asociados a la coordinación, seguimiento, organización documental, preparación de informes, gestión de personal y cumplimiento de las obligaciones contractuales.

También deben incorporarse los impuestos, tasas, contribuciones, gastos de legalización y demás erogaciones que resulten aplicables al contratista de acuerdo con su naturaleza jurídica y régimen tributario.

Estos conceptos deben encontrarse contemplados dentro del valor total ofertado, de manera que el precio presentado incluya la totalidad de los costos necesarios para ejecutar las actividades sin generar obligaciones económicas adicionales para la entidad, diferentes de las expresamente pactadas.

Análisis económico y estructura del presupuesto oficial

- **Determinación del presupuesto oficial**

Para todos los efectos legales, fiscales y contractuales, el presupuesto oficial máximo establecido para el proceso corresponde a la suma de CIENTO CUARENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS ($148.000.000) MONEDA CORRIENTE, incluido IVA, impuestos locativos y demás gastos que se generen con ocasión de la ejecución del contrato.

Este valor constituye el límite máximo de recursos que la entidad destinará para atender integralmente las actividades previstas en el objeto contractual y comprende los costos directos e indirectos necesarios para garantizar el desarrollo de las campañas de sensibilización y los procesos de formación.

La estimación presupuestal debe analizarse considerando la totalidad de los componentes que integran el servicio, incluyendo la planeación, coordinación, producción artística, desarrollo de actividades pedagógicas, formación, elaboración de materiales, producción de contenidos, desplazamientos, logística, administración e impuestos.

En consecuencia, el presupuesto no corresponde exclusivamente al pago de jornadas de sensibilización o presentaciones teatrales, sino a la contratación integral de un conjunto de actividades que requieren recursos humanos, técnicos, materiales y logísticos para su ejecución en los municipios priorizados.

La estructuración económica debe permitir que el contratista seleccionado disponga de los recursos necesarios para cumplir las obligaciones dentro del plazo establecido, garantizando la calidad de los productos y la cobertura prevista.

- **Relación entre el presupuesto y el alcance contractual**

El presupuesto de $148.000.000 debe guardar correspondencia con las actividades y productos establecidos en las especificaciones técnicas.

En este sentido, la contratación contempla dos campañas de sensibilización, cada una con una meta de 1.700 participaciones, para un total de 3.400 participaciones en actividades de intervención ciudadana.

Adicionalmente, se contempla la formación de 600 conductores de transporte público mediante 18 sesiones de capacitación, organizadas en seis grupos de hasta 100 participantes.

Esta programación implica la preparación de contenidos, disponibilidad de personal especializado, organización de espacios, suministro de materiales y desarrollo de actividades en diferentes municipios.

La relación entre el valor máximo de la contratación y el alcance previsto permite obtener un indicador económico general de referencia, sin que este represente por sí mismo el costo unitario de cada actividad.

CONCEPTO	CANTIDAD
Presupuesto oficial máximo	$148.000.000
Participaciones previstas en campañas	3.400
Participaciones previstas en formación	600
Total de participaciones programadas	4.000
Valor promedio por participación programada	$37.000

El valor promedio de $37.000 se obtiene de dividir el presupuesto máximo entre las 4.000 participaciones previstas. Este indicador tiene carácter exclusivamente referencial, dado que los costos de las campañas y de los procesos de formación presentan estructuras diferentes y no deben considerarse homogéneos.

De igual manera, el indicador no representa el costo por persona única, toda vez que puede existir participación de una misma persona en diferentes actividades.

- **Componentes de la estructura económica**

Para efectos del análisis del presupuesto oficial, se identifican los siguientes componentes de costos:

- **Componente de planeación, coordinación y dirección técnica.** Comprende las actividades de organización general, programación de las jornadas, coordinación del equipo de trabajo, articulación con la entidad contratante, seguimiento del cronograma y consolidación de los informes de ejecución.
- **Componente pedagógico y de formación.** Comprende la preparación de contenidos, estructuración metodológica, desarrollo de sesiones de formación, disponibilidad de facilitadores y materiales de apoyo para los 600 conductores previstos.
- **Componente artístico y teatral.** Incluye la preparación y ejecución de las intervenciones teatrales, elaboración de guiones, participación de artistas, ensayos, elementos de ambientación y recursos técnicos requeridos.

