ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

Selección Abreviada de Menor Cuantía

INTRODUCCIÓN

Conforme con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, por el cual se reglamenta el sistema de compra y contratación pública, establece: "*Deber de análisis de las Entidades Estatales. La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso".*

El Municipio de Sampués, como entidad territorial estructura y adelanta el proceso de contrataciòn de ***Selección Abreviada de Menor Cuantía*** que tendrá por objeto: ***"PRESTACIÓN DE SERVICIO PARA DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (IE) EN EL EJE DE DETERMINANTES SOCIALES DE LA SALUD UTILIZANDO LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN EL MUNICIPIO DE SAMPUÉS – SUCRE"*** y mediante el presente analisis del sector deja constancia del estudio realizado en la etapa de planeación y estructuración del mismo.

En virtud del objeto contractual que se enmarca en el sector de Prestación de Servicios de personal se evidencia que de acuerdo con las obligaciones que se desarrollarán en la ejecución, estas pueden ser ejecutadas por una persona natural o jurídica que cumpla con los requerimientos técnicos exigidos por la entidad, con idoneidad y experiencia en el desarrollo del objeto contractual.

Se deja constancia mediante el presente documento, del análisis del sector "Económico" realizado en la etapa de planeación y estructuración de este, así:

1. **OBJETO CONTRACTUAL**

"PRESTACIÓN DE SERVICIO PARA DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (IE) EN EL EJE DE DETERMINANTES SOCIALES DE LA SALUD UTILIZANDO LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN EL MUNICIPIO DE SAMPUÉS – SUCRE."

2. **SECTOR ECONOMICO**

La fuente de información que refleja este análisis de Prestación de Servicios de personal fue realizada con un estudio de mercado a diferentes empresas del sector privado y análisis de algunas entidades estatales que han celebrado este tipo de contratos.

Por lo anterior, se tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

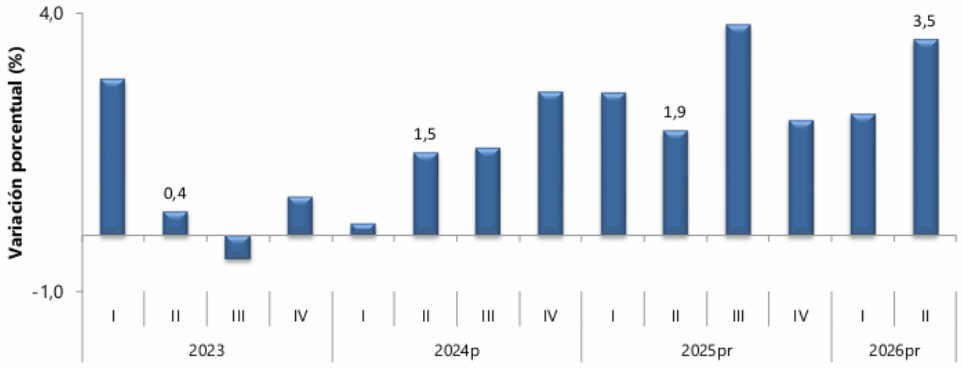
2.1. ANÁLISIS DEL MERCADO

Producto Interno Bruto (PIB) nacional trimestral[1]

Información segundo trimestre 2026

En el segundo trimestre de 2026pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 3,5% respecto al mismo periodo de 2025pr.

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2023-I / 2026pr-II



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

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).

[1]https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica

- 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).

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 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026pr-II / 2025pr-II	2026pr / 2025pr	2026pr-II / 2026pr-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

Industrias manufactureras

En el segundo trimestre de 2026pr, el valor agregado de las industrias manufactureras crece 2,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 4):

- Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco crece 3,6%.

- Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles decrece 7,1%.

- Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción

de copias a partir de grabaciones originales decrece 4,7%.

- Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos crece 2,0%.

- Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo crece 5,6%.

- Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras crece 6,9%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las industrias manufactureras decrece en 0,4%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco crece 2,5%.

- Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles decrece 2,1%.

- Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales decrece 0,1%.

- Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de

otros productos minerales no metálicos decrece 0,8%.

- Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo decrece 0,3%.

- Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras crece 0,1%.

Tabla 4. Industrias manufactureras
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Segundo trimestre 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026pr-II / 2025pr-II	2026pr / 2025pr	2026pr-II / 2026pr-I
Elaboración de productos alimenticios[2]	3,6	2,7	2,5
Fabricación de productos textiles[3]	-7,1	-4,7	-2,1
Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles[4]	-4,7	-4,4	-0,1
Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles[5]	2,0	2,9	-0,8
Fabricación de productos metalúrgicos básicos[6]	5,6	4,6	-0,3
Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras	6,9	8,3	0,1
Industrias manufactureras	**2,0**	**2,3**	**-0,4**

Fuente: DANE, PIB_T

Comercio al por mayor y al por menor

En el segundo trimestre de 2026pr, el valor agregado de 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% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 7):

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 5,9%.

• Transporte y almacenamiento decrece 0,1%.

• Alojamiento y servicios de comida decrece 4,0%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece en 0,3%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 1,8%.

- Transporte y almacenamiento decrece 0,6%.

- Alojamiento y servicios de comida decrece 1,7%.

Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor[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
Comercio al por mayor y al por menor[3]	5,9	6,0	1,8
Transporte y almacenamiento	-0,1	0,3	-0,6
Alojamiento y servicios de comida	-4,0	-3,0	-1,7
Comercio al por mayor y al por menor[1]	**2,2**	**2,6**	**0,3**

Fuente: DANE,PIB_T

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 (ver tabla 11):

- 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%.

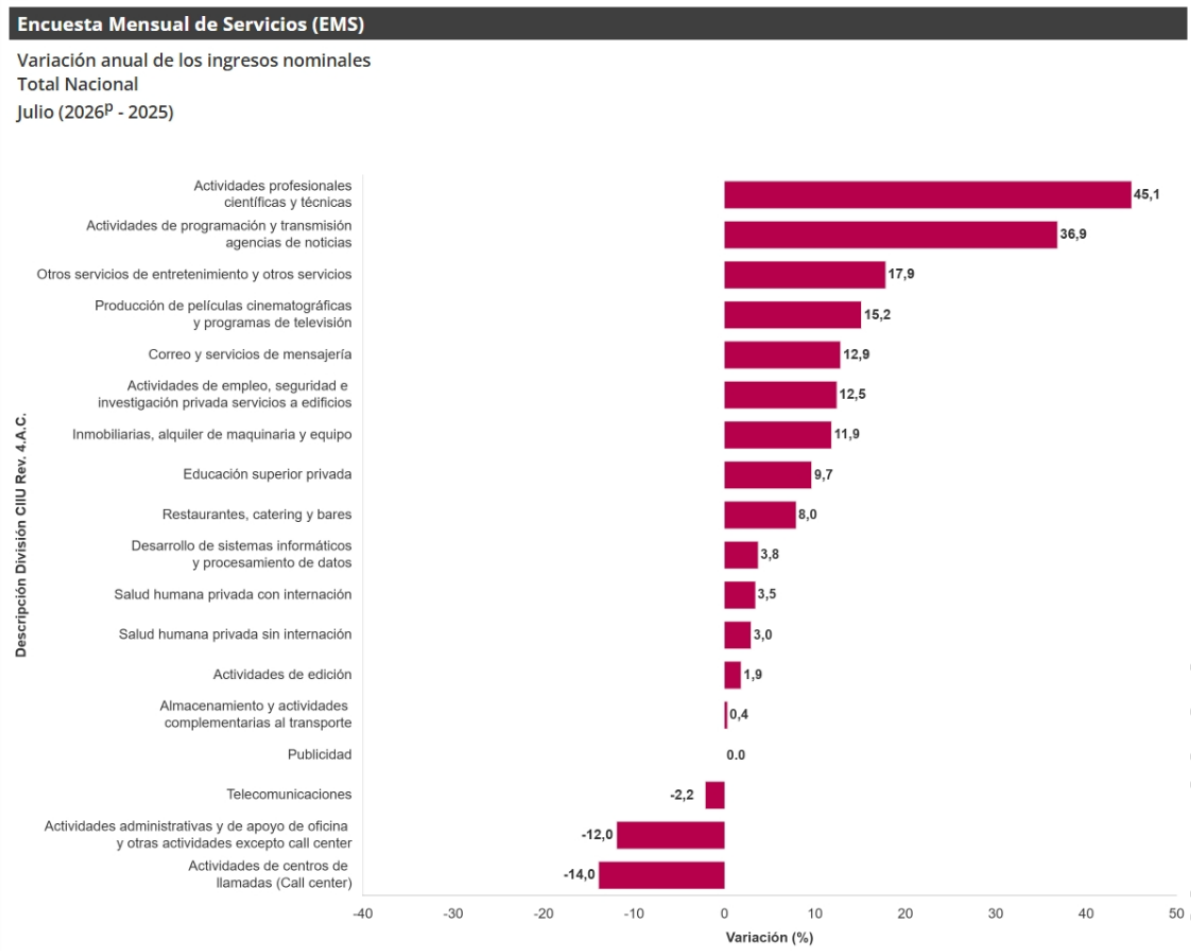
Tabla 11. Actividades profesionales, científicas y tecnicas[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Segundo trimestre 2026[pr]

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.

Encuesta mensual de servicios (ems)[2] información julio 2026

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



En julio de 2026, catorce de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación negativa en el personal ocupado total, en comparación con julio de 2025.

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

[2] https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/encuesta-mensual-de-servicios-ems

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

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Total nacional
Julio (2026/2025)P

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros Ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	0,4	0,1	-0,0	0,4
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	12,9	11,8	-0,0	1,1
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	8,0	6,8	1,1	0,1
J	Divsión 58	Actividades de edición	1,9	-8,2	-0,3	10,4
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	15,2	4,8	6,5	4,0
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	36,9	29,3	-0,1	7,7
J	División 61	Telecomunicaciones	-2,2	1,6	-4,1	0,2
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	3,8	2,2	1,6	-0,0
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	11,9	12,3	-0,4	-0,0
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	45,1	45,0	0,0	-0,0
M	Clase 7310	Publicidad	0,0	0,0	0,0	-0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	12,5	12,6	-0,1	-0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-14,0	-14,0	0,0	-0,0
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	-12,0	-12,4	0,0	0,4
P	Grupo 854	Educación superior privada	9,7	8,5	-0,0	1,2
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	3,5	3,6	-0,2	0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	3,0	2,7	0,4	-0,1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	17,9	14,0	0,9	3,1

Fuente: DANE, EMS.
P Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

Variación anual del personal ocupado total y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (julio 2026 / julio 2025)

En julio de 2026, catorce de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación negativa en el personal ocupado total, en comparación con julio de 2025.

Tabla 2. Variación anual del personal ocupado total y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios
Total nacional
Julio (2026/2025)P

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado total*	Permanente	Temporal directo	Agencias	Misión** Hora cátedra***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)			
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	1,4	2,1	-2,5	1,9	
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	-8,5	-0,5	-1,9	-6,0	
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	-1,0	-0,2	-1,1	0,3	
J	Divsión 58	Actividades de edición	-12,3	-8,1	-2,7	-1,6	
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	0,3	-2,1	-0,1	2,5	
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-3,2	-2,5	0,5	-1,2	
J	División 61	Telecomunicaciones	-10,9	-8,6	-0,0	-2,3	
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	2,3	2,8	-0,5	-0,0	
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	-1,2	0,5	-0,3	-1,4	
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-2,7	-0,6	-2,1	-0,1	
M	Clase 7310	Publicidad	-8,7	-1,9	-7,6	0,8	
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	-2,9	1,8	-2,2	0,2	-2,6
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-15,0	-12,3	-2,7	0,0	
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	-14,8	-4,4	-8,9	-1,5	
P	Grupo 854	Educación superior privada	-1,7	-0,1	-1,4	-0,1	-0,2
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	-1,0	0,1	-0,4	-0,7	
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	0,0	0,3	0,1	-0,4	
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	-2,8	-0,9	-2,1	0,1	

Fuente: DANE, EMS.
P Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
* Incluye personal permanente, personal temporal directo y personal temporal contratado a través de agencias de suministro de personal.
** Personal en misión aplica para la sección N, divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130.
*** Personal hora cátedra aplica para la sección P - grupo 854.
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

Variación anual de los salarios y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (julio 2026 / julio 2025)

En julio de 2026, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con julio de 2025.

Tabla 3. Variación anual de los salarios y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios
Total nacional
Julio (2026/2025)ᵖ

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado sin agencias*	Permanente	Temporal directo	Misión** Hora cátedra***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	12,0	6,2	5,8	
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	16,7	10,8	5,9	
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	18,7	10,5	8,3	
J	División 58	Actividades de edición	6,7	3,5	3,2	
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	16,7	9,2	7,5	
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	8,4	5,1	3,3	
J	División 61	Telecomunicaciones	10,2	7,8	2,4	
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	3,2	1,5	1,6	
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	8,4	4,1	4,4	
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	7,9	3,2	4,8	
M	Clase 7310	Publicidad	6,3	6,3	-0,1	
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	21,5	6,6	9,5	5,4
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	10,0	3,9	6,1	
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	20,3	11,1	9,2	
P	Grupo 854	Educación superior privada	5,4	0,9	1,4	3,2
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	9,7	4,5	5,1	
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	6,7	1,9	4,8	
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	15,7	7,4	8,3	

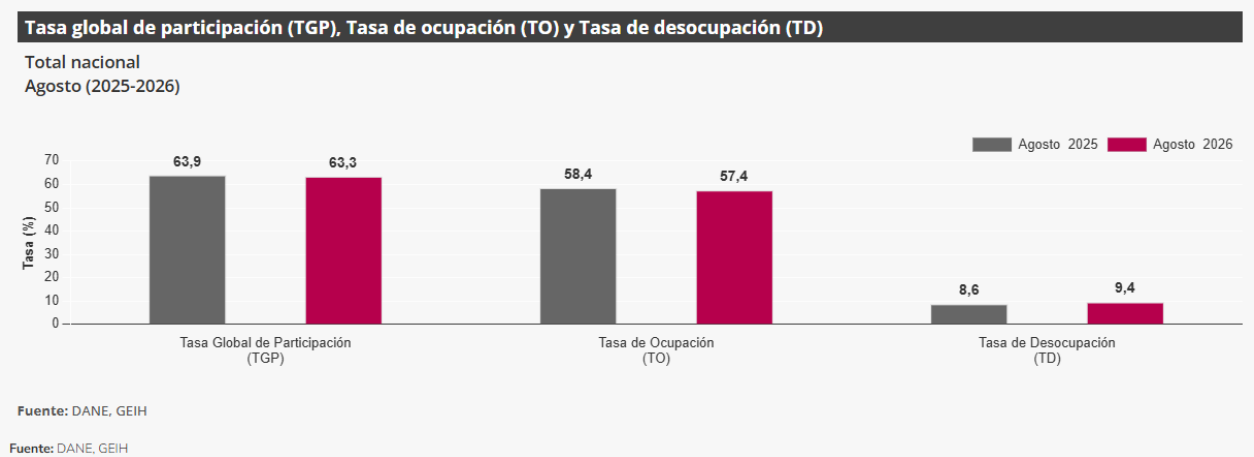
Fuente: DANE, EMS.
ᵖ Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
* Hace referencia a la variación de los salarios promedio del personal ocupado total excluyendo al personal contratado a través de agencias de suministro de personal.
** Personal en misión aplica para la sección N, divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130.
*** Personal hora cátedra aplica para la sección P - grupo 854.
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

Empleo y desocupación[3].

Para el mes de agosto de 2026, la tasa de desocupación del total nacional fue 9,4%, mientras que en el mismo mes de 2025 fue 8,6%. La tasa global de participación se ubicó en 63,3%, en tanto que en agosto de 2025 fue 63,9%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 57,4%, lo que

3 DANE - Empleo y desempleo

representó una disminución de 1,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2025 (58,4%).



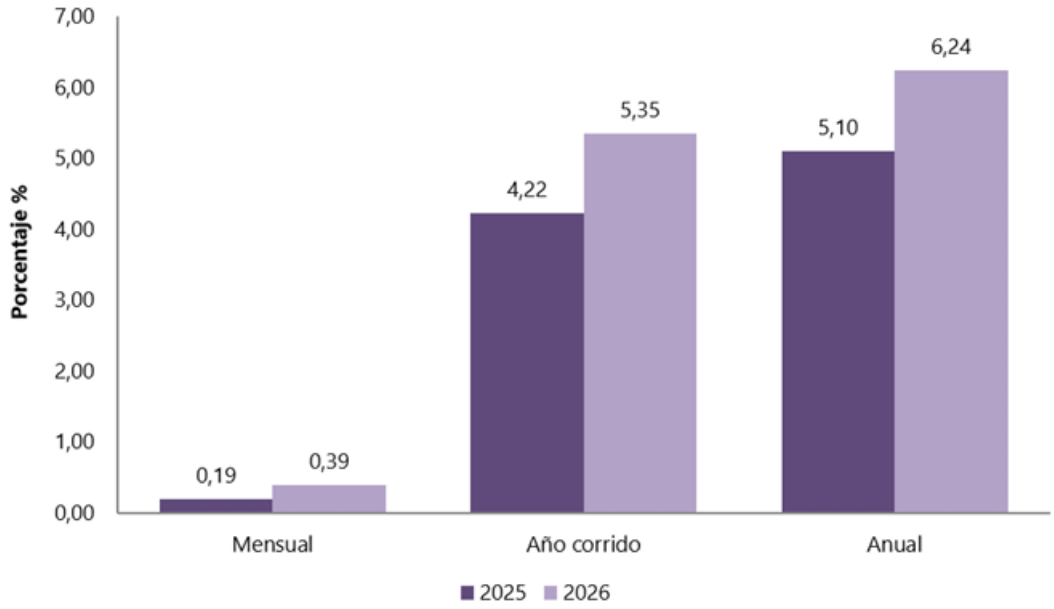
Fuente: DANE, GEIH

En agosto de 2026, la tasa de desocupación en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 9,1%, lo que representó un aumento de 1,3 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2025 (7,8%). La tasa global de participación se ubicó en 65,8%, mientras que en agosto de 2025 fue 66,7%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 59,8%, lo que representó una disminución de 1,8 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2025 (61,5%).

