CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

ESTUDIO DEL SECTOR

De conformidad con el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, el presente documento contiene el análisis del sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde las perspectivas legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgo. Hace parte integral de los documentos del proceso de Licitación Pública No. LP-002-2026 y se elaboró conforme a la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector de la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente.

OBJETO

El contrato que se pretende celebrar tendrá por objeto: "***PRESTAR LOS SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE MISTRATÓ, RISARALDA, MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN, POSICIONAMIENTO Y PROMOCIÓN DEL DESTINO, CON EL FIN DE INCREMENTAR SU VISIBILIDAD Y ATRACTIVO TURÍSTICO A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL."***

MODALIDAD DE CONTRATACIÓN

La modalidad de selección es la licitación pública, regla general prevista en el numeral 1 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, en concordancia con el artículo 30 de la Ley 80 de 1993 y el artículo 2.2.1.2.1.1.1 y siguientes del Decreto 1082 de 2015, por cuanto el objeto no se enmarca en ninguna de las causales de selección abreviada, concurso de méritos, contratación directa o mínima cuantía, y su valor supera la menor cuantía de la Entidad. El proceso se adelantará en dos sobres, con apertura del sobre económico en la audiencia de adjudicación, y se publicará en el SECOP I.

IDENTIFICACIÓN DE CONTRATO

El contrato que surja del presente proceso de selección es un contrato de prestación de servicios, regido por la Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007, la Ley 1474 de 2011, el Decreto 1082 de 2015 y, en lo no regulado por ellas, por las disposiciones civiles y comerciales (artículos 13 y 40 de la Ley 80 de 1993). Se ejecutará y pagará por precios unitarios fijos, conforme a las cantidades efectivamente ejecutadas y recibidas a satisfacción, sin exceder el valor del contrato, y su ejecución será vigilada mediante interventoría externa.

PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del contrato que surja del proceso de selección será de **NUEVE (9) MESES**, contados a partir de la suscripción del acta de inicio, una vez cumplidos los requisitos de perfeccionamiento del contrato y, en todo caso, conforme al cronograma del contrato. El acta de inicio se suscribirá una vez se encuentre perfeccionado y legalizado el contrato de interventoría.

Para la ejecución del proyecto "Fortalecimiento para la promoción del destino turístico del municipio de Mistrató, Risaralda: destino de aviturismo y biodiversidad", se considera técnicamente adecuado establecer un plazo de nueve (9) meses, teniendo en cuenta la cantidad, naturaleza y secuencia de las actividades previstas.

El plazo contempla de manera integral las etapas de producción de contenidos audiovisuales, implementación del plan de medios, estrategias BTL, realización de viajes de familiarización, participación en eventos y ferias turísticas, producción de material promocional y las actividades de seguimiento por parte de la interventoría, cierre y entrega de productos.

La programación requiere una ejecución progresiva, dado que varias actividades dependen de productos desarrollados previamente. En particular, la producción de videos, fotografías y demás material promocional constituye un insumo para las posteriores acciones de pauta digital, promoción territorial, participación en eventos y estrategias de posicionamiento del destino. Asimismo, algunas actividades se encuentran asociadas a fechas específicas del calendario turístico y comercial, tales como la participación en la Vitrina Turística de ANATO 2027, las Fiestas de la Cosecha de Pereira y los viajes de familiarización, por lo que el plazo debe permitir articular oportunamente la producción de contenidos, la contratación de medios, la logística y la participación en dichos espacios.

El término de nueve (9) meses también permite desarrollar las actividades de promoción de manera escalonada, realizar el seguimiento técnico, administrativo, financiero y jurídico de la ejecución, verificar la entrega de los productos contratados y efectuar las actividades de cierre correspondientes.

En consecuencia, el plazo de nueve (9) meses se considera razonable, suficiente y proporcional a la naturaleza y alcance del proyecto, permitiendo ejecutar integralmente las actividades previstas y garantizar el cumplimiento de los objetivos de promoción, posicionamiento y fortalecimiento del municipio de Mistrató como destino de aviturismo, biodiversidad y turismo cultural.

VALOR

El presupuesto oficial destinado para el presente proceso es de **CUATRO MIL DOSCIENTOS SETENTA Y CINCO MILLONES DE PESOS M/CTE ($ 4.275.000.000)**, incluidos el IVA, las retenciones, impuestos, tasas, contribuciones y demás

descuentos de ley a que haya lugar, con cargo al Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 126 del 29 de septiembre de 2026.