- **Componente de comunicación y producción de contenidos.** Comprende el diseño gráfico, elaboración de piezas de divulgación, producción audiovisual, reels, fotografías y demás contenidos necesarios para el desarrollo y documentación de las campañas.
- **Componente de materiales e insumos.** Incluye la producción y suministro de los materiales pedagógicos y elementos de apoyo previstos en las especificaciones técnicas.
- **Componente logístico y operativo.** Comprende transporte, desplazamientos, movilización de equipos y materiales, montaje de espacios, sonido, mobiliario y demás recursos requeridos para la ejecución de las jornadas.
- **Componente administrativo, tributario y de gastos indirectos.** Incluye los costos de administración, obligaciones fiscales, impuestos, gastos de legalización y demás conceptos que deban ser asumidos por el contratista.

La integración de estos componentes permite comprender la naturaleza del presupuesto y establecer una base técnica para la revisión de su razonabilidad económica.

- **Tratamiento de los impuestos y gastos incluidos**

El valor máximo de $148.000.000 comprende IVA, impuestos locativos y demás gastos asociados a la ejecución contractual, de conformidad con la condición establecida en los documentos del proceso.

Por consiguiente, las propuestas económicas deberán contemplar todos los costos necesarios para ejecutar las actividades, sin superar el presupuesto oficial establecido.

El tratamiento tributario deberá corresponder a la naturaleza de los servicios prestados, la condición tributaria del contratista y las disposiciones vigentes al momento de presentar la oferta.

La entidad deberá verificar que el presupuesto incluya los conceptos tributarios aplicables y que no se generen duplicidades en la estimación de los costos.

De igual manera, los gastos de transporte, desplazamiento, logística, administración y demás erogaciones necesarias para el cumplimiento del objeto deberán encontrarse incorporados en el precio total ofertado.

Justificación de la razonabilidad del presupuesto

La estimación del presupuesto oficial por valor de CIENTO CUARENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS ($148.000.000) M/CTE debe analizarse a partir de la naturaleza integral de los

servicios requeridos y de las condiciones necesarias para garantizar su ejecución en el territorio departamental.

En primer lugar, debe considerarse que la contratación comprende dos campañas de sensibilización con cobertura en cinco municipios, lo cual implica desarrollar actividades de planeación, producción, organización y ejecución en diferentes escenarios territoriales.

En segundo lugar, el componente artístico y teatral exige la participación de personal especializado y la preparación de intervenciones que requieren recursos creativos, técnicos y logísticos adicionales a los utilizados en actividades convencionales de divulgación.

En tercer lugar, la contratación incorpora procesos de formación para 600 conductores del servicio público de transporte, organizados en 18 sesiones. Este componente requiere estructurar contenidos específicos, disponer de facilitadores y garantizar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades educativas.

Adicionalmente, se requiere disponer de materiales de apoyo, contenidos de comunicación, registros audiovisuales y evidencias que permitan verificar el cumplimiento de las metas y productos establecidos.

La cobertura en cinco municipios también genera costos relacionados con el desplazamiento del personal y los recursos técnicos, la movilización de materiales y la coordinación operativa de las jornadas.

Por otra parte, el antecedente de contratación MC-STD-02471-2024, por valor de $99.999.000, permite identificar una experiencia contractual previa de la misma entidad territorial en servicios de sensibilización vial mediante arte y teatro en tres municipios.

Aunque dicho antecedente no resulta directamente equivalente en alcance y cantidades, constituye un referente institucional para el análisis de la demanda y la evolución de los servicios contratados.

En consecuencia, el presupuesto de $148.000.000 debe sustentarse en la mayor integración de componentes, la cobertura territorial prevista, la cantidad de participaciones y los procesos de formación incluidos, y no únicamente en una comparación nominal con contratos anteriores.

La razonabilidad definitiva del presupuesto deberá acreditarse mediante la verificación de cotizaciones, el análisis de precios de mercado y la validación de las cantidades y especificaciones técnicas, de manera que la entidad cuente con elementos objetivos para determinar que el valor establecido resulta suficiente, proporcional y acorde con las condiciones

de prestación del servicio.