Índice de Precios al Consumidor (IPC) agosto 2026[4]

[4] https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Agosto 2025 - 2026



Fuente: DANE, IPC.

En agosto de 2026 la variación mensual del IPC fue 0,39%, la variación año corrido fue 5,35% y la anual 6,24%.
En agosto de 2026 la variación anual del IPC fue 6,24%, es decir, 1,14 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,10%.

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	0,06	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.

2.2 ACUERDOS COMERCIALES

INDICACIÓN DE SI LA CONTRATACIÓN RESPECTIVA SE ENCUENTRA COBIJADA POR UN ACUERDO INTERNACIONAL O UN TRATADO DE LIBRE COMERCIO.

El proceso de contratación está sujeto a los Acuerdos Comerciales que se relacionan en la tabla incluida en el presente numeral, de conformidad con el análisis realizado con base en las reglas establecidas en la sección 4.5 y Anexo 2: Aplicación de los Acuerdos Comerciales para Entidades Estatales del nivel municipal del "MANUAL PARA EL MANEJO DE LOS ACUERDOS COMERCIALES EN PROCESOS DE CONTRATACIÓN" expedido por la Agencia Nacional de Contratación Pública- Colombia Compra Eficiente.5

[5] https://www.colombiacompra.gov.co/compradores/acuerdos-comerciales-y-trato-nacional-por-reciprocidad

El presente proceso de contratación de Prestación de Servicios en mención está cubierto según la tabla que se presenta a continuación:

ACUEDO COMERCIAL		Vigente en Colombia.	Entidad Estatal Cubierta	Valor del Proceso de Contratación superior al umbral del Acuerdo Comercial	Excepción Aplicable al Proceso de Contratación	Proceso de Contratación cubierto por el Acuerdo Comercial
		SI/NO	SI/NO	SI/NO/NA	SI/NO	SI/NO
Alianza Pacífico	Chile	SI	SI	$1.028.247.507 COP - NO SUPERA	NA	NO
	México	SI	NO	NA	NA	NO
	Perú	SI	SI	$1.028.247.507 - NO SUPERA		
Canadá		SI	NO	NA	NA	NA
Chile		SI	SI	$1.021.836.954 - NO SUPERA	NA	NO
Corea		SI	NO	NA	NA	NA
Costa Rica		SI	SI	$1.825.530.678 -NO SUPERA	NA	NO
Estados Unidos		SI	NO	NA	NA	NA
Estados AELC		SI	SI	$1.071.354.018 – NO SUPERA	NA	NO
México		SI	NO	NA	NA	NA
Triángulo Norte	El Salvador	SI	NO	NA	NA	NA
	Guatemala	SI	SI	SI	NA	SI
	Honduras	SI	NO	NA	NA	NA
Unión Europea	Reino Unido	SI	SI	$1.071.354.018 - NO SUPERA	NA	NO
	Irlanda del Norte					
Israel		SI	NO	NA	NA	NA
Comunidad Andina		SI	SI	SI	NO	SI

Los municipios están incluidos en la lista de Entidades de los Acuerdos Comerciales con la **Alianza Pacífico (únicamente con Chile y Perú), Chile, Costa Rica, los Estados AELC, el Triángulo Norte (únicamente con Guatemala), la Unión Europea (aplicable al Reino Unido e Irlanda del Norte); y la Decisión 439 de 1998 de la Comisión de la CAN**. Lo anterior implica que los procesos de contratación llevados a cabo por los municipios listados deberán otorgar Trato Nacional a

los nacionales provenientes del socio comercial con el que se haya suscrito el respectivo Acuerdo Comercial.

En el acuerdo con Israel se acordó que únicamente los siguientes municipios están cubiertos: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. Esto implica que la contratación pública llevada a cabo por estos municipios se deberá dar aplicación a todas las obligaciones incorporadas en el Capítulo de Compras públicas a aquellos proponentes, bienes y servicios provenientes de Israel.

Para los acuerdos con: **Alianza Pacífico (únicamente con Chile y Perú), Chile, Costa Rica, los Estados AELC y la Unión Europea (aplicable al Reino Unido e Irlanda del Norte),** este proceso de contratación NO está cubierto por el acuerdo comercial pues el valor del contrato no supera al umbral del Acuerdo Comercial, por lo tanto, el Proceso de Contratación NO está cubierto para estos acuerdos.

Por lo anterior el presente proceso de contratación de Prestación de Servicios en mención está cubierto solo con los siguientes acuerdos comerciales: **Triángulo Norte: Guatemala y por la Decisión 439 de 1998 de la Secretaría de la CAN**.

3. ANÁLISIS LEGAL

CONSTITUCION POLITICA DE 1991. Artículo 209. *"La función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones. Las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado. La administración pública, en todos sus órdenes, tendrá un control interno que se ejercerá en los términos que señale la ley".*

DECRETO 1082 DE 2015

Artículo 2.2.1.1.1.6.1. *"Deber de análisis de las Entidades Estatales. La entidad estatal debe hacer durante la etapa de planeación el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto de Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y Análisis de Riesgo…"*

LEY 80 DE 1993 Artículo 1, *Del objeto. La presente Ley tiene por objeto disponer las reglas y principios que rigen los contratos de las entidades estatales.*

LEY 1150 DE 2007 *(reforma a la ley 80)*

LEY 1882 DE 2018.

***LEY 1562 DE 2012 Artículo 2**, numeral 1 "son afiliados en forma obligatoria: Los trabajadores dependientes nacionales o extranjeros, vinculados mediante contrato de trabajo escrito o verbal y los servidores públicos; las personas vinculadas a través de un contrato formal de prestación de servicios con entidades o instituciones públicas o privadas, tales como contratos civiles, comerciales o administrativos, con una duración superior a un mes y con precisión de las situaciones de tiempo, modo y lugar en que se realiza dicha prestación".*

4. ANALISIS DE LA OFERTA

En Colombia existen empresas capaces de satisfacer las necesidades del presente proyecto.; En el Sistema de Información Societaria SIIS se encuentra la información de las empresas con clasificación CIIU 4.0 adoptada por Colombia; es por ello por lo que solo para objeto de conocer el comportamiento de las empresas del sector usaremos esta clasificación.

Con el objetivo de conocer el comportamiento de los posibles oferentes para el presente proyecto, analizaremos la información de las empresas inscritas en la siguiente clasificación:

7310 Publicidad

Consultada la página del Sistema de Información Societaria SIIS se encontró que el informe más actual data del año 2024 y que para la clasificación **7310**, existe la información de las siguientes 123 empresas:

NIT	Razón social de la sociedad	IL	IE	RCI	RP	RA	TAMAÑO
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS	2,51	38%	10,5	0,32	0,20	GRANDE
800045878	SERVIMEDIOS SAS	4,90	15%	+IND	0,21	0,18	MEDIANA
800086186	LOGROS PUBLICITARIOS SAS	0,80	99%	- 1,1	- 10,58	- 0,08	PEQUEÑA
800099468	TEXPOIDEAS S.A.S	1,72	50%	22,7	0,92	0,46	PEQUEÑA
800144934	VISION Y MARKETING SAS	1,15	82%	1,6	0,78	0,14	GRANDE
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS	0,62	46%	+IND	0,03	0,02	MICRO
800167898	JH HOYOS Y ASOCIADOS SAS	1,53	60%	+IND	0,09	0,03	PEQUEÑA
802013501	INMOV S.A.S	1,80	58%	2,6	0,22	0,09	GRANDE
802014640	DAVILA P&M SAS	4,49	31%	+IND	0,15	0,10	PEQUEÑA
802021183	SIGNO 21 SAS	3,29	30%	- 4,8	- 0,79	- 0,55	MICRO
805000085	METROVIA SAS	0,85	62%	+IND	0,17	0,07	MEDIANA
805023055	SOCIEDAD INNOVACIONES GRAFICAS SAS	2,12	62%	4,2	0,73	0,28	PEQUEÑA
805030145	STP NETWOKRS SAS	1,14	76%	2,9	0,95	0,23	GRANDE
810002605	ARIADNA S.A.S	2,36	43%	4,7	0,30	0,17	GRANDE
811025635	FEELING COMPANY SAS	1,89	63%	+IND	0,15	0,06	GRANDE
811045004	MORALESCOM S.A.S. EN PROCESO DE REORGANIZACION DE EMRGENCIA	2,06	107%	- 15,2	IND	- 0,16	MICRO
830004707	MBA SAS	2,18	44%	0,1	0,00	0,00	PEQUEÑA
830005640	KOALA ANDINA LTDA	1,77	51%	3,9	0,12	0,06	MEDIANA
830013805	SILVA PUBLICIDAD S.A.S	0,56	84%	-IND	- 1,00	- 0,16	MICRO
830026954	STRAZA SAS	2,52	62%	1,1	0,16	0,06	MEDIANA

830028713	PEOPLE MARKETING SAS	3,24	67%	1,8	0,50	0,17	GRANDE
830047108	ZELVA ECOSISTEMA CREATIVO SAS	1,17	77%	4,7	0,09	0,02	MEDIANA
830054838	ESPACIOY MERCADEO SAS	2,02	70%	2,3	0,66	0,20	GRANDE
830057131	EDICIONES MEDICAS LATINOAMERICANAS SAS	2,48	40%	10,7	0,34	0,20	MEDIANA
830059566	OPTIMA TM SAS	1,61	54%	-IND	- 0,41	- 0,19	MICRO
830067529	DISEÑO MDC SAS	1,99	39%	2,1	0,08	0,05	PEQUEÑA
830075011	CENTURY MEDIA SAS	3,15	50%	+IND	0,01	0,00	MEDIANA
830076788	E MARKETTOOLS SAS	1,92	71%	+IND	0,96	0,28	MEDIANA
830093596	Intera Marketing Ltda	1,34	43%	+IND	0,50	0,28	PEQUEÑA
830098598	CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS SAS	1,11	75%	+IND	0,55	0,14	MEDIANA
830108799	CONSTRUCTORA DE MARCAS SAS	1,72	72%	+IND	1,60	0,44	GRANDE
830109396	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA S.A.S.	3,83	25%	- 0,1	- 0,01	- 0,00	PEQUEÑA
830114289	AD ORANGE S.A.S	0,68	86%	+IND	0,41	0,06	PEQUEÑA
830114417	BEE GROUP SAS	1,71	102%	9,4	IND	0,51	PEQUEÑA
830118816	SM DIGITAL	2,06	45%	+IND	0,34	0,19	MEDIANA
830122431	MARKETING SERVICES DE COLOMBIA SAS	2,55	31%	- 13,9	- 0,34	- 0,24	PEQUEÑA
830125837	MASS DIGITAL S.A.S.	2,11	46%	9,2	0,21	0,11	MEDIANA
830127077	IDEANDINA SAS	0,70	16%	1,6	0,04	0,03	MICRO
830134474	EVOLUTION PLASTIC SAS	1,36	48%	2,5	0,32	0,17	MEDIANA
830135377	MERCADEO EFECTIVO S.A.S.	2,37	52%	1,4	0,46	0,22	GRANDE
830503745	ON BRAND EXPERIENCE SAS	5,43	119%	-IND	IND	- 0,24	MICRO
830511773	BRM SAS	2,03	46%	5,6	0,14	0,08	GRANDE
860039334	SOCIEDAD DIGUELI LTDA EN ACUERDO DE REESTRUCTURACION	0,66	29%	4,0	0,09	0,06	MICRO
860052606	MEDIOS PUBLICITARIOS PUBLIMEDIOS LTDA	37,35	70%	1,1	0,15	0,05	MICRO
860076863	IDEAMOS PUBLICIDAD LTD	2,69	34%	8,0	0,13	0,09	PEQUEÑA
891902435	PUBLIK TECNOLOGIAS INFORMACION COMUNICACIONES Y MEDIO AMBIENTE SAS	6,93	82%	- 1,5	- 0,19	- 0,03	PEQUEÑA
900007881	MARKETING TOOLS AGENCY SAS	1,63	56%	+IND	0,03	0,01	MEDIANA
900010096	MARKETING VALLAS SAS	3,61	11%	+IND	0,03	0,02	PEQUEÑA
900011228	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS	1,73	42%	+IND	0,22	0,13	MEDIANA
900047559	LAMUVI FILMS SAS	1,56	43%	0,9	0,11	0,07	PEQUEÑA
900052405	OPEN MIND LTDA	2,17	52%	4,4	0,42	0,20	MEDIANA
900058852	DIALSA SAS	0,56	4%	+IND	0,01	0,01	PEQUEÑA
900080081	MARCAS VITALES BMV SAS	1,84	54%	2,7	0,23	0,11	GRANDE
900084944	VC MEDIOS COLOMBIA SAS	1,00	69%	2,0	0,30	0,09	GRANDE
900092620	AUREA DISEÑO ARQUITECTURA SAS	6,09	15%	4,1	0,16	0,13	PEQUEÑA
900110842	SQADRA TEAM S A S	1,91	46%	2,6	0,49	0,26	PEQUEÑA
900111204	BOMBAI SAS	2,45	32%	+IND	0,45	0,31	GRANDE
900122694	AYZ PUBLICIDAD SAS	3,36	15%	25,8	0,26	0,22	PEQUEÑA
900135415	CREAR PUBLICIDAD EXTERIOR SAS	3,33	50%	15,5	0,36	0,18	PEQUEÑA
900147111	GRUPO NACIONAL DE MEDIOS S.A.	0,80	121%	- 16,6	IND	- 0,30	MEDIANA
900147578	ESPACIOS ALTERNOS SAS	3,64	22%	+IND	0,19	0,15	MICRO
900162979	PCN PUBLICIDAD LTDA	3,31	24%	7,7	0,15	0,12	PEQUEÑA
900202565	MARCA REGISTRADA MR SAS	5,05	22%	+IND	0,25	0,20	PEQUEÑA
900204473	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONIES S.A.S	2,20	43%	8,5	0,42	0,24	GRANDE
900209047	BRANDEX GLOBAL SAS BIC	2,05	43%	10,6	0,53	0,30	MEDIANA
900212132	BRAIN HUB SAS	1,32	75%	1,6	1,22	0,30	PEQUEÑA
900214217	GOOGLE COLOMBIA LIMITADA	3,08	28%	-IND	- 0,02	- 0,02	GRANDE
900218414	XP COLOMBIA SAS EN REORGANIZACIÓN	2,28	80%	- 0,6	- 0,02	- 0,00	PEQUEÑA
900224569	BIOMARIN COLOMBIA LTDA	2,62	48%	1,9	0,27	0,14	GRANDE