JUSTIFICACIÓN DEL VALOR

ANÁLISIS COMPARATIVO DE COTIZACIONES - MISTRATÓ

Proponente	NIT	Subtotal antes de IVA	IVA 19%	Valor total con IVA	Desviación vs promedio
NEGOCIOS SINGULARES S.A.S. BIC	900.972.025-9	$ 3.303.626.227	$ 627.688.983	$ 3.931.315.210	-$ 343.684.791
SALVAJE GROUP S.A.S.	901.176.055-9	$ 3.881.364.804	$ 737.459.313	$ 4.618.824.117	$ 343.824.116
VICHE FILMS S.A.S.	901.606.764-9	$ 3.592.319.895	$ 682.540.780	$ 4.274.860.675	-$ 139.326

Promedio	**$ 3.592.436.975**	**$ 682.563.025**	**$ 4.275.000.001**
Mediana total			**$ 4.274.860.675**
Mínimo total			**$ 3.931.315.210**
Máximo total			**$ 4.618.824.117**
Rango			**$ 687.508.907**
Presupuesto oficial recomendado			**$ 4.275.000.001**
Presupuesto oficial recomendado (redondeado)			**$ 4.275.000.000**

SALVAJE				VICHE				NEGOCIOS SINGULARES			
CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	4	31.136.159	31.136.159	1	4	27.456.431	27.456.431	1	4	26.324.207	26.324.207
5	4	10.682.000	53.410.000	5	4	9.506.000	47.530.000	5	4	9.212.000	46.060.000
1	4	17.386.600	17.386.600	1	4	15.489.880	15.489.880	1	4	14.541.520	14.541.520
1	4	22.161.767	22.161.767	1	4	20.504.813	20.504.813	1	4	19.469.216	19.469.216
1	8	3.379.916	27.039.325	1	8	2.976.806	23.814.451	1	8	2.945.798	23.566.384
1	8	3.379.916	27.039.325	1	8	3.100.840	24.806.720	1	8	2.821.764	22.574.115
1	8	3.586.554	28.692.435	1	8	3.162.689	25.301.511	1	8	3.032.269	24.258.150
1	8	3.553.949	28.431.595	1	8	3.162.689	25.301.511	1	8	3.064.874	24.518.990
1	8	3.410.924	27.287.392	1	8	3.038.823	24.310.586	1	8	2.852.773	22.822.182
1	8	2.895.126	23.161.006	1	8	2.761.092	22.088.737	1	8	2.385.798	19.086.385
1	6	2.268.907	13.613.443	1	6	2.100.840	12.605.040	1	6	1.932.773	11.596.637
1	8	3.828.739	30.629.916	1	8	3.372.101	26.976.806	1	8	3.336.975	26.695.798
1	8	2.763.866	22.110.924	1	8	2.462.353	19.698.823	1	8	2.311.597	18.492.773
1	8	1.361.344	10.890.755	1	8	1.247.899	9.983.192	1	8	1.172.269	9.378.150
1	8	1.323.529	10.588.234	1	8	1.260.504	10.084.032	1	8	1.197.479	9.579.830
1	8	1.109.243	8.873.946	1	8	1.018.487	8.147.896	1	8	897.479	7.179.829
1	8	288.605	2.308.841	1	8	272.269	2.178.152	1	8	255.933	2.047.463
3	8	6.238.235	49.905.878	3	8	6.297.647	50.381.172	3	8	5.287.647	42.301.173
2	8	1.021.008	8.168.066	2	8	954.832	7.638.654	2	8	860.294	6.882.352
3	8	3.348.907	26.791.258	3	8	3.193.865	25.550.922	3	8	2.759.748	22.077.981
4	8	739.496	5.915.967	4	8	652.101	5.216.807	4	8	625.210	5.001.681
1	8	7.193.277	7.193.277	1	8	6.588.235	6.588.235	1	8	6.386.555	6.386.555