Análisis de costo-beneficio

La inversión destinada a campañas de sensibilización y formación en seguridad vial debe analizarse desde una perspectiva económica y social, teniendo en cuenta que su finalidad principal consiste en prevenir comportamientos de riesgo, promover el cumplimiento de las normas y contribuir a la protección de la vida y la integridad de los usuarios de las vías.

Los costos derivados de los siniestros viales no se limitan a los daños materiales de los vehículos involucrados. También comprenden gastos de atención médica, servicios de emergencia, rehabilitación, incapacidades, pérdida de productividad, afectaciones familiares y demás consecuencias sociales.

Por esta razón, las acciones de prevención representan una herramienta de intervención que puede contribuir a reducir la exposición a los factores de riesgo y fortalecer la cultura de seguridad vial.

- **Beneficios económicos y sociales esperados**

La ejecución de las campañas permitirá desarrollar acciones de sensibilización dirigidas a diferentes actores viales, fortaleciendo el conocimiento de las normas, la percepción del riesgo y la importancia de adoptar comportamientos seguros durante los desplazamientos.

De igual manera, los procesos de formación dirigidos a conductores de transporte público permitirán abordar contenidos relacionados con conducción defensiva, mantenimiento preventivo, revisión preoperacional, manejo de emociones, fatiga y atención inicial de emergencias.

Desde la perspectiva económica, la prevención puede contribuir a disminuir los costos asociados a los siniestros, reducir la presión sobre los servicios de salud, evitar pérdidas de productividad y favorecer condiciones de movilidad más seguras.

En el ámbito social, los beneficios se relacionan con la protección de la vida, la integridad de las personas, el bienestar de las familias y el fortalecimiento de la convivencia vial.

Es importante precisar que estos beneficios constituyen resultados esperados de la intervención y no pueden atribuirse automáticamente a la contratación ni cuantificarse como ahorros efectivos sin contar con una metodología de evaluación que permita establecer una relación verificable entre las actividades ejecutadas y las variaciones en los indicadores de siniestralidad.

- **Evaluación de la eficiencia de la inversión**

Para valorar la eficiencia de la inversión, la entidad deberá realizar seguimiento a los productos entregados, la población efectivamente atendida, las actividades ejecutadas y los resultados de los instrumentos de evaluación.

Entre los indicadores que pueden utilizarse se encuentran el número de participaciones registradas, porcentaje de cumplimiento de las jornadas, número de conductores formados, cobertura municipal, nivel de satisfacción de los participantes y variación en el conocimiento de los factores de riesgo antes y después de las intervenciones.

La medición de estos indicadores permitirá establecer el grado de cumplimiento de los objetivos contractuales y generar información para mejorar la planeación de futuras estrategias de seguridad vial.

- **ANÁLISIS DE RIESGOS DEL MERCADO Y DE LA EJECUCIÓN**

La prestación de servicios integrales de sensibilización y formación vial implica la concurrencia de diferentes actividades y recursos, por lo que resulta necesario identificar los factores que pueden afectar la ejecución contractual.

Entre los principales riesgos se encuentran las dificultades de desplazamiento hacia los municipios, las condiciones climáticas que puedan afectar las jornadas programadas, la disponibilidad del personal especializado, los retrasos en la producción de materiales, las dificultades de convocatoria y los inconvenientes relacionados con la coordinación de los espacios para el desarrollo de las actividades.

También deben considerarse los riesgos económicos asociados a las variaciones en los costos de transporte, materiales, servicios logísticos y demás insumos necesarios para la ejecución.

Desde el punto de vista operativo, la falta de coordinación entre los equipos pedagógicos, artísticos y logísticos puede afectar el cumplimiento del cronograma y la calidad de las intervenciones.

Para mitigar estos riesgos, el contratista deberá presentar una programación de actividades, garantizar la disponibilidad del personal y los recursos requeridos, coordinar oportunamente los desplazamientos y mantener comunicación permanente con la supervisión del contrato.

De igual manera, deberá disponer de mecanismos de contingencia para atender situaciones que puedan afectar el desarrollo de las jornadas y garantizar la entrega oportuna de los

productos.