900253395	EDELMAN COLOMBIA S.A.S.	2,09	43%	+IND	0,48	0,27	GRANDE
900260136	ANTHROPOLOGIC SAS	3,93	25%	-IND	- 0,03	- 0,03	PEQUEÑA
900273623	HIFERA S. EN C.	6,42	98%	1,7	0,08	0,00	MICRO
900282001	GO SPORTS MEDIA SAS	2,15	46%	10,8	0,58	0,31	PEQUEÑA
900297403	METALVISUAL SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPKIFICADA EN REORGANIZACION ABREVIADA	0,58	171%	- 2,5	IND	- 0,01	MICRO
900324019	ASYLUM MARKETING SAS	1,24	85%	+IND	0,14	0,02	MEDIANA
900360619	INTERNATIONAL AIRMEDIA GROUP LTDA	1,33	80%	1,7	0,39	0,08	MEDIANA
900363376	LUMEN GRAPHICS S A S	1,97	66%	2,4	0,80	0,28	MEDIANA
900365358	DOBLEFECTO SAS	1,31	74%	3,4	1,00	0,26	PEQUEÑA
900366218	CROMATICAPEX SAS	1,15	32%	-IND	- 0,22	- 0,15	PEQUEÑA
900373599	JAIME URIBE Y ASOCIADOS S.A.S.	1,70	23%	12,3	0,09	0,07	MEDIANA
900374048	ZORB PUBLICIDAD SAS EN REORGANIZACION	2,09	77%	+IND	0,15	0,03	PEQUEÑA
900378858	Inversiones Gabo SAS	6,53	57%	0,4	0,03	0,01	MICRO
900389753	PYP MEDIOS SAS	1,48	63%	64,7	0,41	0,15	MEDIANA
900394210	Hercas Publicidad Exterior S.A.S	2,59	35%	4,1	0,17	0,11	MEDIANA
900397996	PUBLICITV SAS	0,21	125%	- 0,4	IND	- 0,10	MICRO
900410870	VALLAS Y PUBLICIDAD JAC SAS EN REORGANIZACION	0,12	820%	-IND	IND	- 7,34	MICRO
900423752	PRENSA & ENTRETENIMIENTO AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS	1,86	47%	1,5	0,22	0,12	MEDIANA
900425718	TARGET MEDIOS COLOMBIA SAS	2,96	12%	1.741,5	0,11	0,10	PEQUEÑA
900443180	GRUPO EMPRESARIAL ZAPATA MARTINEZ SAS	4,03	36%	+IND	0,15	0,10	MICRO
900454459	FANTASTICA SAS	1,41	62%	+IND	0,52	0,20	MEDIANA
900483066	INTERACTIVE MEDIA SAS	0,78	96%	- 0,1	- 0,07	- 0,00	MEDIANA
900511703	SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.	1,15	56%	4,0	0,31	0,14	MEDIANA
900515542	CONTENIDOS EL REY SAS	1,59	55%	5,5	0,50	0,23	PEQUEÑA
900522641	NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE SAS	2,75	49%	40,3	0,67	0,34	MEDIANA
900524265	AIRFACTORY COLOMBIA LTDA	1,67	60%	10,7	0,14	0,06	PEQUEÑA
900548289	DIGIMARKETING SAS	3,68	27%	50,5	0,25	0,18	PEQUEÑA
900559491	MARKETEAM OPTIONS COLOMBIA SAS	6,78	99%	+IND	0,66	0,01	MICRO
900559638	INTERNET MEDIA SERVICES COLOMBIA SAS	1,00	97%	17,6	0,94	0,03	PEQUEÑA
900619786	LOS GOODFELLAS BIC SAS	1,74	53%	16,2	0,34	0,16	PEQUEÑA
900621477	PLANEAR COMUNICACIONES SAS	2,78	32%	+IND	0,36	0,25	PEQUEÑA
900626892	DENTSU COLOMBIA SAS	0,84	16%	4,1	0,07	0,06	MEDIANA
900635943	FINDASENSE COLOMBIA SAS	3,60	196%	- 0,2	IND	- 0,04	MEDIANA
900639612	RED MAS COLOMBIA SAS	0,49	506%	- 399,7	IND	- 2,40	PEQUEÑA
900688372	HEADWAY DIGITAL COLOMBIA SAS	0,33	279%	-IND	IND	- 1,09	PEQUEÑA
900700061	IPROSPECT COLOMBIA SAS	1,46	69%	1,2	0,29	0,09	MEDIANA
900706422	BUENTIPO COLOMBIA SAS	1,29	65%	+IND	0,03	0,01	GRANDE
900713342	TAPTAP ADVERTISING SAS	1,71	61%	11,4	0,34	0,13	MEDIANA
900731768	MARKET DYNAMO SAS	1,83	55%	+IND	0,06	0,03	PEQUEÑA
900797268	LATIR EXPERIENCES SAS	2,15	91%	1,8	3,34	0,30	GRANDE
900808626	COMARCA MARKETING ADVERTISING S A S EN REORGANIZACION	4,32	59%	16,8	0,18	0,07	MICRO
900812787	TWENTY AGENCIA CREATIVA SAS EN REORGANIZACION	6,06	52%	+IND	0,23	0,11	PEQUEÑA
900844025	ARETE LATIN AMERICA S.A.S	1,63	89%	8,9	6,71	0,74	PEQUEÑA
900899233	BEST PEOPLE SAS	1,06	94%	- 0,1	- 0,04	- 0,00	MEDIANA
900908443	BURSON COHN & WOLFE COLOMBIA SAS	1,29	73%	3,0	0,14	0,04	MEDIANA
900972188	GRUPO ADE SAS	1,09	89%	-IND	- 0,78	- 0,08	PEQUEÑA
900983664	IWALL COLOMBIA SAS	4,43	138%	1,9	IND	0,26	PEQUEÑA
901007920	Pangea MTD SAS	4,76	21%	+IND	0,43	0,34	GRANDE

901027355	BIG FORMAT+ SAS	0,42	236%	-IND	IND	- 0,17	MICRO
901033787	OWAK SAS	0,87	79%	5,4	0,52	0,11	MEDIANA
901135214	NBCUNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL COLOMBIA SAS	1,28	61%	41,0	0,32	0,12	GRANDE
901264146	THE JUJU SAS	1,15	79%	4,3	1,18	0,24	GRANDE
901264539	INTELLIGENT CUSTOMER ACQUISITION SAS	2,02	49%	18,4	0,48	0,24	GRANDE
901362102	FALCON PUBLICIDAD SAS	1,97	40%	46,3	0,57	0,34	PEQUEÑA

4.1 Modelo de Abastecimiento Estratégico-MAE – Análisis de la Oferta

A través de la herramienta de visualización para el análisis de la demanda y oferta desarrollada por Colombia Compra Eficiente-CCE en el marco del Modelo de Abastecimiento Estratégico-MAE contenida en: www.colombiacompra.gov.co > Datos de Compra Pública > Abastecimiento Estratégico > Más Información > Herramientas de Visualización para el análisis de la Demanda y Oferta > HERRAMIENTA DE ANÁLISIS DE LA OFERTA, se consultó los posibles oferentes que han participado en los últimos 5 años en algún proceso de contratación a través de SECOP I, SECOP II o la TVEC, para diferentes entidades estatales.

A través del código UNSPSC **83121700 - Servicios de comunicación masiva,** la cual arrojó los resultados mostrados a continuación, consulta que permitió determinar que el proceso cuenta con posible pluralidad de competencia.

El estudio de oferta nos ofrece la información pertinente al rubro requerido desde el punto de vista de los proveedores en los territorios. De manera particular, el análisis de oferta muestra, en la Figura No 1, que se cuenta con un total de 6075 proveedores del servicio en el país.

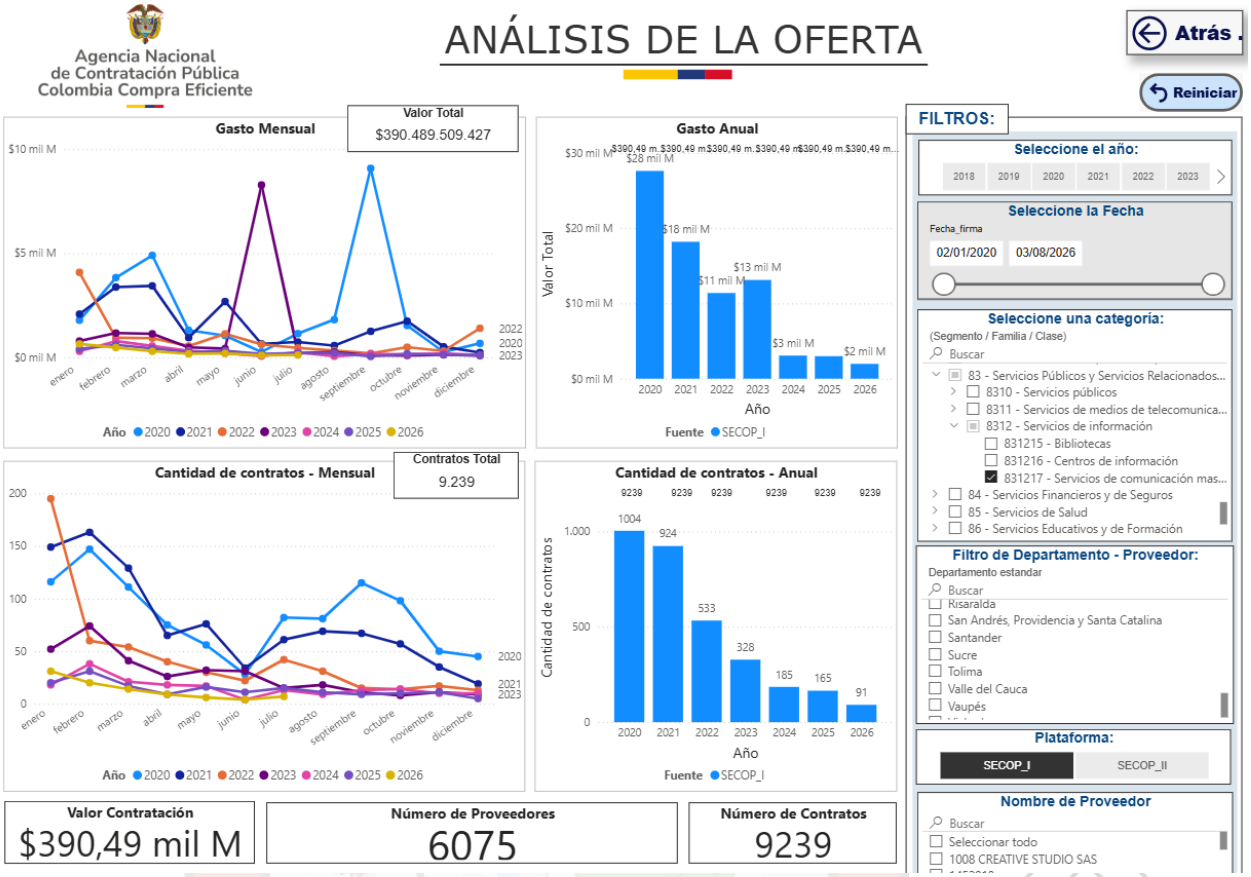


Figura 1. Proveedores a nivel nacional.

Con respecto, al análisis de la oferta muestra en la Figura 2, que se cuenta con un total de 15 proveedores del servicio en el Departamento de Sucre. En el mercado se encuentran diferentes oferentes que puedan suministrar el bien y/o servicio requerido, de los cuales se muestran los más representativos:

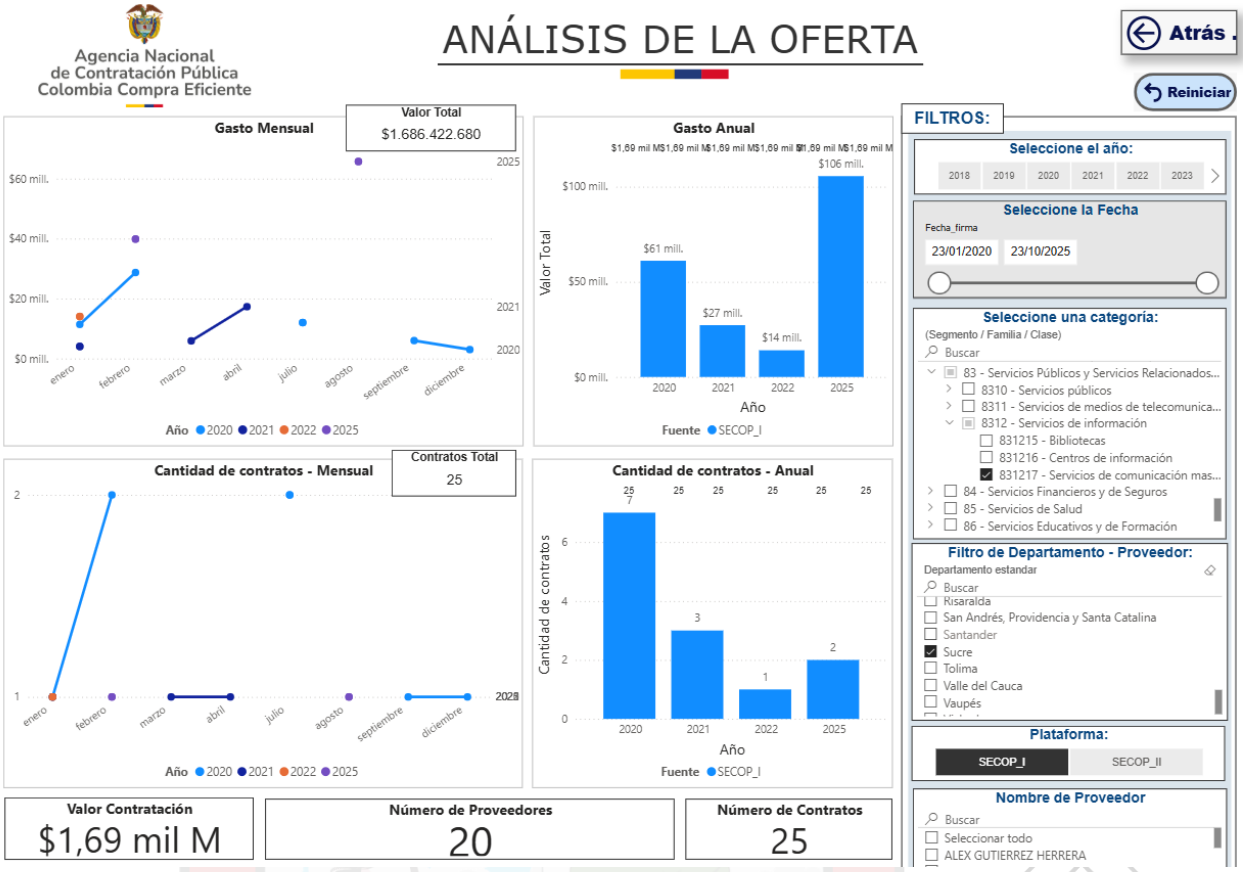


Figura 2. Oferta a nivel del Departamento de Sucre.

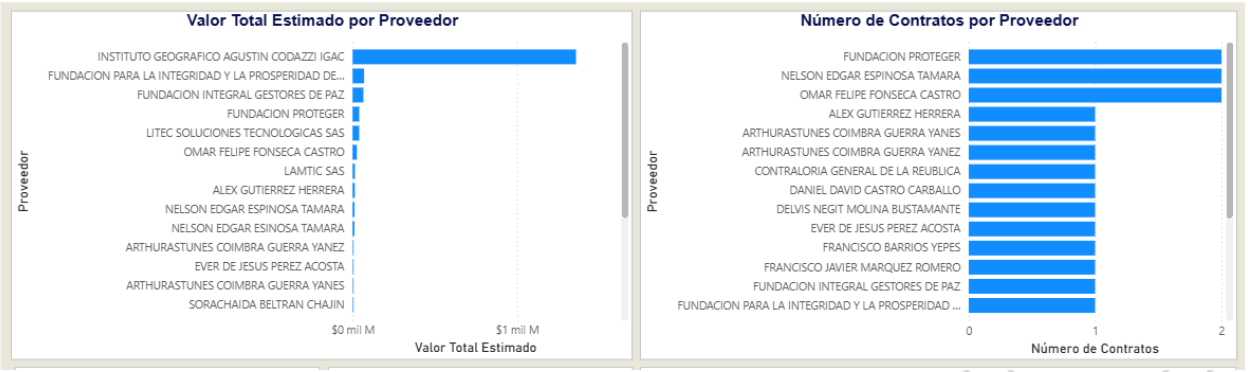


Figura 3. Proveedores más representativos en la región.

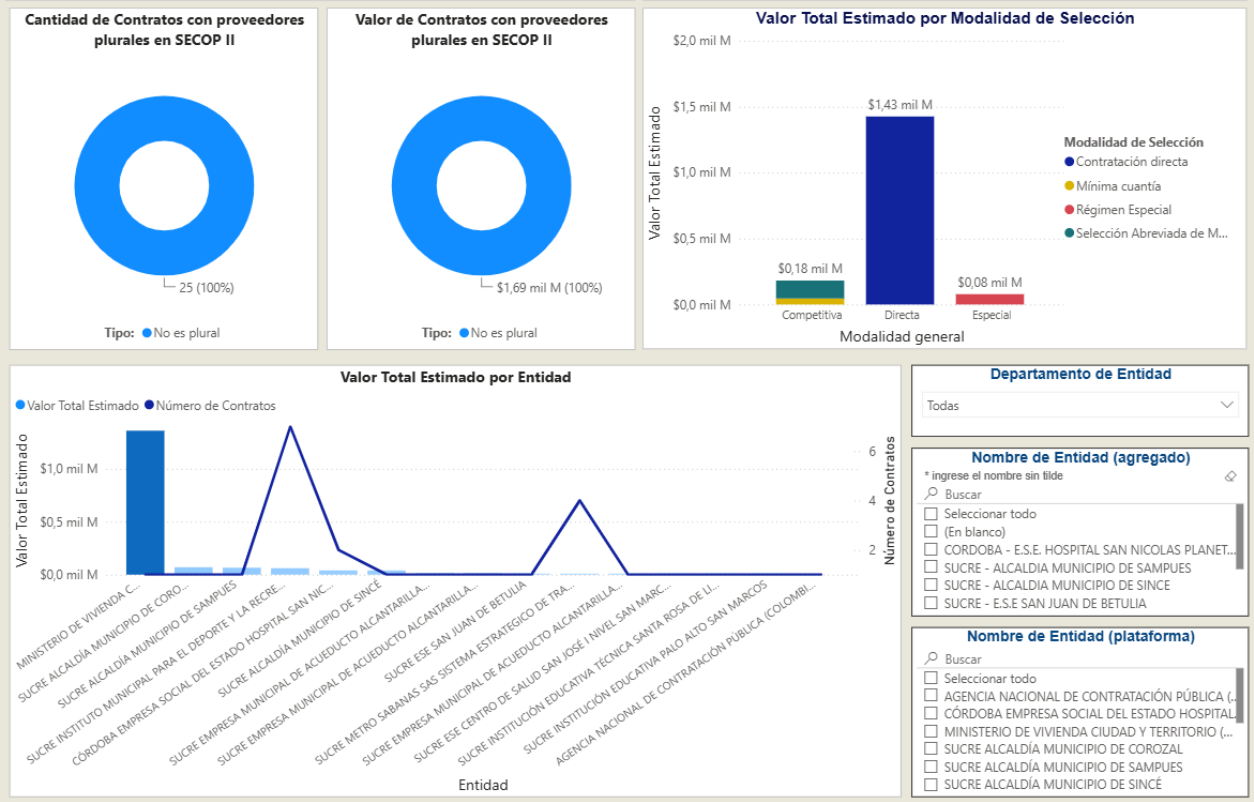


Figura 4. Entidades que contrataron la actividad.

4.2 Codificación del servicio en el sistema UNSPSC:

De acuerdo con los Códigos Estándar de Productos y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) proporcionados por Colombia compra eficiente, el objeto: "PRESTACIÓN DE SERVICIO PARA DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (IE) EN EL EJE DE DETERMINANTES SOCIALES DE LA SALUD UTILIZANDO LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN EL MUNICIPIO DE SAMPUÉS – SUCRE" se puede ubicar en:

Código	Nombre
83121700	Servicios de comunicación masiva
82101500	Publicidad impresa
82101600	Publicidad difundida

5. ANÁLISIS ECONÓMICO

5.1. Identificación de Proveedores: Para realizar el análisis de costos del presente estudio se tomaron los precios de referencia cotizados por proveedores regionales del bien u/o servicios identificados en la siguiente tabla:

RAZÓN SOCIAL PROVEEDORES	NIT
GOMEZ ALVIZ AURELIO GERMAN / RADIO SINCELEJO	3396978 - 8
RADIO MAJAGUAL LIMITADA/ RODRIGO RUZ RUZ	892200221 - 6
PUBLITODO / EDUARD DE JESUS DIAZ VARGAS	1102859223-4
EVOLUCION GRAFICA DE LA COSTA / IVAN YESID PALACIO	1102814465-6
PRIMAVERA STEREO	
PUBLIDEAS SINCELEJO / MARTINEZ MERCADO SALIN ELIAS	92544441 - 4
AGENCIA DE PUBLICIDAD ORANGE PRINT / RODRIGUEZ GONZALEZ YOHANNA	64584637-1

5.2. Estudio de Mercado: Para este proceso la Secretaría de Salud y Medio Ambiente Municipal elaboró, revisó y aprobó el correspondiente estudio de mercado, tomando los valores unitarios promedios de las cotizaciones de las empresas que se dedican al comercio de los bienes u/o servicio requerido por la entidad. **(Ver Anexo 1– Estudio de Mercado)**

5.3. Valor Estimado del Presupuesto:

La Secretaría de Salud y Medio Ambiente Municipal teniendo en cuenta las cotizaciones solicitadas utilizó el método de promedio, de esta forma determino el valor total estimado del presupuesto el cual asciende a la suma de: **SETENTA MILLONES DE PESOS M/CTE ($70.000.000,00).** IVA incluido y todos los costos directos e indirectos que se deriven del contrato:

A continuación, se detalla el presupuesto a contratar:

EJE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIONES	UNIDAD	CANT.	IVA	VR. UNITARIO	VR. TOTAL INCLUIDO IVA
DETERMINANTES SOCIALES DE LA SALUD	Realizar estrategia de información a la salud utilizando los diferentes medios masivos de comunicación (radio, redes sociales, perifoneo, cartillas) sobre: 1. factores protectores de las enfermedades crónica cardio vascular, metabólicas y sobre la promoción y empoderamiento de hábitos y estilo de vida saludables;2. Salud oral, salud visual, salud auditiva;3. enfermedades huérfanas, raras;4. prevención de la conducta suicida, las violencias intrafamiliares y abuso sexua;5. línea violeta municipal; 6. prevención del embarazo en adolescentes, derechos sexuales y	Pauta digital	Diseño y publicación de piezas graficas publicitarias para la creación de campaña publicitaria en un portal digital generando alcance mínimo de 5,000 vistas donde se muestren las diferentes estrategias, y actividades que realiza la secretaria de salud en el Municipio de Sampués.	UNIDAD	16	19%	$200.000,00	$3.200.000,00
		Publicidad en emisoras AM	Producción y emisión de cuña radial de alta calidad de 30 segundos de duración, con guion especializado, voz profesional, efectos de sonido personalizados y música original, para difundir en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos en emisoras AM durante 6 días (12 veces al día)	UNIDAD	16	19%	$870.000,00	$13.920.000,00
		Publicidad en emisoras FM	Producción y emisión de cuña radial de alta calidad de 30 segundos de duración, con guion especializado, voz profesional, efectos de sonido personalizados y música original, para difundir en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos en emisoras FM. durante 6 días (12 veces al día)	UNIDAD	16	19%	$1.100.000,00	$17.600.000,00

	reproductivos, VIH;7. prácticas de cuidado de la salud ; 8. prevención de la desnutrición infantil, sobre lactancia materna y hábitos alimentarios saludables;9. infecciones respiratorias aguda; 10. Enfermedades Diarreicas Agudas 11. importancia de la vacunación; 12. enfermedades transmitidas por vectores – ETV – zoonosis; 13. ambiente y la salud promoción de la eliminación adecuada de basuras y sobre manejo de excretas;14. la vacunación canina y felina;15. Agresión por animal potencialmente transmisor de rabia y tenencia responsables de mascotas; 16. prácticas de cuidado de la salud en el trabajo. Dirigida a la población general e indígena de la zona urbana y rural del municipio	Video Publicitario de 1 minuto en TV local y redes sociales.	Producción, edición y emisión de video alusivo a las diferentes estrategias, y actividades que realiza la secretaria de salud en el Municipio de Sampués. En formato Reel de 1 minuto para espacios de televisión y/o redes sociales, con equipamiento de alta calidad, equipo de sonido profesional, dirección y guion especializados, edición avanzada con efectos visuales, colorización y música original, postproducción con diseño de sonido y gráficos personalizados.	UNIDAD	16	19%	$895.000,00	$14.320.000,00
		Publicidad impresa	CARTILLAS EDUCATIVAS TAMAÑO CARTA: Diseño e impresión de material litográfico (cartilla, 20 páginas en papel propalcote de 150 gramos, con portada en propalcote plastificado con cubierta dura, tipo libro full color).	UNIDAD	160	19%	$ 42.000,00	$ 6.720.000,00
		Perifoneo	Servicio de perifoneo: producción y difusión de mensajes alusivos a las diferentes estrategias, y actividades que realiza la secretaria de salud en la zona rural del municipio. incluye carro, combustible y conductor. (Se hará un perifoneo por día, en la zona rural del Municipio)	UNIDAD	16		$ 101.065,60	$ 1.617.049,60

SUBTOTAL:	$ 57.377.049,60
IMPUESTOS MUNICIPALES Y DEPARTAMENTALES 17%	$ 9.754.098,00
UTILIDAD 5%	$ 2.868.852,48
TOTAL	$ 70.000.000,00

Correo: alcaldia@sampues-sucre.gov.co
Dirección: carrera 20 # 19-36 sector centro
Código postal: 705070
Página web: www.sampues-sucre.gov.co

6. ANÁLISIS PARA LA DETERMINAR LIMITACIÓN A MYPIMES

De igual manera, al elaborar los estudios previos y en el pliego de condiciones, la entidad deberá tener en cuenta al momento de establecer los requisitos habilitantes lo dispuesto en el Manual de Determinación de Requisitos habilitantes expedido por la Agencia Colombia Compra eficiente y atendiendo a: (a) el Riesgo del Proceso de Contratación; (b) el valor del contrato objeto del Proceso de Contratación; (c) el análisis del sector económico respectivo; y (d) el conocimiento de fondo de los posibles oferentes desde la perspectiva comercial, tal y como lo establece el artículo 2.2.1.1.1.6.2 del decreto 1082 de 2015.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 34 de la ley 2069 de 2020 y el artículo quinto del decreto 1860 de 2021, por medio del cual se modifica la subsección 2 de la sección 4 del capítulo 2 del título 1 de la parte 2 del libro 2 del decreto 1082 de 2015, el proceso de contratación de la referencia es susceptible de ser limitado a MiPymes, toda vez que el valor del proceso de contratación no es inferior a CIENTO VEINTICINCO MIL DÓLARES (US$125.000).

Adicionalmente, la entidad realizó una consulta en la Base de Datos de MiPymes en Colombia disponible en el portal de datos abiertos (https://www.datos.gov.co/Comercio-Industria-y-Turismo/Base-de-datos-de-Pymes-en-Colombia/gskn-y6cz/data_preview), a través de las actividades económicas:

7310 Publicidad

Como resultado de la consulta, se identificaron 147 empresas **MIPYMES** ubicadas en el Departamento de Sucre, principalmente con domicilio en Sincelejo.

A continuación, se presenta el Listado consolidado de MIPYMES Departamento de Sucre.

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	EMPRESA	TIPO_EMPRESA	TIPO_ORGANIZACION
SUCRE	SINCELEJO	ARTEAGA TERAN JHON JAIRO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	AGENCIA DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS LA S.A.S	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD DIGITAL PUBLIKAPP S.A.S	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	AGENCIA ONPLAN S.A.S.	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	ASG PUBLISPORTS S.A.S EN LIQUIDACION	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	CENTRO DE INVESTIGACIONES PUBLICITARIAS CIP S.A.S. EN LIQUIDACION	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	DOS ANGELES STUDIO S.A.S.	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	DIGITAL COLOR`S COMUNICACIONES S.A.S. EN LIQUIDACION	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	EXPRESSA LTDA EN LIQUIDACION	SOCIEDAD LIMITADA	PERSONA JURIDICA

SUCRE	SINCELEJO	HIGH DENSITY STUDIOS S.A.S.	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCE	INNUEVA S.A.S.	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	JHOARTE PUBLICIDAD S.A.S EN LIQUIDACION	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	LANZ AUDIOVISUAL S.A.S EN LIQUIDACION	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	MARKETING DIGITAL INTELIGENTE S.A.S	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	MASTER K SERVICIOS S.A.S.	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	PERIODICO MAXIOFERTAS S.A.S EN LIQUIDACION	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	TOLU	PRENSA UNIDA S.A.S.	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	PUBLIDERG S.A.S. EN LIQUIDACION	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SAMPUES	PUBLIER MARKETING Y PUBLICIDAD S.A.S	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	RED SALUDABLE S.A.S.	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	SER CREATIVOS JK S.A.S	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	SERVI- UTIL S.A.S EN LIQUIDACION	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	SOLUCIONES LITOGRAFICAS Y FARMACEUTICAS S.A.S.	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	SOLUCIONES TBC S.A.S.	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	VISUAL LED DE LA SABANA S.A.S. EN LIQUIDACION	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	SINCELEJO	WE EMPOWER AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD S.A.S.	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	PERSONA JURIDICA
SUCRE	COROZAL	ACOSTA SARMIENTO JOSE JOAQUIN	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	ACUÑA PATERNINA ANDRES DAVID	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	ALVAREZ ALVAREZ HERNAN JOSE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	ANGULO MARTINEZ DIANA MARIA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	ARRAZOLA ESPITIA JUAN CARLOS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	AURELIO ANTONIO SEVERICHE SIERRA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	BAIZ ARGEL SIRLE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	BASILIO SALGADO BLEIDIS ISABEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	BENITEZ JULIO JOSE LUIS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SAN ONOFRE	BERRIO RINCONES FABIO ALBERTO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	BERTEL GONZALEZ DEIMER ENRIQUE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	BUSTAMANTE RIOBUENO RAFAEL ANTONIO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	CARRIAZO GUEVARA ERIKA KARINA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COROZAL	CAUSADO VERGARA LEONARDO ANDRES	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL

SUCRE	SINCELEJO	CESAR DE JESUS HERNANDEZ MARTINEZ	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	CHAVEZ MADERA JAVIER ENRIQUE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	CHICA BELEÑO OSCAR JAVIER	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	COHEN AGUILERA SILVIO ISAAC	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	CONTRERAS CONTRERAS LAURA MARCELA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	CONTRERAS LAZO ALBERTO JAVIER	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	CONTRERAS RUBIO EDUARDO CARLOS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COROZAL	CUELLO CUELLO JORGE ALBERTO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	D LUYZ POLO ANIBAL SIMON	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	DAVILA SUAREZ JUAN ANTONIO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	EDILBERTO SEGUNDO YEPES VILLALBA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	EUCLIDES RAFAEL ALMANZA CANCHILA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	FERNANDEZ PAREJO LISSETH JOHANA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	FONSECA MARTINEZ SINDY MILENA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	FORTICH HUERTAS ANDRES RAFAEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	FUENTES ANGARITA URIEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	GAMARRA BERTEL REY JESUS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COVENAS	GARAY DIAZ GREYS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	GARCIA MARTINEZ ABEL ALFONSO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	GARIZADO CORENA RAFAEL DAVID	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	GAVIRIA BENITEZ JULIO CESAR	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	GENEY ALVAREZ LUIS FRANCISCO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	GOMEZ GOMEZ ALVARO JAVIER	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COROZAL	GOMEZ QUIROZ ANGELA MERCEDES	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	TOLU	GOMEZ TORRES GABRIEL ALEJANDRO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	GRECIA MARGARITA GOMEZ MARTINEZ	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	GUEVARA GOMEZ JOSE GERMAN	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	GUTIERREZ MONTERROZA LUIS MANUEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COROZAL	GUTIERREZ PABUENA ALEXANDER	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	GUZMAN BUTLER RODRIGO ANTONIO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	HENRIQUEZ NARVAEZ ANTONIO RAFAEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	HERAZO MEJIA DAVID ENRIQUE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	LA UNION	HUERTAS VIDES NIVALDO MARTIN	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	JARABA MONTERROZA MANUEL DE JESUS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	JESUS MARIA BERTEL DIAZ	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SAN MARCOS	JURIS TORRES GABRIEL RAMON	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SAN MARCOS	LARA CALDERA VICENTE MANUEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COROZAL	LOPEZ GUTIERREZ FELIX DEL CRISTO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL

SUCRE	SINCELEJO	LORDUY CONTRERAS JESUS DAVID	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	LOZANO TIRADO NADIN ISACC	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	LUGO ALVAREZ YERSON JAVIER	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	LUIS CARLOS BASILIO TARRA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MANGONES CORREA JOSE IGNACIO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MANTILLA LONDOÑO SILVIA JULIANA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COROZAL	MARIA CAROLINA DOMINGUEZ BECERRA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MARIA JOSE MONTES BAQUERO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MARQUEZ NARANJO JOSE DAVID	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MARTINEZ GUERRERO JENNIFER PAMELA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	TOLU	MARTINEZ DE ARCO EDUAR ENRIQUE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MARTINEZ MERCADO SALIN ELIAS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MEJIA CRISPI VANESSA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SAN ONOFRE	MENDOZA SILGADO WILLSON DE JESUS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MENDOZA TAMARA ALBA CAROLINA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MERIÑO OVIEDO CARLOS ANDRES	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MONTERROZA BUELVAS FERNEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MONTERROZA CUELLO FRANCISCO JAVIER	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	MORELO ARROYO ALVARO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COROZAL	MULETT ORTEGA JAIRO LUIS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COROZAL	MULETT ORTEGA PEDRO NEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	NARVAEZ RUIZ JOSE MIGUEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	NAVARRO CONTRERAS ERIKA PATRICIA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	TOLU	NAVARRO LADEUS ELIANA PATRICIA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	NOVOA MENDEZ URIEL JOSE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	OCAMPO CALDERA MARLON ANDRES	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	OTALVARO GOMEZ SERGIO LUIS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	OVIEDO HERRERA NAYID DE JESUS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COROZAL	PADILLA PEREZ OSCAR DAVID	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	PATERNINA BULA ANA MILENA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	PATERNINA CONTRERAS CLAUDIA PATRICIA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	PUCHE NARVAEZ JUAN CARLOS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	PULIDO VERBEL ESTIVEN YEULIANYS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	RESTREPO MEJIA SEBASTIAN	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COVENAS	RINCO CASTRO BELMER DAVID	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	RIVERA TAPIA ERICK RICARD	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	ROCHA ATENCIA ROLANDO ENRIQUE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SAN ONOFRE	RODRIGUEZ ALVAREZ MARIA ANGELICA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	RODRIGUEZ AMAYA ALEXANDER MIGUEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	RODRIGUEZ MAYA DIANA MARCELA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL

SUCRE	COROZAL	ROMERO AGUAS OMAR ENRIQUE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	LA UNION	ROMERO NAVARRO CARMEN LELYS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	ROMERO RAMIREZ ELVIS ENRIQUE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	SALAS CASTRO OMIRIS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	SALCEDO LEONES LERIS MARGOTH	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SAN MARCOS	SALGADO PEREZ JAVIER ALBERTO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCE	SEBASTIAN FLOREZ HERNANDEZ	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	SEVERICHE ACOSTA MARTIN EMILIO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	SIERRA BUELVAS ANDREA CAROLINA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	SOLANO LOPEZ FRANCISCO JAVIER	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	TOLU	SOTOMAYOR NOVOA NARCISO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	SUAREZ MILANES HAROLD ALEXANDER	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	TAPIA DIAZ VANESA	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COROZAL	TAPIAS TOVAR LUIS ALEJANDRO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	TAVARES SIERRA HUGO JOSE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	TINOCO CABARCAS PEDRO MANUEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	TORRES ARROYO DAIRO LUIS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	TRIBIÑO VALENCIA GABRIEL EDUARDO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	TROAQUERO MERCADO ADELBAR ANDRES	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	URZOLA ALMANZA EMIRO RAFAEL	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	VANEGAS SIERRA CESAR AUGUSTO	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COVENAS	VARGAS VELASQUEZ SERGIO DAVID	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	VERGARA ALMANZA LIBARDO JOSE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	VERGARA ARROYO JAIR JOSE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	VERGARA SALAS FREDIS ENRIQUE	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SINCELEJO	VIDAL GALVAN JHON CARLOS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	COROZAL	VITAL GARCIA GUSTAVO TOMAS	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SAMPUES	WILLIAN ANTONIO MENDEZ MONTES	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL
SUCRE	SAN MARCOS	ZAMBRANO PALENCIA SILVIA INES	PERSONA NATURAL	PERSONA NATURAL

7. CRITERIOS HABILITANTES DIFERENCIALES EN FAVOR DE LOS EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

De acuerdo con lo señalado en el artículo 2.2.1.2.4.2.7.3 del Decreto 1082 de 2015, modificado por el Decreto 0287 de 2026, se establece como criterio diferencial para los emprendimientos y empresas de personas con discapacidad la capacidad financiera y organizacional.