La entidad, por su parte, deberá realizar seguimiento al cumplimiento de las obligaciones, facilitar la coordinación institucional que corresponda y verificar que las actividades se desarrollen conforme a las condiciones técnicas y contractuales establecidas.

Matriz de distribución presupuestal

Valor del proceso: $148.000.000

COMPONENTE	VALOR ESTIMADO
Campaña 1: #EnMotoLaVidaPrimero	$42.000.000
Campaña 2: #LaVíaEsDeTodos	$42.000.000
Capacitación a conductores de transporte público	$36.000.000
Gestión transversal, coordinación, seguimiento y evaluación	$28.000.000
TOTAL	$148.000.000

- Campaña **#EnMotoLaVidaPrimero**

Esta campaña contempla actividades pedagógicas y de sensibilización dirigidas a los actores viales, con énfasis en la prevención de conductas de riesgo asociadas al uso de motocicletas. Se proyecta su implementación en cinco municipios, con una meta de 1.700 participaciones.

ACTIVIDAD O COMPONENTE	VALOR ESTIMADO
Diseño metodológico, planeación y adaptación de contenidos pedagógicos	$5.000.000
Equipo de facilitadores y actividades de intervención pedagógica	$12.000.000
Actividades lúdicas, teatrales y estrategias de sensibilización	$8.000.000
Elaboración y suministro de material pedagógico y divulgativo	$5.000.000
Transporte, desplazamientos y logística municipal	$7.000.000
Registro audiovisual y divulgación de la campaña	$3.000.000
Coordinación operativa y organización de las jornadas	$2.000.000
TOTAL CAMPAÑA	$42.000.000

- Campaña **#LaVíaEsDeTodos**

Esta campaña busca promover comportamientos seguros y corresponsables entre los diferentes actores viales, mediante jornadas de intervención territorial, actividades educativas y acciones de sensibilización en los municipios priorizados. Se proyecta una cobertura de 1.700 participaciones.

ACTIVIDAD O COMPONENTE	VALOR ESTIMADO
Diseño metodológico y estructuración de contenidos de campaña	$5.000.000
Equipo de profesionales y facilitadores para las jornadas	$12.000.000
Actividades pedagógicas, lúdicas y de sensibilización	$8.000.000
Material educativo, piezas gráficas y elementos de apoyo	$5.000.000
Transporte, desplazamientos y logística municipal	$7.000.000
Divulgación, registro fotográfico y audiovisual	$3.000.000
Coordinación operativa y organización de las jornadas	$2.000.000
TOTAL CAMPAÑA	$42.000.000

- **Capacitación a conductores de transporte público**

Este componente contempla el desarrollo de un proceso de formación dirigido a 600 conductores de transporte público, organizados en seis grupos de hasta 100 participantes cada uno. Se proyectan tres sesiones por grupo, para un total de 18 sesiones de capacitación de una hora cada una, de acuerdo con la programación establecida.

ACTIVIDAD O COMPONENTE	VALOR ESTIMADO
Diseño y estructuración de contenidos de capacitación	$3.500.000
Honorarios de profesionales y capacitadores	$12.000.000
Material didáctico y herramientas pedagógicas	$4.000.000
Logística y adecuación de espacios para las jornadas	$4.500.000
Transporte y desplazamiento del equipo de trabajo	$5.000.000
Apoyo operativo y organización de los seis grupos	$3.000.000
Evaluación, consolidación de asistencia y soportes de participación	$2.000.000
TOTAL CAPACITACIÓN	$34.000.000

Ajuste presupuestal: para conservar el valor total de $148.000.000, se propone asignar $36.000.000 a capacitación, incorporando $2.000.000 adicionales para recursos logísticos y apoyos operativos. Por tanto, el componente de capacitación queda distribuido así:

COMPONENTE	VALOR AJUSTADO
Diseño y estructuración de contenidos	$3.500.000
Honorarios de profesionales y capacitadores	$12.000.000
Material didáctico y herramientas pedagógicas	$4.000.000
Logística y adecuación de espacios	$4.500.000
Transporte y desplazamiento	$5.000.000
Apoyo operativo y organización de grupos	$3.000.000
Evaluación y soportes de participación	$2.000.000
Recursos complementarios de operación y logística	$2.000.000
TOTAL CAPACITACIÓN	$36.000.000

- **Gestión transversal, coordinación, seguimiento y evaluación**

Este componente comprende las actividades generales necesarias para garantizar la adecuada ejecución, articulación institucional, control operativo y seguimiento de las actividades previstas en los tres componentes principales.