Para utilizar este criterio se entiende como emprendimiento y empresas de personas con discapacidad quienes se encuentren con alguna de las siguientes condiciones, definidas en el artículo 2.2.1.2.4.2.6 del Decreto 1082 de 2015:

1. PERSONA NATURAL (PROFESIÓN LIBERAL)	2. PERSONA NATURAL (COMERCIANTE)	3. PERSONA JURÍDICA (PROPIEDAD >50%)	4. PERSONA JURÍDICA (VÍNCULO LABORAL EN NIVEL DIRECTIVO)
Persona Natural con discapacidad que ejerza una profesión liberal.	**Persona Natural con discapacidad** que haya realizado actividades comerciales a través de un establecimiento de comercio, durante al menos el último año anterior a la fecha del cierre del proceso de selección.	**Personas jurídicas** donde más del 50% de sus acciones, partes de interés o cuotas participación pertenezcan a personas con discapacidad y los derechos de propiedad hayan pertenecido a estas durante al menos el último año anterior a la fecha del cierre del proceso de selección.	**Personas jurídicas** que tengan vinculadas laboralmente al menos una persona con discapacidad en empleos del nivel directivo de la empresa al menos el último año anterior a la fecha de cierre del proceso de selección en el mismo cargo u otro del mismo nivel.
Documentos:	**Documentos:**	**Documentos:**	**Documentos:**
• Cédula / Pasaporte / Cédula de extranjería.	• Cédula / Pasaporte / Cédula de extranjería.	• Cédula / Pasaporte / Cédula de extranjería del socio con discapacidad.	• Cédula / Pasaporte / Cédula de extranjería de los trabajadores con discapacidad.
• Certificado de discapacidad (Minsalud).	• Certificado de discapacidad (Minsalud).	• Certificado de discapacidad (Minsalud) de los socios.	• Certificado de discapacidad (Minsalud) del empleado.

• Título profesional.	• Registro mercantil.	• Certificado del representante legal y el revisor fiscal o el contador donde conste la distribución de los derechos en la sociedad y el tiempo que las personas con discapacidad han mantenido su participación.	• Certificado del representante legal y el revisor fiscal o el contador donde se señale de manera detallada las personas con discapacidad que ocupan los cargos del nivel directivo del proponente y su tiempo de vinculación.
		• Copia del certificado de existencia y representación.	• Copia de Contratos o certificación laboral con las funciones.
			• Certificado de aportes a Seguridad Social del último año en el que se demuestren los pagos realizados por el empleador.

Tratándose de proponentes plurales, estas condiciones solo se aplicarán cuando al menos uno de los integrantes cumpla con los criterios previstos en el artículo 2.2.1.2.4.2.6. de este Decreto y acredite una participación no inferior al diez por ciento (10%) en el consorcio o la unión temporal, aportando la experiencia requerida, como mínimo, en una proporción equivalente a su participación en la conformación del proponente plural.

8. FOMENTO ESPECIAL PARA LA EJECUCION DEL CONTRATO.

Con base a lo dispuesto en la ley 2069 de 2020 y el decreto 1860 de 2021, sin perjuicio de los Acuerdos Comerciales vigentes, por la naturaleza del contrato al utilizar mano de obra para su ejecución, el contratista con prelación debe destinar al cumplimiento del objeto contractual la provisión de bienes o servicios por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional, garantizando las condiciones de calidad. También deberán aplicarse las disposiciones de los decretos 142 de 2023 y 287 de 2026.

9. COMPRAS PÚBLICAS - LEY 2046 DE 2020

Por la cual se establecen mecanismos para promover la participación de pequeños productores locales agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los mercados de compras públicas de alimentos.

La compra local de alimentos es la acción de adquirir uno o varios alimentos ofrecidos por pequeños productores agropecuarios y productores cuyos sistemas productivos pertenezcan a la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria, o de sus organizaciones legalmente constituidas dentro de la zona geográfica para la compra local de alimentos que cumplan con los requisitos sanitarios en materia de calidad e inocuidad.

De acuerdo con la ley, **las entidades que, con recursos públicos, contraten la adquisición y entrega de alimentos estarán en la obligación de adquirir localmente alimentos comprados a pequeños productores agropecuarios locales y sus organizaciones en un porcentaje mínimo del 30% del valor total** de los recursos del presupuesto destinados a la compra de alimentos. Teniendo en cuenta la naturaleza del objeto contractual, el alcance de las obligaciones y el presupuesto, se considera que para el presente proceso NO es pertinente incorporar la obligación de adquirir localmente alimentos comprados a pequeños productores agropecuarios locales y sus organizaciones.

10. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Estudio de casos: Según lo establecido en la Guía Para la Elaboración de Estudios del Sector es necesario responder los siguientes interrogantes:

¿Cómo ha contratado la Entidad Estatal en el pasado?

El Municipio de Sampués ha realizado contratación relacionada en la modalidad de Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007) con este objeto en el pasado, por lo tanto, en la siguiente tabla se relacionan los aspectos más relevantes que la entidad tuvo en cuenta a la hora de contratar:

1. **SAMC-011-2025 - SUCRE - ALCALDÍA MUNICIPIO DE SAMPUES**

Modalidad	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	
Tipo de contrato	Prestación de Servicios	
Objeto	PRESTACION DE SERVICIOS PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACION A LA SALUD EN EL MARCO DEL PLAN DE ACCION EN SALUD VIGENCIA 2025 EN EL MUNICIPIO DE SAMPUES -SUCRE.	
Valor estimado	$ 65,718,770	
Valor contratado	$ 65,718,770	
Plazo	Hasta el 31 de diciembre de 2025, o hasta agotar presupuesto, lo primero que ocurra	
Forma de pago	Un primer pago a título de anticipo por el 30% y el saldo o restante se pagará mediante actas parciales.	
Oferentes	FUNDACION INTEGRAL GESTORES DE PAZ	
Contratista adjudicado	FUNDACION INTEGRAL GESTORES DE PAZ	
Amparos en la garantía única	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor del contrato.
	Calidad del servicio	Por el 10% del valor del contrato.
	Devolución del pago anticipado	Por el 100% del valor del mismo.
Capacidad Financiera	**Liquidez**	Mayor o igual a 1,46
	Endeudamiento	Menor o igual a 66%
	Razón cobertura de interés	Mayor o igual a 3,2
Capacidad organizacional	**Rentabilidad del patrimonio**	Mayor o igual a 0,09
	Rentabilidad del activo	Mayor o igual a 0,04

Experiencia	Los pliegos exigirán al proponente que debe presentar máximo dos (2) contratos suscritos con el sector público que se hayan ejecutado con recursos públicos, o con particulares demostrable, cuyos valores sumados sean igual o mayor a 46,14 SMMLV, los cuales deben haberse suscrito y ejecutados a la fecha de cierre de la presente invitación. Los contratos deberán estar relacionados en el Registro Único de Proponentes con el clasificador de bienes y servicios hasta el nivel 3 en alguna de las siguientes clasificaciones UNSPSC: 831217, 821015 y 821016 Para ello deberá diligenciar el ANEXO 4 de los presentes pliegos y relacionar los contratos o constancias en el mismo orden. La experiencia aportada por las Uniones Temporales se tendrá en cuenta de conformidad con su porcentaje de participación y extensión de los ítems del contrato y se establecerá sumando la experiencia específica aportada de cada uno de los miembros. En los consorcios se tendrá en cuenta el total del correspondiente contrato sin perjuicio del número de participantes. Tratándose de mipymes y emprendimientos y empresas de mujeres con domicilio en el territorio nacional en el marco de la ley 2069 de 2020 y el decreto 1860 de 2021, para acreditar la experiencia especifica podrán aportar hasta tres (3) contratos para cumplir con este criterio. Tal circunstancia deberán probarla en el acápite de su propuesta.
Presupuesto u/o especificaciones técnicas.	Muy extenso validar en enlace de verificación.
Códigos UNSPSC	83121700 Servicios de comunicación masiva
Fuente de verificación	SECOP I
Link de verificación	Detalle del proceso: SAMC-011-2025

• Insumos de Análisis Estratégicos – MAE – Análisis de la Demanda

A través de la herramienta de visualización para el análisis de la demanda y oferta desarrollada por Colombia Compra Eficiente-CCE en el marco del Modelo de Abastecimiento Estratégico-MAE contenida en: www.colombiacompra.gov.co > Datos de Compra Pública > Abastecimiento Estratégico > Más Información > Herramientas de Visualización para el análisis de la Demanda y Oferta > HERRAMIENTA DE ANÁLISIS DE LA DEMANDA, se consultó ¿Cómo la

Entidad en el pasado ha adquirido el bien, obra o servicio a contratar?, para los últimos 5 años, consulta realizada a través del código UNSPSC **83121700 - Servicios de comunicación masiva.**

En la Figura 5 se observa la adquisición de los servicios en la actividad del correspondiente al código UNSPSC 83121700 donde el gasto asciende, durante los últimos 5 años, a $ 65.718.770 con un total de 1 contrato de parte del Municipio de Sampués en los años de 2020 a 06 de agosto de 2026.

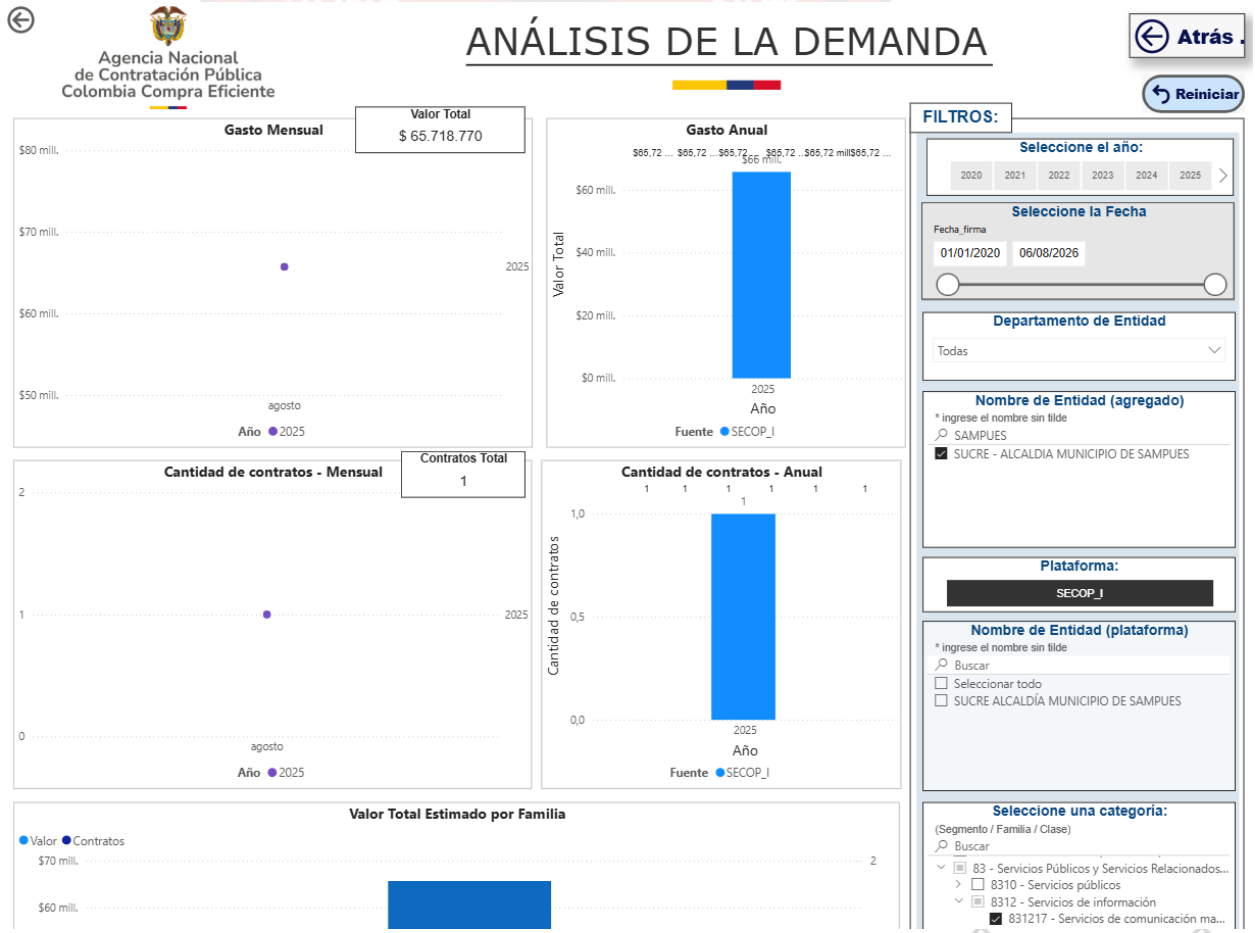


Figura 5. Gasto total, 5 últimos años – Municipio de Sampués – código 83121700.

De manera específica, se observa en la Figura 6, que la mayor parte de esta contratación surte por la modalidad de contratación competitiva (Selección Abreviada de Menor Cuantía) y que el Origen de los proveedores es en los Departamentos de: Sucre.

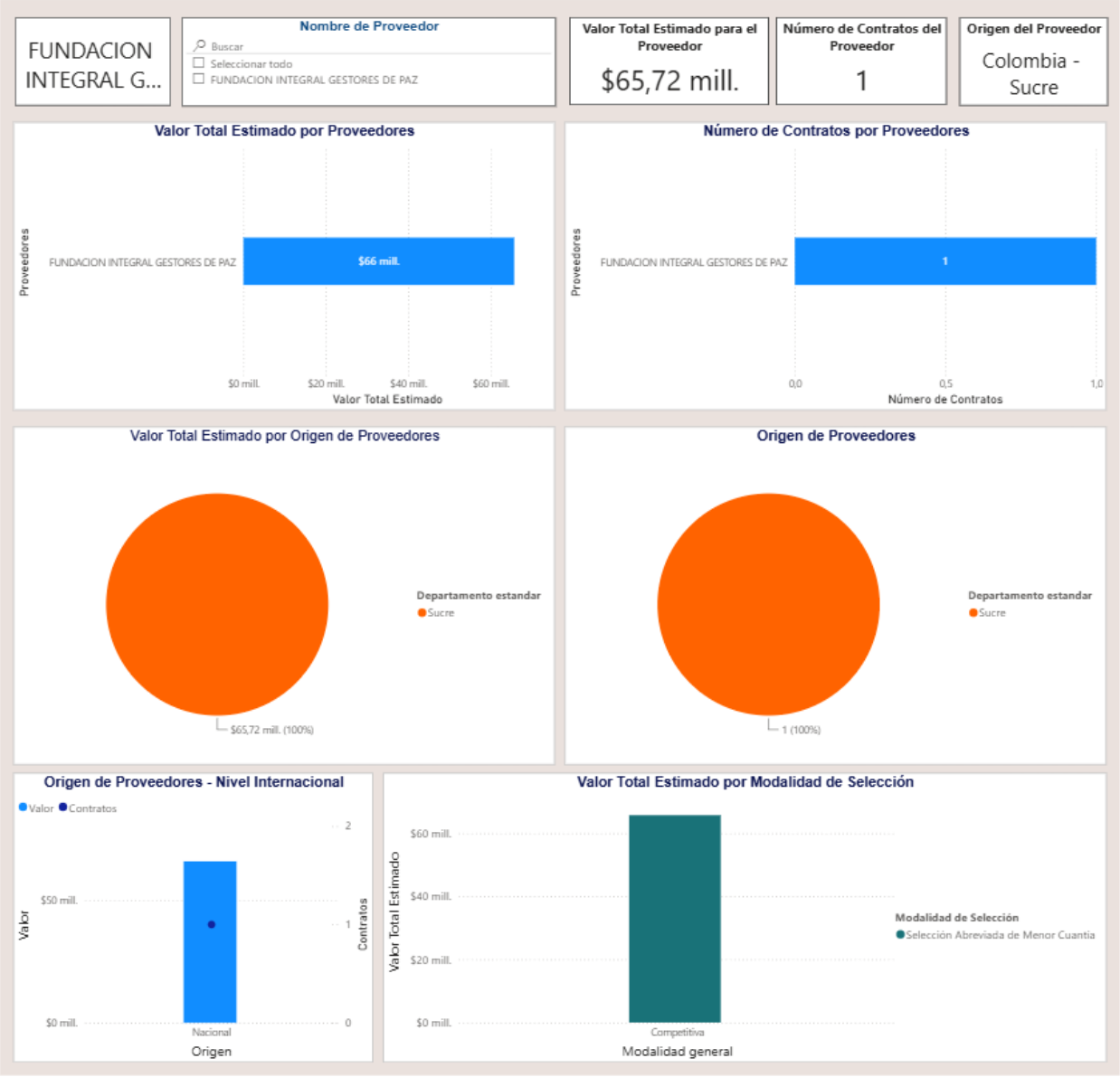


Figura 6. Modalidad de selección y por departamento de la adquisición.

¿Cómo han contratado otras Entidades Estatales en el pasado?

Para realizar un análisis de la demanda se toma como fuente de consulta el Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP), https://www.contratos.gov.co/consultas/resultadoListadoProcesos.jsp#, tomando una muestra de 5 entidades públicas que han adelantado procesos de selección relacionados con el objeto de que en el Municipio de Sampués pretende contratar.

Entre las entidades públicas que lo han desarrollado están:

1. SAMC-SG-001-2026 - MUNICIPIO DE YUMBO

Modalidad	Selección Abreviada Menor Cuantía	
Tipo de contrato	Prestación de Servicios	
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DE LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DE YUMBO VALLE DEL CAUCA.	
Valor estimado	$ 500.000.000	
Valor contratado	$ 499.961.705	
Forma de pago	Pagos parciales	
Duración	Hasta 31 de diciembre de 2026.	
Oferentes	MEDYALAB LABORATORIO DE MEDIOS S.A.S	
Contratista Adjudicado	MEDYALAB LABORATORIO DE MEDIOS S.A.S	
Amparos en la garantía única	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor total del contrato.
	Calidad del servicio	Por el 30% del valor total del contrato.
	Salarios y prestaciones sociales	Por el 5% del valor del contrato.
	Seriedad	Por el 10% del valor del contrato.
Experiencia	El Proponente debe acreditar experiencia de la siguiente forma con máximo 1 contratos terminados registrados en alguno de los códigos en el RUP: 82101600 Publicidad difundida, 82101900 Colocación y cumplimiento de medios, 82111900 Servicios de noticias y publicidad. El Proponente debe acreditar esta experiencia con los contratos ejecutados inscritos en el RUP, identificados con el Clasificador de Bienes y Servicios en el tercer nivel y expresando su valor en salarios mínimos mensuales legales vigentes, para esta finalidad debe diligenciar el Formato No. 9.	

<table>
<tr><td></td><td colspan="2">Para acreditar la experiencia del proponente, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:
- El valor sea igual o superior al ciento por ciento (100%) del valor del presupuesto destinado para el contrato en mención expresado en SMMLV.
- La experiencia en caso de consorcios y uniones temporales se suma entre sus integrantes.
- En el evento en que el proponente acredite experiencia en contratos en los cuales haya participado bajo una estructura plural, para efectos de la evaluación de este factor, se tomará el valor equivalente al porcentaje de participación del proponente en dicha estructura de la cual acredite la experiencia.</td></tr>
<tr><td>Códigos UNSPSC</td><td colspan="2">82101600 - Publicidad difundida</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Indicadores Financieros</td><td>Liquidez</td><td>≥ 1,0</td></tr>
<tr><td>Endeudamiento</td><td>≤ 80%</td></tr>
<tr><td>Razón de cobertura de interés</td><td>≥ 0,0</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Indicadores organizacionales</td><td>Rentabilidad del patrimonio</td><td>≥ 0,02</td></tr>
<tr><td>Rentabilidad del activo</td><td>≥ 0,02</td></tr>
<tr><td>Presupuesto y/o especificaciones técnicas</td><td colspan="2">2.1. ESPECIFICACIONES DEL OBJETO:
<table>
<tr><th>#</th><th>DESC</th><th>CANTIDAD</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Elementos fungibles de participación</td><td>2.000</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Alquiler Sonido</td><td>4</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Alquiler Mesas</td><td>4</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Alquiler Micrófonos</td><td>4</td></tr>
<tr><td>5</td><td>Camisetas estampadas</td><td>250</td></tr>
<tr><td>6</td><td>Polos institucionales con logo bordado</td><td>100</td></tr>
<tr><td>7</td><td>Gorras</td><td>200</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

8	Agendas pasta dura con el escudo de Yumbo	200
9	Carpetas institucionales	1.000
10	Hidratación	1.500
11	Refrigerios	300
12	Libro Historico	300
13	Suscripciones digitales (Google Drive, Veo 3, IA)	3
14	Alquiler equipo de Streaming	4
15	Impresión de Piezas Publicitarias	5.000
16	Roll ups de las campañas	20
17	Recubrimiento con lona para vallas (Incluido diseño, impresión e instalación)	15
18	Diseño e impresión de gaceta (4 caras) con información de las campañas	5.000
19	Arco infable institucional	1
20	Carro valla con lona (recorridos)	150
21	Cuñas radiales	1.000
22	Emisión de videos y salidas en canales locales y regionales	15
23	Ronda de medios regionales	3
24	Cubrimiento de eventos medios locales y regionales	3
25	Pauta publicitaria en redes sociales oficiales para la divulgación de la gestión	5
26	Alquiler de vallas en espacios públicos principales (Belalcázar, bolívar Uribe y edificio skyblue) incluye 2 recambios de lona	3
27	SMS marketing / envío masivo de mensajes de textos	15.000
28	Programa radial emisora local	20
29	Coach o pedagogo para fortalecimiento a campañas	2
30	Jornadas de sensibilización internas	5
31	Equipo de apoyo para socialización de campañas	5
32	Equipo profesional para formación	3
33	Equipo de apoyo para socialización de campañas	3
34	Carteleras en acrilico	5
35	Material impreso - Recubrimieno adehsivo -	8
36	Herramientas digitales	7

Fuente de verificación	SECOP II
Link de verificación	https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.10306516

2. SAMC-001-2026 – CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR – CORPOCESAR

Modalidad	Selección Abreviada Menor Cuantía	
Tipo de contrato	Prestación de Servicios	
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS EN LOS FORMATOS TELEVISIVOS, RADIALES, ESCRITOS Y WEB CON EL PROPÓSITO DE DIFUNDIR LOS DIFERENTES PROGRAMAS PLASMADOS DENTRO DEL PLAN DE ACCIÓN "GOBERNANZA Y GOBERNABILIDAD EN LA GESTIÓN AMBIENTAL DEL CESAR" 2024-2027, ASÍ COMO LAS DISTINTAS ACTUACIONES DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR 2026.	
Valor estimado	$440.000.000	
Valor contratado	$440.000.000	
Plazo	8 meses	
Forma de pago	Pagos mensuales	
Oferentes	EMISORA MARAVILLA STEREO	
Contratista adjudicado	EMISORA MARAVILLA STEREO	
Amparos en la garantía única	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor del contrato.
	Calidad del servicio	Por el 10% del valor del contrato.
	Salarios y prestaciones sociales	Por el 5% del valor del contrato.
	Seriedad	Por el 10% del valor del contrato.
Capacidad Financiera	**Liquidez**	Mayor o igual a 2,50
	Endeudamiento	Menor o igual a 50%
	Razón cobertura de interés	Mayor o igual a 3,0

<table>
<tr><td rowspan="2">Capacidad organizacional</td><td>Rentabilidad del patrimonio</td><td>Mayor o igual a 0,06</td></tr>
<tr><td>Rentabilidad del activo</td><td>Mayor o igual a 0,05</td></tr>
<tr><td>Experiencia</td><td colspan="2">El proponente deberá acreditar haber celebrado, ejecutado y terminado con entidad pública y/o privada dos (2) contratos, que contengan lo siguiente:
Un (1) contrato y/o certificación cuyo objeto sea similar a este proceso y/o que dentro del alcance del mismo contemple las siguientes actividades:
Cuñas leídas y grabadas (radio)
Videos, audios, lecturas de comunicaciones, entrevistas (televisión)
Reportajes, avisos (prensa)
Página web, periódicos en línea etc. (medios electrónicos)
Un (1) contrato y/o certificación cuyo objeto sea similar a este proceso y/o que dentro del alcance del mismo contemple las siguientes actividades:
Divulgación en radiodifusoras con alcance departamental, divulgación a través de medios independientes.
Espacios en programas de televisión
Portales Web, Producción audiovisual.
El valor de los dos contratos sumados, aportados como experiencia especifica debe ser igual o superior al ciento veinte (120%), del valor del presupuesto oficial en SMMLV.</td></tr>
<tr><td>Códigos UNSPSC</td><td colspan="2">82101600 - Publicidad difundida
82111900 - Servicios de noticias y publicidad</td></tr>
<tr><td>Presupuesto y/o especificaciones técnicas</td><td colspan="2">
<table>
<tr><th>ITEM</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>PLAZO</th><th>ESPECIFICACIONES</th><th>VR.TOTAL IVA INCLUIDO</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Divulgación en radiodifusoras con alcance departamental</td><td>8 meses</td><td>Dos (2) comerciales diarios de lunes a viernes de 30 segundos, un (1) flash informativo de 5 minutos, tres (3) cápsulas informativas a la semana y cuatro (4) publirreportajes en radiodifusoras de alcance departamental.</td><td>$ 74.000.000</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

	Programa de radio		Emision de programa de radio en medio de amplia sintonia, a través del cual se divulguen los programas, proyectos, gestion y distintas actuaciones de Corpocesar	$	24.000.000
2	Divulgación a través de medios independientes		Difusión de campañas y noticias de la corporación en los diferentes medios de comunicación a través de: cuñas, spots, redes sociales, entrevistas y lectura boletines de prensa.	$	49.000.000
3	Divulgación enmedios de otros municipios		Difusión de campañas y noticias de la corporación en sus medios de comunicación a través de: avisos, cuñas, entrevistas spots, redes sociales y lectura de boletines de prensa.	$	30.800.000
4	Espacios en programas de televisión		Transmisión de comerciales y cubrimiento de noticias, entrevistas, en programas y noticieros locales.	$	40.000.000
5	Portales Web		Publicación del banner de Corpocesar, videos, fotos, divulgación de campañas, entrevistas, divulgación de piezas publicitarias y boletines de prensa.	$	40.000.000
6	Producción audiovisual		Producción de videos, estudios de grabación y voz.	$	56.000.000
7	Organización, Administración y Diseño gráfico		Organización y Administración (Operador Plan de Medios) (1) diseñador gráfico: Para la producción de diseños que requiera la Oficina de Comunicaciones. (1) profesional fotógrafo y manejo de redes sociales. (1) Comunicador social	$	126.200.000
VALOR TOTAL				$	440.000.000

Fuente de verificación	SECOP II
Link de verificación	https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.10067729

3. AD-SA-25-19 - DEPARTAMENTO DE SANTANDER

Modalidad	Selección Abreviada Menor Cuantía
Tipo de contrato	Prestación de Servicios
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN UN PLAN DE MEDIOS QUE PERMITA LA DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS Y COMUNITARIOS DE PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN Y VIRTUALES DE LA OFERTA

<table>
<tr><td></td><td colspan="2">INSTITUCIONAL, PROGRAMAS, PROYECTOS Y GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEPARTAMENTAL DE SANTANDER CON EL FIN DE LOGRAR UNA COMUNICACIÓN EFICAZ, EFECTIVA Y TRANSPARENTE CON LA COMUNIDAD DEL DEPARTAMENTO.</td></tr>
<tr><td>Valor estimado</td><td colspan="2">$ 1.000.000.000</td></tr>
<tr><td>Valor contratado</td><td colspan="2">$ 479.947.825</td></tr>
<tr><td>Plazo</td><td colspan="2">Hasta el 26 de diciembre de 2026.</td></tr>
<tr><td>Forma de pago</td><td colspan="2">Mediante actas parciales</td></tr>
<tr><td>Oferentes</td><td colspan="2">CORPORACION JOAN MIRO
FER PUBLICIDAD</td></tr>
<tr><td>Contratista adjudicado</td><td colspan="2">CORPORACION JOAN MIRO</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Amparos en la garantía única</td><td>Cumplimiento</td><td>Por el 10% del valor del contrato.</td></tr>
<tr><td>Calidad del servicio</td><td>Por el 10% del valor del contrato.</td></tr>
<tr><td>Seriedad</td><td>Por el 10% del valor del contrato.</td></tr>
<tr><td>Pago de salarios y prestaciones sociales</td><td>Por el 10% del valor del contrato</td></tr>
<tr><td>Responsabilidad extracontractual</td><td>200SMMLV.</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Capacidad Financiera</td><td>Liquidez</td><td>Mayor o igual a 1,1</td></tr>
<tr><td>Endeudamiento</td><td>Menor o igual a 70%</td></tr>
<tr><td>Razón cobertura de interés</td><td>Mayor o igual a 2,0</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Capacidad organizacional</td><td>Rentabilidad del patrimonio</td><td>Mayor o igual a 0,05</td></tr>
<tr><td>Rentabilidad del activo</td><td>Mayor o igual a 0,03</td></tr>
<tr><td>Experiencia</td><td colspan="2">13.2.2 EXPERIENCIA GENERAL

Para acreditar esta experiencia, la Entidad solicita la presentación de hasta TRES (3) CONTRATOS ejecutados, terminados y liquidados con entidades públicas o privadas en cuyo objeto se evidencie las actividades de PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL DESARROLLO Y/O EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE ENTIDADES PUBLICAS y cuyo valor ejecutado sumado sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial expresado en SMMLV del presente proceso de selección, es decir 702,50 SMMLV. Los contratos deben estar identificados con el Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) con al menos cinco (5) de los códigos UNSPSC que se relacionan a continuación y demostrándose esta condición mediante el Certificado de Registro Único de proponentes en firme:

<table>
<tr><th>No</th><th>CLASIFICACIÓN UNSPSC</th><th>DESCRIPCIÓN</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>82101600</td><td>Publicidad difundida</td></tr>
<tr><td>3</td><td>82101800</td><td>Servicios de agencia de publicidad</td></tr>
<tr><td>4</td><td>82101900</td><td>Colocación y cumplimiento de medios</td></tr>
<tr><td>5</td><td>82111900</td><td>Servicios de noticias y publicidad</td></tr>
<tr><td>6</td><td>82131600</td><td>Fotógrafos y cinematógrafos</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

Presupuesto y/o especificaciones

				COTIZACION 1 100% MEDIOS	COTIZACION 2 JOAN MIRO	COTIZACION 3 SEGA	PROMEDIO
Ítem	Detalle	Especificaciones Técnicas	Cantidad	Valor Total, Incluido IVA y gravamenes gubernamentales	Valor Total, Incluido IVA y gravámenes gubernamentales	Valor Total, Incluido IVA y gravamenes gubernamentales	Valor Total, Incluido IVA y gravamenes gubernamentales
#	Actividades de Servicios de difusión y divulgación de comunicación de la oferta institucional						
1	RADIO NACIONAL EN FM	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) En horario Prime Time. En emisora de cubrimiento y emisión nacional. En frecuencia Modulada (FM).	1	$ 8.925.000	$ 9.341.500	$ 9.954.362	$ 9.494.355
2	RADIO NACIONAL EN AM	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos). En horario Prime Time. En emisora de cubrimiento y emisión nacional. En Amplitud Modulada (AM)	1	$ 5.355.000	$ 5.176.500	$ 7.705.262	$ 6.338.589
3	OLÍMPICA ST	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos). en horario de TEMPRANO ES MÁS BACANO y su programación general	1	$ 192.185	$ 217.294	$ 205.037	$ 204.870
4	BLU RADIO 960 AM	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) en el Break Local de MAÑANAS BLU y su programación general.	1	$ 113.050	$ 117.215	$ 115.572	$ 114.205
5	EL SOL	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) en horario prime time y su programación general	1	$ 142.800	$ 166.362	$ 150.535	$ 152.802