ACTIVIDAD O COMPONENTE	VALOR ESTIMADO
Coordinación general y dirección operativa del proyecto	$7.000.000
Planeación y articulación institucional con los municipios	$4.000.000
Seguimiento técnico y administrativo de las actividades	$4.000.000
Consolidación de bases de datos, indicadores y resultados	$3.000.000
Elaboración de informes técnicos y documento final de ejecución	$3.000.000
Registro, sistematización y organización de evidencias	$2.000.000
Gastos administrativos, impuestos y costos asociados no imputados a otros componentes	$5.000.000
TOTAL GESTIÓN TRANSVERSAL	$28.000.000

Consolidado general del presupuesto

COMPONENTE	VALOR	PARTICIPACIÓN
Campaña #EnMotoLaVidaPrimero	$42.000.000	28,38 %
Campaña #LaVíaEsDeTodos	$42.000.000	28,38 %
Capacitación a conductores	$36.000.000	24,32 %
Gestión transversal	$28.000.000	18,92 %
TOTAL	$148.000.000	100 %

Análisis de razonabilidad del presupuesto

La distribución presupuestal propuesta responde a la naturaleza y alcance de las actividades previstas, considerando que el objeto contractual no se limita a la elaboración de piezas comunicativas o al suministro de material publicitario, sino que comprende la planeación, organización, ejecución y evaluación de intervenciones pedagógicas y procesos de capacitación en territorio.

La asignación de recursos a las dos campañas de seguridad vial representa el 56,76 % del presupuesto total, en atención a que estas actividades requieren equipos de trabajo, facilitadores, herramientas pedagógicas, materiales, desplazamientos y logística para su implementación en los municipios priorizados. Por su parte, el proceso de capacitación a conductores de transporte público representa el 24,32 %, teniendo en cuenta la organización de seis grupos, el desarrollo de 18 sesiones y la atención de una población proyectada de 600 participantes.

El componente transversal, equivalente al 18,92 %, comprende las actividades de coordinación, articulación institucional, seguimiento, sistematización de resultados y elaboración de informes, necesarias para asegurar la trazabilidad de la ejecución contractual y la verificación de los productos entregados.

En consecuencia, la distribución permite relacionar los recursos presupuestados con los productos y actividades requeridos, sin desconocer que el valor definitivo de cada componente deberá sustentarse mediante el análisis de precios del mercado, las cotizaciones recibidas, los antecedentes contractuales comparables y la estructura de costos presentada por los posibles oferentes.

Análisis de la oferta y condiciones de participación

El mercado de servicios relacionados con campañas pedagógicas, capacitación y sensibilización en seguridad vial presenta características multidisciplinarias, debido a que la ejecución de este tipo de actividades requiere integrar conocimientos técnicos, metodologías educativas, capacidades logísticas y experiencia en intervención comunitaria.

En consecuencia, la entidad deberá permitir la participación de personas naturales y jurídicas cuya actividad económica, experiencia y capacidad técnica guarden relación con el objeto contractual y las obligaciones que se pretende satisfacer.

La evaluación de la oferta deberá considerar la capacidad de los posibles proveedores para desarrollar las actividades en los municipios establecidos, disponer del talento humano

requerido, suministrar los materiales y recursos necesarios y garantizar la entrega de los productos contractuales.

Los requisitos habilitantes deberán guardar correspondencia con la naturaleza, cuantía, complejidad y riesgos del contrato. Su definición deberá responder a criterios de proporcionalidad, razonabilidad y selección objetiva, evitando establecer condiciones que restrinjan injustificadamente la participación de potenciales oferentes.

De igual manera, la entidad deberá verificar que la experiencia solicitada permita acreditar conocimientos y capacidades relacionadas con el desarrollo de campañas educativas, actividades de sensibilización, procesos de capacitación o servicios de características similares, sin limitar innecesariamente la concurrencia de proveedores.