6	**RADIO UNO 106.7 FM**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) en NOTICIAS DE LA MAÑANA y su programación general	1	$ 146.227	$ 150.654	$ 147.441	$ 148.001
7	**LA FM 99.7 FM**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) NOTICIAS DE LA MAÑANA y su programación general	1	$ 166.743	$ 177.072	$ 175.287	$ 173.394
8	**LA CARIÑOSA 1.180 AM**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) LOCAL NOTICIEROS. y su programación general	1	$ 76.791	$ 78.064	$ 77.886	$ 77.629
9	**RCN LA RADIO 800 AM**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) LOCAL NOTICIERO DE LA MAÑANA, y su programación general	1	$ 142.800	$ 171.003	$ 149.643	$ 153.710
10	**LA MEGA**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) en horario prime time y su programación general	1	$ 146.370	$ 173.145	$ 150.452	$ 155.665
11	**CARACOL RADIO (99.2 FM)**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) en el Break Local de 6:00 am Hoy x Hoy y Noticiero del Mediodía y su programación general.	1	$ 172.550	$ 178.262	$ 176.001	$ 175.668
12	**CARACOL RADIO (880 AM)**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) en el Break Local de 6:00 am Hoy x Hoy, Noticiero del Mediodía y su programación general.	1	$ 113.050	$ 116.382	$ 121.975	$ 117.908
13	**LA W 90.7FM**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) Break Local del Noticiero de la mañana y su programación general	1	$ 178.500	$ 197.307	$ 197.243	$ 192.011

14	**BÉSAME**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) en horario prime time en su programación general	1	$ 146.370	$ 150.654	$ 149.226	$ 148.826
15	**TROPICANA ST**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) en horario prime time y su programación general	1	$ 146.370	$ 149.050	$ 186.592	$ 164.794
16	**RADIO LOCAL Y/O COMUNITARIA FM**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) en emisora FM local y/o comunitaria en su programación general	1	$ 101.150	$ 99.841	$ 115.430	$ 107.063
17	**RADIO LOCAL Y/O COMUNITARIA AM**	Emisión de cuña radial de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión de la cuña, pero se debe cumplir con los 30 segundos) en emisora AM local y/o comunitaria en su programación general	1	$ 65.485	$ 73.185	$ 70.853	$ 70.003
18	**TELEVISIÓN REGIONAL**	Emisión de spot publicitario de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión del spot Publicitario , pero se debe cumplir con los 30 segundos) en espacios de televisión regional (Canal TRO) en noticieros, programas de opinión, deportivos y magazines.	1	$ 1.547.000	$ 1.773.100	$ 2.350.250	$ 1.963.583
19	**TELEVISIÓN LOCAL Y/O COMUNITARIA**	Emisión de spot publicitario de TREINTA (30") segundos de duración (Se puede fragmentarla la emisión del spot Publicitario, pero se debe cumplir con los 30 segundos) en espacios de televisión local y/o comunitaria en noticieros, programas de opinión, deportivos y magazines.	1	$ 595.000	$ 708.050	$ 797.588	$ 715.788
20	**PRENSA LOCAL**	Publicación en Página Completa (se puede realizar publicaciones de 1/2 y 1/4 de página. Pero se debe cumplir con la totalidad de la página completa) - Full Color, Página Interna, días de mayor circulación y Domingos. Tamaño Estándar en periódico y/o diario de circulación local.	1	$ 10.115.000	$ 9.460.500	$ 11.134.887	$ 10.380.086

21	**PRENSA REGIONAL**	Publicación en Página Completa (se puede realizar publicaciones de 1/2 y 1/4 de página. Pero se debe cumplir con la totalidad de la página completa) - Full Color, Página Interna, días de mayor circulación y Domingos. Tamaño Estándar en periódico y/o diario de circulación regional.	1	$ 27.370.000	$ 26.775.000	$ 28.599.663	$ 27.744.110
22	**PRENSA NACIONAL**	Publicación en Página Completa (se puede realizar publicaciones de 1/2 y 1/4 de página. Pero se debe cumplir con la totalidad de la página completa) - Full Color, Página Interna, días de mayor circulación y Domingos. Tamaño Estándar en periódico y/o diario de circulación nacional.	1	$ 37.603.178	$ 36.341.400	$ 38.422.542	$ 37.610.076
23	**MEDIOS DIGITALES**	Publicación y/o emisión de mensajes institucionales (audios, imágenes, videos, gif, en vivos, carruseles) en medios de alto tráfico virtuales como paginas y/o redes sociales como (X, Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Tik Tok, enlaces y/o contenido) con un número de seguidores de 5.000 hasta 20.000.	1	$ 142.800	$ 160.650	$ 168.980	$ 159.313
24		Publicación y/o emisión de mensajes institucionales (audios, imágenes, videos, gif, en vivos, carruseles) en medios de alto tráfico virtuales como paginas y/o redes sociales como (X, Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Tik Tok, enlaces y/o contenido) con un número de seguidores de 20.001 hasta 150.000.	1	$ 309.400	$ 303.450	$ 339.864	$ 321.131
25		Publicación y/o emisión de mensajes institucionales (audios, imágenes, videos, gif, en vivos, carruseles) en medios de alto tráfico virtuales como paginas y/o redes sociales como (X, Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Tik Tok, enlaces y/o contenido) con un número de seguidores de 150.001 hasta 500.000.	1	$ 464.100	$ 422.450	$ 499.800	$ 468.133
26		Publicación y/o emisión de mensajes institucionales (audios, imágenes, videos, gif, en vivos, carruseles) en medios de alto tráfico virtuales como paginas y/o redes sociales como (X, Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Tik Tok, enlaces y/o contenido) con un número de seguidores de más 500.000.	1	$ 654.500	$ 648.550	$ 827.288	$ 728.821

	<table><tr><td>27</td><td>PRODUCCIÓN CUÑA RADIAL</td><td>Preproducción y Producción de cuña radial (Producción sonora) de hasta 1 minuto de duración</td><td>1</td><td>$ 3.570.000</td><td>$ 3.451.000</td><td>$ 5.093.319</td><td>$ 4.206.586</td></tr><tr><td>28</td><td>PRODUCCIÓN SPOT AUDIOVISUAL</td><td>preproducción y producción de spot publicitario (producción audiovisual) de hasta 3 minutos de duración</td><td>1</td><td>$ 5.355.000</td><td>$ 4.700.500</td><td>$ 6.824.650</td><td>$ 5.817.983</td></tr><tr><td colspan="4">TOTAL</td><td>$ 104.056.419</td><td>$101.478.140</td><td>$114.907.628</td><td>$108.105.104</td></tr></table>
Códigos UNSPSC	82101600 - Publicidad difundida
Fuente de verificación	SECOP II
Link de verificación	https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.8777291

4. SAMC-SEGD-001-2025 - ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS

Modalidad	Selección Abreviada Menor Cuantía
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ESTRATÉGICO DEL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES, SOCIALIZAR LA OFERTA INSTITUCIONAL Y FORTALECER LA VISIBILIDAD DE LAS ACCIONES DE GOBIERNO Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO 2024 - 2027 CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS.
Valor estimado	$ 970.000.000
Valor contratado	$ 970.000.000
Plazo	Hasta 31 de diciembre de 2025 o hasta el agotamiento de los recursos, contados a partir del Acta de Inicio
Forma de pago	Pagos parciales
Oferentes	PGL MARKETING CASA PRODUCTORA LTDA COMPANY MEDIA SAS CP EVENTOS S.A.S. 4TO PIXEL SAS LA RED

Contratista adjudicado	COMPANY MEDIA SAS $ 520.000.000 CASA PRODUCTORA LTDA $ 450.000.000	
Amparos en la garantía única	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor del contrato.
	Calidad del servicio	Por el 10% del valor del contrato.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 5% del valor del contrato
	Responsabilidad civil extracontractual	200 SMMLV
Capacidad Financiera	**Liquidez**	Mayor o igual a 1,03
	Endeudamiento	Menor o igual a 74%
	Razón cobertura de interés	Mayor o igual a 0,0
Capacidad organizacional	**Rentabilidad del patrimonio**	Mayor o igual a 0,0
	Rentabilidad del activo	Mayor o igual a 0,0
Experiencia	Máximo dos (2) contratos, celebrados, ejecutados, terminados y cuyo valor ejecutado sea igual o superior al cien por ciento (100%) del presupuesto oficial estimado expresado en SMMLV establecido para esta contratación.	
Presupuesto y/o especificaciones	Muy extenso ver en enlace de verificación	
Códigos UNSPSC	82101500 - Publicidad impresa 82101600 - Publicidad difundida 82101800 - Servicios de agencia de publicidad 82101900 - Colocación y cumplimiento de medios 82131600 - Fotógrafos y cinematógrafos 82141500 - Servicios de diseño artístico 83121700 - Servicios de comunicación masiva	
Fuente de verificación	SECOP II	
Link de verificación	https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.7835398	

5. SAMC-002-2025 - MUNICIPIO DE BARICHARA – SANTANDER

Modalidad	Selección Abreviada Menor Cuantía	
Tipo de contrato	Prestación de servicios	
Objeto	PRESTACIÓN SERVICIOS PARA EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS INSTITUCIONALES DE RADIO, TELEVISIÓN, Y SECCIÓN DE PRENSA PARA FORTALECER EL PLAN DE COMUNICACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL, EN CUMPLIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO DIGITAL, GOBIERNO ABIERTO Y TRANSPARENCIA PARA EL MUNICIPIO DE BARICHARA – SANTANDER.	
Valor estimado	$ 72.000.000	
Valor contratado	$ 72.000.000	
Plazo	8 meses contados a partir del acta de inicio	
Forma de pago	Pagos parciales	
Oferentes	COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO SOLUCIONES CONSTRUIR CTA	
Contratista adjudicado	COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO SOLUCIONES CONSTRUIR CTA	
Amparos en la garantía única	**Cumplimiento**	Por el 20% del valor del contrato.
	Seriedad de la oferta	Por el 15% del valor de la oferta
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 10% del valor del contrato.
Capacidad Financiera	**Liquidez**	Mayor o igual a 1,5
	Endeudamiento	Menor o igual a 60%
	Razón cobertura de interés	Mayor o igual a 1,5
Capacidad organizacional	**Rentabilidad del patrimonio**	Mayor o igual a 0,06
	Rentabilidad del activo	Mayor o igual a 0,02
Experiencia	TRES (03) contratos inscritos en el RUP, cuyo objeto se encuentre relacionado con el "PRESTACIÓN SERVICIOS PARA EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS INSTITUCIONALES DE RADIO, TELEVISIÓN, Y SECCIÓN DE PRENSA PARA FORTALECER EL PLAN DE COMUNICACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL, EN CUMPLIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO DIGITAL, GOBIERNO ABIERTO Y TRANSPARENCIA PARA EL MUNICIPIO DE BARICHARA - SANTANDER".	

<table>
<tr><td></td><td>⊠ Que uno (01) de los contratos aportados sea igual o superior a 80% del presupuesto oficial, es decir, mayor o igual a 50,5 SMMLV.</td></tr>
<tr><td>Códigos UNSPSC</td><td>82101601 - Publicidad en radio
82101602 - Publicidad en televisión
82101603 - Publicidad en internet</td></tr>
<tr><td>Presupuesto y/o especificaciones técnicas</td><td>
<table>
<tr><th>ITEM</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>UNIDAD</th><th>CANT</th><th>V/UNIT</th><th>V/TOTAL</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Prestación de servicios en la preproducción, producción y postproducción de 64 cuñas y/o referencias radiales de mínimo 30 segundos, cuyo contenido debe estar relacionado y/o enfocado a las acciones, proyectos y campañas que adelante la Administración municipal de Barichara, Santander.</td><td>CUÑA</td><td>64</td><td>$ 60.000,00</td><td>$ 3.840.000,00</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Prestación de servicios para la emisión de 1.590 impactos de cuña radial en emisora con alcance regional, cuyo contenido esté relacionado y/o enfocado a las acciones, proyectos y campañas que adelante la Administración municipal de Barichara, Santander. Impactos que deben estar distribuidos en 2 emisoras regionales durante los 8 meses de duración del contrato.</td><td>EMISIÓN</td><td>1590</td><td>$ 16.000,00</td><td>$ 25.440.000,00</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Prestación de servicios para la emisión de 440 impactos de cuña digital audiovisual de máximo 40 segundos en emisora digital durante un streaming con alcance y/o incidencia y audiencia en Barichara, cuyo contenido esté relacionado y/o enfocado a las acciones, proyectos y campañas que adelante la Administración municipal de</td><td>EMISIÓN</td><td>440</td><td>$ 20.000,00</td><td>$ 8.800.000,00</td></tr>
</table>
Activar Windows
Ve a Configuración para activa
</td></tr>
</table>

	Barichara, Santander. Impactos que deben estar distribuidos en 1 emisora digital con alcance en Barichara durante los 8 meses de duración del contrato.				
4	Prestación de servicios para la publicación de 192 impactos de spots audiovisuales para redes sociales (fan page), cuyo contenido esté relacionado y/o enfocado a las acciones, proyectos y campañas adelantadas por la Administración municipal de Barichara, Santander, con el fin de mostrar la gestión realizada por la administración, en 2 redes sociales de gran acogida y relevante número de seguidores a nivel local y regional	PUBLICACIÓN	192	$ 150.000,00	$ 28.800.000,00
5	Prestación de servicios para la realización de entrevistas en vivo en espacio de gran audiencia, en emisora con alcance regional, en las que se traten temas de relevancia y se haga un balance de la gestión realizada por la administración municipal de Barichara, Santander, durante la duración del contrato (8 meses)	ENTREVISTA	64	$ 80.000,00	$ 5.120.000,00
TOTAL, IVA INCLUIDO					$ 72.000.000,00

Activar Windows
Ve a Configuración para

Fuente de verificación	SECOP II
Link de verificación	https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.7975209

11. CONCUSIONES DEL ANÁLISIS DE ANTECEDENTES.

Según lo establecido en la Guía Para Elaboración De Estudios Del Sector la estructura del análisis debe cubrir tres áreas (i) aspectos generales (económicos, técnicos y reglamentarios), (ii) estudio de la oferta y (iii) estudio de la demanda. Una vez analizadas estas áreas se pueden determinar los requisitos habilitantes, algunos de los riesgos y la modalidad de selección de la oferta:

11.1. Forma de Pago

Al revisar la información suministrada en el análisis de la demanda se evidencia claramente que todas las entidades, incluyendo el Municipio de Sampués Sucre, que han realizado procesos con objeto similar al de la presente contratación han realizado los pagos de sus obligaciones financieras mediante la siguiente forma:

No	ENTIDAD	FORMA DE PAGO
1	SUCRE - ALCALDÍA MUNICIPIO DE SAMPUES	Un primer pago a título de anticipo por el 30% y el saldo o restante mediante actas parciales.
2	MUNICIPIO DE YUMBO	Pagos parciales
3	CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR - CORPOCESAR	Pagos mensuales
4	DEPARTAMENTO DE SANTANDER	Mediante actas parciales
5	ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	Pagos parciales
6	MUNICIPIO DE BARICHARA – SANTANDER	Pagos parciales

Esta relación se sugiere como referencia para determinar requisitos y/o cláusulas contractuales para tener en cuenta.

11.2. Tipo De Contrato

De acuerdo con las especificaciones técnicas del proyecto en mención y a la información analizada en el estudio de la demanda 6 de 6 entidades celebraron el contrato por medio de Prestación de Servicio.

Por lo tanto, se sugiere como referencia para determinar requisitos y/o cláusulas contractuales para tener en cuenta.

11.3. Amparos Requeridos en la Garantía

Del estudio realizado a los procesos llevados a cabo en las entidades estatales se observó que estas incluyen entre los amparos requeridos en la garantía de seriedad los siguientes:

- **Cumplimiento**, en los procesos analizados se observó que las entidades que usan este como uno de los amparos de la garantía única lo hacen por el 10% y el 20% del valor del contrato.
- **Calidad del servicio**, en los procesos estudiados se evidencio que las entidades que requieren este amparo en la garantía única lo hacen por el 10% y el 30% del contrato.
- **Calidad del bien**, en los procesos estudiados se evidencio que las entidades que requieren este amparo en la garantía única lo hacen por el 10% del contrato.
- **Seriedad**, en los procesos estudiados se evidencio que las entidades que requieren este amparo en la garantía única lo hacen por el 10% y el 15% del contrato.
- **Responsabilidad extracontractual**, en los procesos estudiados se evidencio que las entidades que requieren este amparo en la garantía única lo hacen por 200 smlmv.
- **Salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones**, en los procesos analizados se observó que las entidades que usan este como uno de los amparos de la garantía única lo hacen por el 5% y el 10% del valor del contrato.
- **Devolución del pago anticipado,** en los procesos estudiados se evidencio que las entidades que requieren este amparo en la garantía única lo hacen por el 100% del valor del anticipo.

11.4. Oferentes

De acuerdo con la información obtenida en el estudio de la demanda se observa que, en el pasado en las entidades estatales, incluyendo a el Municipio de Sampués Sucre los oferentes que han participado en este tipo de procesos son:

No	ENTIDAD	OFERENTES PARTICIPANTES
1	SUCRE - ALCALDÍA MUNICIPIO DE SAMPUES	FUNDACION INTEGRAL GESTORES DE PAZ
2	MUNICIPIO DE YUMBO	MEDYALAB LABORATORIO DE MEDIOS S.A.S

3	CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR - CORPOCESAR	EMISORA MARAVILLA STEREO
4	DEPARTAMENTO DE SANTANDER	CORPORACION JOAN MIRO FER PUBLICIDAD
5	ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	PGL MARKETING CASA PRODUCTORA LTDA COMPANY MEDIA SAS CP EVENTOS S.A.S. 4TO PIXEL SAS LA RED
6	MUNICIPIO DE BARICHARA – SANTANDER	COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO SOLUCIONES CONSTRUIR CTA

Esta relación se tiene en cuenta para conocer los posibles oferentes que en la actualidad se encuentran activos para el servicio a contratar.

11.5. Indicadores Financieros y Operacionales sugeridos

Con base en el análisis de las 6 entidades del estudio de demanda que realizaron procesos de Selección se relacionan los indicadores financieros y operacionales que estas tuvieron en cuenta al momento de contratar y se calcula un promedio (media aritmética) con los indicadores mínimos estipulados por la Agencia de Colombia Compra Eficiente.

ENTIDAD - NUMERO DE PROCESO	INDICE LIQUIDEZ	INDICE ENDEUDAMIENTO	INDICE RAZON COBERTURA DE INTERES	INDICE RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	INDICE RENTABILIDAD DEL ACTIVO	CAPITAL DE TRABAJO	PATRIMONIO
1. SA-SI-001-2026 - SUCRE - ALCALDÍA MUNICIPIO DE SAMPUES	≥ 1,46	≤ 66%	≥ 3,2	≥ 0,09	≥ 0,04	NE	NE
2. SAMC-SG-001-2026 - MUNICIPIO DE YUMBO	≥ 1,00	≤ 80%	≥ 0,00	≥ 0,02	≥ 0,02	NE	NE
3. SAMC-001-2026 - CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR - CORPOCESAR	≥ 2,50	≤ 50%	≥ 3,00	≥ 0,06	≥ 0,05	NE	NE

4. AD-SA-25-19 - DEPARTAMENTO DE SANTANDER	≥ 1,1	≤ 70%	≥ 2,0	≥ 0,05	≥ 0,03	NE	NE
5. SAMC-SEGD-001-2025- ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	≥ 1,03	≤ 74%	≥ 0,0	≥ 0,0	≥ 0,0	NE	NE
6. SAMC-002-2025 - MUNICIPIO DE BARICHARA	≥ 1,5	≤ 60%	≥ 1,5	≥ 0,06	≥ 0,02	NE	NE
COLOMBIA COMPRA EFICIENTE	≥ 1,21	≤ 60%	≥ 1,5	≥ 0,04	≥ 0,02		
MINIMO	1,00	80%	0,0	0	0		
MAXIMO	2,50	50%	3,0	0,06	0,05		
MEDIA	**1,40**	**66%**	**1,6**	**0,05**	**0,03**		
MEDIANA	1,21	66%	1,5	0,05	0,02		
DESVIACION ESTANDAR	0,52	10%	1,28	0,03	0,02		

Fuente de Información: Sistema Electrónico de Compras Públicas - SECOP

Los índices financieros que se establezcan para el presente proceso deben garantizar que el proveedor a seleccionar cuente con la capacidad financiera suficiente para el cumplimento del contrato consecuente con el valor y magnitud de este.

Índice de Liquidez: Dada la naturaleza de la ejecución del contrato y forma de pago prevista, se sugiere que el proponente cuente con un índice de liquidez **mayor o igual a 1,40 veces**. A mayor índice de liquidez, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones de corto plazo. El índice de liquidez permite establecer la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo, sin necesidad de comprometer la propiedad planta y equipo.

Nivel de Endeudamiento: Teniendo en cuenta la naturaleza del sector, se estima que los proponentes deberán acreditar un NDE máximo del **66%**. Lo cual garantiza que el grado de apalancamiento utilizado para el pago de sus deudas no es muy alto y así poder dar respaldo a la ejecución del contrato. A mayor índice de endeudamiento, mayor es la probabilidad del proponente de no poder cumplir con sus pasivos.

Razón Cobertura de intereses: Este indicador establece la incidencia que tienen los gastos financieros sobre las utilidades operacionales de la empresa, para este caso se sugiere que la utilidad operacional sea **mayor o igual a 1,6 veces** los intereses pagados.

Rentabilidad del patrimonio: Indica cuanto rendimiento obtuvieron los socios o dueños de la empresa. En este proceso se sugiere ser **mayor o igual al 0,05.**

Rentabilidad del activo: Muestra la capacidad del activo para generar utilidades, independiente de cómo se haya financiado, ya sea con deuda o con patrimonio. Par este caso se requiere que sea **mayor o igual a 0,03.**

El Municipio de Sampués considera que los índices financieros y de organización requeridos, son coherentes, consistentes, suficientes y objetivos respecto del objeto de contratación y su determinación se encuentran dentro de los promedios o máximos establecidos a nivel municipal para garantizar la correcta ejecución del objeto del contrato.

Indicador	Fórmula	Margen
Índice de liquidez	Activo corriente dividido por el pasivo corriente	Mayor o igual a 1,40
Índice de endeudamiento	Pasivo total dividido por el activo total x 100	Menor o igual a 66%
Razón de Cobertura de Intereses	Utilidad Operacional / Intereses	Igual o mayor 1,6
Rentabilidad de Patrimonio	Utilidad Operacional / Patrimonio x100	Mayor o igual a 0,05
Rentabilidad de Activo	Utilidad Operacional / Activo x 100	Mayor o igual a 0,03

Criterios diferenciales para Mipymes

Según lo establecido en el decreto No. 1860 de 2021 en su Artículo 2.2.1.2.4.2.18. Criterios diferenciales para MiPymes en el sistema de compras públicas. De acuerdo con el numeral 1 del artículo 12 de la Ley 590 de 2000, según los resultados del análisis del sector, las Entidades Estatales indistintamente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos establecerán condiciones habilitantes diferenciales que promuevan y faciliten la participación en los procedimientos de selección competitivos de las MiPymes domiciliadas en Colombia. Para el efecto, en función de los criterios de clasificación empresarial, los Documentos del Proceso deberán incorporar requisitos habilitantes diferencia/es relacionados con alguno o algunos de los siguientes aspectos:

Índices de Capacidad Financiera para MiPymes

Indicador	Fórmula	Margen
Índice de liquidez	Activo corriente dividido por el pasivo corriente	Mayor o igual a 1,21
Índice de endeudamiento	Pasivo total dividido por el activo total x 100	Menor o igual a 70%
Razón de Cobertura de Intereses	Utilidad Operacional / Intereses	Igual o mayor 1,0
Rentabilidad de Patrimonio	Utilidad Operacional / Patrimonio x100	Mayor o igual a 0,04
Rentabilidad de Activo	Utilidad Operacional / Activo x 100	Mayor o igual a 0,02

Criterios habilitantes diferenciales en favor de los emprendimientos y empresas de personas con discapacidad

De acuerdo con lo señalado en el artículo 2.2.1.2.4.2.7.3 del Decreto 1082 de 2015, modificado por el Decreto 0287 de 2026, se establece como criterio diferencial para los emprendimientos y empresas de personas con discapacidad la capacidad financiera y organizacional.

Índices de Capacidad Financiera para emprendimientos y empresas de personas con discapacidad

Indicador	Fórmula	Margen
Índice de liquidez	Activo corriente dividido por el pasivo corriente	Mayor o igual a 1,21
Índice de endeudamiento	Pasivo total dividido por el activo total x 100	Menor o igual a 70%
Razón de Cobertura de Intereses	Utilidad Operacional / Intereses	Igual o mayor 1,0
Rentabilidad de Patrimonio	Utilidad Operacional / Patrimonio x100	Mayor o igual a 0,04
Rentabilidad de Activo	Utilidad Operacional / Activo x 100	Mayor o igual a 0,02

12. ANÁLISIS DE RIESGOS

De conformidad con lo establecido en el Artículo 4° de la Ley 1150 de 2007 y en el Artículo 20 del Decreto 1082 de 2015, debe tipificarse los riesgos que puedan

presentarse en la ejecución del contrato, con el fin de cuantificar la posible afectación de la ecuación financiera del mismo.

Definiciones

Para los efectos del presente proceso de selección, se entenderán las siguientes categorías de riesgo:

Riesgo Previsible: Son los posibles hechos o circunstancias que por la naturaleza del contrato y de la actividad a ejecutar es factible su ocurrencia.

Riesgo Imprevisible: Son aquellos hechos o circunstancias donde no es factible su previsión, es decir el acontecimiento de su ocurrencia, tales como desastres naturales, actos terroristas, guerra o eventos que alteren el orden público.

Tipificación del Riesgo: Es la enunciación que se hace de aquellos hechos previsibles constitutivos de riesgo que, en criterio del Departamento, pueden presentarse durante y con ocasión de la ejecución del contrato.

Asignación del Riesgo: Es el señalamiento que hace la Entidad, de la parte contractual que deberá soportar total o parcialmente la ocurrencia de la circunstancia tipificada, asumiendo su costo. Solamente se considerarán situaciones de riesgo debidamente justificadas que puedan afectar la prestación normal del servicio durante el plazo de ejecución, las cuales pueden afectar el equilibrio económico del contrato para el presente proceso.

Dada la naturaleza del contrato, se han identificado varios tipos de riesgos, los que se detallan a continuación:

RIESGO DE PRECIOS: Los antecedentes contractuales y estudios económicos del sector que hacen parte integral del Soporte Económico no presentan formula de ajuste, teniendo en cuenta que eventualmente se presentan variaciones en los precios unitarios, asume este riesgo en su totalidad el contratista.

RECLAMACIONES DE TERCEROS derivadas de acciones u omisiones o de la responsabilidad extracontractual. A cargo del contratista.

RIESGOS DE CARÁCTER CAMBIARIO: Derivado de una variación de la tasa de cambio durante el proceso precontractual, entre la oferta y el cumplimiento del contrato, por lo cual el contratista

asumirá los riesgos de una posible devaluación. Asignación: Este riesgo lo debe asumir el contratista deberá prever esta situación y en caso de presentarse asumirá en su totalidad los costos financieros que ellos les represente. Los asume 100% el contratista.

RIESGO EMPRESARIAL: Teniendo en cuenta la actividad económica que el contratista representa, las gestiones empresariales dentro de este proceso son asumidas por él, por lo tanto, cualquier eventualidad en el marco de no constituirse dichas gestiones este riesgo es asignado al contratista, por ejemplo, incumplimiento de uno o más requerimientos técnicos, incumplimiento en el suministro o demora en la entrega de un mayorista o de un distribuidor o de un fabricante de uno o varios bienes contratados, los costos los asumirá el contratista, puesto que solo son imputables a él.

RIESGO POR LA MALA CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO Y/O BIENES A ENTREGAR: Para efectos de una buena participación por parte de los oferentes hacia la entidad, el cumplimiento del objeto contractual debe considerarse y respaldarse con la prestación del servicio y/o entrega de los bienes en óptimas condiciones con un plan de calidad y una descripción técnica detallada ajustándose a nuestras necesidades, por lo tanto, este riesgo es asignado en su totalidad al contratista.

Para el presente procedimiento contractual, en atención a la Ley 1150 de 2007 y los artículos 2.2.1.1.1.3.1 y 2.2.1.1.1.6.3. del Decreto 1082 de 2015, entiéndase por Riesgo la probabilidad de ocurrencia de eventos aleatorios que afecten el desarrollo del mismo, generando una variación sobre el resultado esperado, tanto en relación con los costos como con las actividades a desarrollar en la ejecución contractual.

Corresponderá al contratista seleccionado la asunción del Riesgo previsible propio de este tipo de contratación asumiendo su costo, siempre que el mismo no se encuentre expresamente a cargo de la entidad en el contrato.

De acuerdo con procedimiento de la referencia, nos permitimos establecer la tipificación, estimación y asignación de los riesgos previsibles que puedan afectar el presente procedimiento. (Ver Matriz de Riesgos en el documento de Estudios Previos).

13. RECOMENDACIONES

De igual manera, al elaborar los estudios previos y en el pliego de condiciones, la entidad deberá tener en cuenta al momento de establecer los requisitos habilitantes lo dispuesto en el Manual de Determinación de Requisitos habilitantes expedido por la Agencia Colombia Compra eficiente y atendiendo a: (a) el Riesgo del Proceso de Contratación; (b) el valor del contrato objeto del Proceso de Contratación; (c) el análisis del sector económico respectivo; y (d) el conocimiento de fondo de los posibles oferentes desde la perspectiva comercial, tal y como lo establece el artículo 2.2.1.1.1.6.2 del decreto 1082 de 2015.

14. VALOR Y TIEMPO ESTIMADO

Visto lo anterior, de conformidad con el análisis realizado el valor estimado para la contratación de: **PRESTACIÓN DE SERVICIO PARA DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (IE) EN EL EJE DE DETERMINANTES SOCIALES DE LA SALUD UTILIZANDO LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN EL MUNICIPIO DE SAMPUÉS – SUCRE,** para un plazo de ejecución, **HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2026, O HASTA AGOTAR PRESUPUESTO, LO PRIMERO QUE OCURRA**, corresponde a la suma de: **SETENTA MILLONES DE PESOS M/CTE ($70.000.000,00).** IVA incluido y todos los costos directos e indirectos que se deriven del contrato:

Para constancia se firma este documento a los cinco (5) días del mes de octubre de 2026.

ORIGINAL FIRMADO
MARINELA HERNÁNDEZ ROJAS
Secretaría de Salud y Medio Ambiente

Proyectó: Carlos Huertas Solar – Asesor externo

Anexo 1: Estudio de mercado

EJE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIONES	UNIDAD	COTIZACIÓN 1	COTIZACIÓN 2	PROMEDIO
					VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO
DETERMINANTES SOCIALES DE LA SALUD	Realizar estrategia de información a la salud utilizando los diferentes medios masivos de comunicación (radio, redes sociales, perifoneo, cartillas) sobre: 1. factores protectores de las enfermedades crónica cardio vascular, metabólicas y sobre la promoción y empoderamiento de hábitos y estilo de vida saludables;2. Salud oral, salud visual, salud auditiva;3. cáncer infantil y	Pauta digital	Diseño y publicación de piezas graficas publicitarias para la creación de campaña publicitaria en un portal digital generando alcance mínimo de 5,000 vistas donde se muestren las diferentes estrategias, y actividades que realiza la secretaria de salud en el Municipio de Sampués.	UNIDAD	$ 250.000,00	$ 150.000,00	$200.000,00
		Publicidad en emisoras AM	Producción y emisión de cuña radial de alta calidad de 30 segundos de duración, con guion especializado, voz profesional, efectos de sonido personalizados y música original, para difundir en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos en emisoras AM durante 6 días (12 veces al día)	UNIDAD	$ 880.000,00	$ 860.000,00	$870.000,00

enfermedades huérfanas, raras;4. prevención de la conducta suicida, las violencias intrafamiliares y abuso sexual5. línea violeta municipal; 6. prevención del embarazo en adolescentes, derechos sexuales y reproductivo;7. prácticas de cuidado de la salud; 8. prevención de la desnutrición infantil, sobre lactancia materna y hábitos alimentarios saludables;9. infecciones respiratorias agudas 10.enfermedades diarreicas aguadas ;11. importancia de la vacunación ; 12. enfermedades transmitidas por vectores – ETV – zoonosis; 13. ambiente y la salud promoción de la eliminación adecuada de basuras y sobre manejo de excretas;14. la vacunación canina y felina;15. Agresión	Publicidad en emisoras FM	Producción y emisión de cuña radial de alta calidad de 30 segundos de duración, con guion especializado, voz profesional, efectos de sonido personalizados y música original, para difundir en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos en emisoras FM. durante 6 días (12 veces al día)	UNIDAD	$1.200.000,00	$1.000.000,00	$1.100.000,00
	Video Publicitario de 1 minuto en TV local y redes sociales.	Producción, edición y emisión de video alusivo a las diferentes estrategias, y actividades que realiza la secretaria de salud en el Municipio de Sampués. En formato Reel de 1 minuto para espacios de televisión y/o redes sociales, con equipamiento de alta calidad, equipo de sonido profesional, dirección y guion especializados, edición avanzada con efectos visuales, colorización y música original, postproducción con diseño de sonido y gráficos personalizados.	UNIDAD	$ 900.000,00	$ 890.000,00	$895.000,00
	Publicidad impresa	CARTILLAS EDUCATIVAS TAMAÑO CARTA: Diseño e impresión de material litográfico (cartilla, 20 páginas en papel propalcote de 150 gramos, con portada en propalcote plastificado con cubierta dura, tipo libro full color).	UNIDAD	$ 44.000,00	$ 40.000,00	$ 42.000,00

	por animal potencialmente transmisor de rabia y tenencia responsables de mascotas; 16. prácticas de cuidado de la salud en el trabajo. Dirigida a la población general e indígena de la zona urbana y rural del municipio	Perifoneo	Servicio de perifoneo: producción y difusión de mensajes alusivos a las diferentes estrategias, y actividades que realiza la secretaria de salud en la zona rural del municipio. incluye carro, combustible y conductor. (Se hará un perifoneo por día, en la zona rural del Municipio)	UNIDAD	$ 110.000,00	$ 92.131,20	$ 101.065,60