ANDREA KATHERINE LEON
ANALISTA DEL SECTOR
SECRETARIA DE TRANSITO

MATRIZ DE RIESGOS CONTRACTUALES – CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN VIAL Y FORMACIÓN																	
No.	**Clase**	**Fuente**	**Etapa**	**Tipo**	**Descripción del riesgo**	**Consecuencia**	**P**	**I**	**Nivel inicial**	**Asignación**	**Tratamiento / controles**	**P residual**	**I residual**	**Nivel residual**	**Responsable**	**Monitoreo**	**Inicio**	**Finalización**
1	General	Externo	Planeación / selección	Económico	Variación ordinaria de precios de materiales, elementos pedagógicos, transporte, logística, equipos, sonido y demás costos requeridos para las campañas de sensibilización vial y formación de conductores.	Incremento de costos para el contratista y posible afectación de la ejecución de las actividades previstas.	3	3	Alto	Contratista	Estructurar la oferta considerando los costos directos e indirectos, logística, materiales, personal, transporte y demás componentes requeridos para ejecutar las actividades a todo costo.	2	2	Bajo	Contratista / supervisor	Revisión de ejecución, soportes y cumplimiento de actividades.	Desde la oferta	Durante la ejecución
2	Específico	Interno	Ejecución	Operacional	Incumplimiento o indisponibilidad del equipo de trabajo, artistas, talleristas, facilitador	Retrasos, reprogramaciones o imposibilidad de realizar las actividades de sensibilizaci	3	4	Alto	Contratista	Programar con anticipación el equipo de trabajo; disponer de personal suplente idóneo;	2	2	Bajo	Contratista / supervisor	Verificación previa de personal y seguimiento a la ejecución.	Acta de inicio	Durante la ejecución

					es, personal logístico o conductores requeridos para desarrollar las campañas y jornadas de formación.	ón y capacitación en las fechas establecidas.					confirmar asistencia y establecer un plan de contingencia.						
3	Específico	Interno	Ejecución	Calidad	Desarrollo de campañas, presentaciones artísticas, actividades pedagógicas o jornadas de formación que no se ajusten al objeto, contenidos, población objetivo o especificaciones técnicas requeridas.	Baja efectividad de las actividades, inconformidad de la entidad y necesidad de repetir o corregir productos y jornadas.	2	4	Alto	Contratista	Revisión y aprobación previa de contenidos, metodología, guiones, materiales y plan de trabajo por parte de la supervisión; verificación de cumplimiento.	1	3	Bajo	Contratista / supervisor	Revisión de productos y verificación durante cada actividad.	Antes de la primera actividad	Hasta la aprobación de entregables

4	Específico	Interno	Ejecución	Logístico	Fallas en la coordinación de espacios, sonido, transporte, materiales, equipos o montaje requeridos para las campañas de sensibilización vial y formación de conductores.	Demoras, interrupción de actividades, afectación de la asistencia y disminución de la calidad de las jornadas.	3	4	Alto	Contratista	Plan logístico por actividad; verificación anticipada de espacios, equipos y materiales; pruebas técnicas y coordinación con la entidad.	2	2	Bajo	Contratista / supervisor	Lista de chequeo antes y durante cada jornada.	Antes de cada actividad	Durante la ejecución
5	General	Externo	Ejecución	Ambiental	Lluvias intensas, condiciones climáticas adversas u otros eventos naturales que afecten los espacios o desplazamientos para realizar las campañas y jornadas de formación.	Suspensión, retraso o reprogramación de actividades y afectación de la participación de la población convocada.	3	4	Alto	Compartido	Consultar alertas y condiciones climáticas; prever espacios alternos o cubiertos; coordinar reprogramaciones con la supervisión cuando sea necesario.	2	3	Medio	Entidad / contratista	Seguimiento de condiciones antes de cada jornada.	Ante cada actividad	Durante la ejecución

6	General	Externo	Ejecución	Social / orden público	Bloqueos, protestas, alteraciones del orden público, cierres viales o restricciones de movilidad que impidan el acceso del equipo de trabajo o de los participantes.	Demoras, baja asistencia, suspensión o reprogramación de las campañas y actividades formativas.	3	4	Alto	Compartido	Coordinar previamente rutas y condiciones de seguridad; mantener comunicación con la entidad; considerar alternativas de lugar o fecha y reprogramar con autorización.	2	3	Medio	Entidad / contratista	Monitoreo previo y durante los desplazamientos y actividades.	Antes cada actividad	Durante la ejecución
7	Específico	Interno	Ejecución	Convocatoria / participación	Insuficiente convocatoria o baja asistencia de conductores, actores viales, comunidad o población objetivo a las campañas de sensibilización y jornadas de formación.	Disminución del alcance de las actividades y menor cumplimiento de los objetivos de sensibilización y capacitación.	3	4	Alto	Compartido	Definir población objetivo y estrategia de convocatoria; divulgar fechas, lugares y contenidos con anticipación; coordinar con actores locales y la entidad.	2	3	Medio	Entidad / contratista	Registro de convocatoria, asistencia y participación por actividad.	Antes de cada actividad	Durante la ejecución

8	Específico	Interno	Ejecución	Seguridad / protección	Incidentes, lesiones o situaciones de riesgo para participantes, artistas, facilitadores o personal durante las actividades, desplazamientos, montajes o demostraciones.	Afectaciones a la integridad de las personas, interrupción de la actividad y posibles reclamaciones.	2	5	Alto	Contratista	Evaluar el lugar; organizar el espacio; adoptar medidas preventivas; disponer de elementos de seguridad y atención de emergencias; evitar demostraciones riesgosas.	1	3	Bajo	Contratista / supervisor	Inspección del espacio y registro de novedades durante las jornadas.	Antes de cada actividad	Durante la ejecución
9	Específico	Interno	Ejecución	Regulatorio / autorizaciones	Falta de permisos, autorizaciones de uso de espacios, coordinación institucional o requisitos aplicables para la realización de actividades públicas, artísticas o de formación.	Imposibilidad de realizar la actividad en el lugar o fecha previstos, sanciones o reprogramaciones.	2	4	Alto	Contratista / entidad, según competencia	Identificar requisitos con anticipación; gestionar permisos y autorizaciones correspondientes; coordinar con las autoridades y responsables de los espacios.	1	3	Bajo	Contratista / supervisor	Verificación documental previa a cada actividad.	Antes de cada actividad	Hasta la realización de la actividad

10	Específico	Interno	Ejecución	Información / comunicaciones	Uso de mensajes, materiales o contenidos de sensibilización que sean incorrectos, confusos, discriminatorios o que no correspondan a las normas de tránsito y transporte aplicables.	Desinformación de los participantes, afectación de la imagen institucional y menor efectividad pedagógica.	2	4	Alto	Contratista	Validar contenidos, mensajes y piezas pedagógicas con la supervisión; utilizar información normativa vigente y lenguaje claro y adecuado a la población objetivo.	1	3	Bajo	Contratista / supervisor	Revisión previa de guiones, piezas y materiales.	Antes de la primera actividad	Durante la ejecución
11	Específico	Interno	Ejecución	Fraude / integridad	Presentación de registros de asistencia, evidencias fotográficas, informes o soportes que no correspondan a las actividades efectivamente realizadas.	Pagos improcedentes, dificultades para verificar el cumplimiento, observaciones de supervisión y posibles consecuencias contractuales.	2	5	Alto	Contratista	Consolidar planillas de asistencia, registros fotográficos y audiovisuales, informes por actividad y soportes verificables; validar la información con la supervisión.	1	3	Bajo	Contratista / supervisor	Verificación de evidencias y conciliación con actividades realizadas.	Acta de inicio	Hasta la liquidación

12	Específico	Interno	Terminación / liquidación	Contractual	Entrega incompleta o extemporánea de informes, productos pedagógicos, evidencias, registros de asistencia y demás soportes exigidos para acreditar la ejecución contractual.	Demoras en la aprobación de entregables, trámite de pagos y cierre o liquidación del contrato.	2	3	Medio	Contratista	Establecer cronograma de entregas; utilizar lista de chequeo; presentar informes completos y organizar las evidencias por actividad y municipio.	1	2	Bajo	Contratista / supervisor	Revisión de entregables y soportes por actividad y al cierre.	Durante la ejecución	Hasta la liquidación