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

1	8	11.515.799	11.515.799	1	8	10.050.152	10.050.152	1	8	9.840.774	9.840.774
10	8	7.394.958	73.949.579	10	8	6.386.555	63.865.546	10	8	6.386.555	63.865.546
1	8	2.742.437	21.939.494	1	8	2.639.916	21.119.326	1	8	2.306.723	18.453.780
1	8	16.336.134	16.336.134	1	8	14.672.269	14.672.269	1	8	14.369.748	14.369.748
12	7	417.765	35.092.267	12	7	402.000	33.768.030	12	7	362.589	30.457.439
12	8	207.246	19.895.622	12	8	186.331	17.887.807	12	8	176.825	16.975.164
12	8	114.374	10.979.904	12	8	107.900	10.358.400	12	8	101.426	9.736.896
1	15	1.559.597	23.393.952	1	15	1.389.459	20.841.884	1	15	1.304.390	19.565.851
1	15	11.221.513	11.221.513	1	15	10.802.017	10.802.017	1	15	9.438.656	9.438.656
1	15	16.565.358	16.565.358	1	15	15.338.294	15.338.294	1	15	14.111.230	14.111.230
1	15	13.236.639	13.236.639	1	15	13.111.765	13.111.765	1	15	11.113.782	11.113.782
3	15	3.254.958	9.764.874	3	15	3.072.437	9.217.311	3	15	2.798.655	8.395.966
1	15	31.182.857	31.182.857	1	15	28.560.000	28.560.000	1	15	27.685.714	27.685.714
			777.810.098				**711.247.171**				**664.851.914**
1	10	1.597.059	15.970.588	1	10	1.612.269	16.122.689	1	10	1.353.697	13.536.975
4	10	5.822.836	232.913.442	4	10	5.193.340	207.733.611	4	10	4.721.218	188.848.737
2	10	1.627.941	32.558.820	2	10	1.581.428	31.628.568	2	10	1.441.891	28.837.812
1	10	2.844.958	28.449.578	1	10	2.486.134	24.861.343	1	10	2.357.983	23.579.830
1	10	288.605	2.886.051	1	10	280.437	2.804.371	1	10	247.765	2.477.648
20	10	2.722.689	54.453.773	20	10	2.470.588	49.411.757	20	10	2.369.748	47.394.950
1	10	16.638.655	16.638.655	1	10	15.277.311	15.277.311	1	10	13.462.185	13.462.185
1	10	15.571.428	15.571.428	1	10	14.142.857	14.142.857	1	10	13.142.857	13.142.857
			399.442.335				**361.982.505**				**331.280.993**
1	8	4.012.116	32.096.925	1	8	3.533.606	28.268.851	1	8	3.496.798	27.974.384
1	8	760.015	6.080.118	1	8	703.191	5.625.529	1	8	667.676	5.341.412
1	200	80.924	16.184.820	1	200	74.117	14.823.480	1	200	71.849	14.369.700
1	8	2.819.328	22.554.620	1	8	2.434.874	19.478.990	1	8	2.434.874	19.478.990
1	8	299.496	2.395.967	1	8	266.824	2.134.589	1	8	250.487	2.003.900
1	1	3.112.941	3.112.941	1	1	2.940.000	2.940.000	1	1	2.594.118	2.594.118
			82.425.391				**73.271.440**				**71.762.503**
1	-	23.319.327	23.319.327	1	-	20.798.319	20.798.319	1	-	18.907.563	18.907.563
3	5	10.594.062	158.910.923	3	5	10.294.230	154.413.444	3	5	9.094.902	136.423.528
3	5	5.324.370	79.865.544	3	5	4.888.739	73.331.090	3	5	4.307.899	64.618.486
1	5	2.844.958	14.224.789	1	5	2.511.765	12.558.823	1	5	2.332.353	11.661.764
1	5	294.051	1.470.253	1	5	269.546	1.347.732	1	5	253.210	1.266.051
1	15	2.188.885	32.833.277	1	15	2.147.585	32.213.782	1	15	1.858.487	27.877.311
1	15	16.076.726	16.076.726	1	15	15.015.056	15.015.056	1	15	14.408.387	14.408.387
1	15	4.309.412	4.309.412	1	15	3.688.235	3.688.235	1	15	3.649.412	3.649.412
			331.010.251				**313.366.480**				**278.812.501**
			1.590.688.076				**1.459.867.596**				**1.346.707.912**

CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	90	329.580	29.662.185	3	90	326.471	29.382.353	3	90	276.723	24.905.042
3	90	425.602	38.304.201	3	90	397.759	35.798.319	3	90	369.916	33.292.437
3	90	295.563	26.600.672	3	90	281.880	25.369.160	3	90	243.566	21.920.924
3	90	612.059	55.085.294	3	90	594.571	53.511.429	3	90	542.109	48.789.832
3	90	536.499	48.284.875	3	90	491.373	44.223.530	3	90	476.331	42.869.748
3	90	359.272	32.334.453	3	90	355.882	32.029.411	3	90	301.653	27.148.739
3	90	390.252	1.170.757	3	90	364.958	1.094.874	3	90	328.824	986.471
			231.442.437				**221.409.076**				**199.913.194**
3	90	939.782	253.741.006	3	90	836.319	225.806.217	3	90	810.454	218.822.519
3	90	13.960.504	41.881.512	3	90	12.451.260	37.353.781	3	90	11.319.328	33.957.983
3	90	8.392.157	25.176.471	3	90	7.921.569	23.764.706	3	90	7.215.686	21.647.059
3	90	903.754	2.711.261	3	90	837.423	2.512.269	3	90	746.219	2.238.656
			323.510.250				**289.436.973**				**276.666.217**
1	60	3.059.706	183.582.353	1	60	3.001.426	180.085.546	1	60	2.680.885	160.853.109
1	60	2.298.908	137.934.454	1	60	2.089.916	125.394.958	1	60	1.880.924	112.855.462
2	60	18.756.470	37.512.941	2	60	18.055.294	36.110.588	2	60	15.776.470	31.552.941
			359.029.747				**341.591.092**				**305.261.512**
2	30	1.531.152	91.869.096	2	30	1.376.632	82.597.903	2	30	1.306.395	78.383.724
1	30	4.318.256	4.318.256	1	30	4.076.111	4.076.111	1	30	3.712.893	3.712.893
			96.187.351				**86.674.013**				**82.096.617**
			1.010.169.786				**939.111.154**				**863.937.539**

CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	1	34.774.790	34.774.790	1	1	31.613.445	31.613.445	1	1	28.452.101	28.452.101
1	1	9.681.765	9.681.765	1	1	8.882.353	8.882.353	1	1	8.082.941	8.082.941
1	1	26.744.117	26.744.117	1	1	26.744.117	26.744.117	1	1	22.923.529	22.923.529
1	1	6.529.412	6.529.412	1	1	5.823.529	5.823.529	1	1	5.294.118	5.294.118
1	1	10.164.706	10.164.706	1	1	9.223.530	9.223.530	1	1	8.847.059	8.847.059
1	1	9.976.471	9.976.471	1	1	9.882.353	9.882.353	1	1	8.376.471	8.376.471
1	1	7.411.764	7.411.764	1	1	7.482.352	7.482.352	1	1	6.282.352	6.282.352
1	1	5.035.294	5.035.294	1	1	4.611.764	4.611.764	1	1	4.470.588	4.470.588
1	1	9.825.835	9.825.835	1	1	8.763.583	8.763.583	1	1	7.966.894	7.966.894
1	1	5.084.034	5.084.034	1	1	4.390.757	4.390.757	1	1	4.390.757	4.390.757
1	1	2.939.496	2.939.496	1	1	2.773.109	2.773.109	1	1	2.606.722	2.606.722
1	1	7.247.227	7.247.227	1	1	7.044.033	7.044.033	1	1	6.028.067	6.028.067
500	1	14.083	7.041.400	500	1	12.920	6.460.000	500	1	11.757	5.878.600
500	1	11.610	5.804.750	500	1	11.176	5.587.750	500	1	9.765	4.882.500
1	1	4.810.084	4.810.084	1	1	4.492.437	4.492.437	1	1	4.310.924	4.310.924
500	1	8.905	4.452.504	500	1	8.245	4.122.689	500	1	7.586	3.792.874

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

500	1	13.193	6.596.685	500	1	12.823	6.411.731	500	1	10.974	5.486.962
2	1	2.463.697	4.927.395	2	1	2.302.521	4.605.042	2	1	2.141.345	4.282.689
1	1	4.498.495	4.498.495	1	1	4.330.327	4.330.327	1	1	3.783.781	3.783.781
1	1	5.669.832	5.669.832	1	1	4.993.614	4.993.614	1	1	4.941.597	4.941.597
			179.216.055				**168.238.516**				**151.081.526**
1	1	23.952.243	23.952.243	1	1	21.535.044	21.535.044	1	1	20.436.318	20.436.318
1	7	12.721.909	89.053.361	1	7	12.241.837	85.692.857	1	7	11.041.657	77.291.597
1	1	37.743.126	37.743.126	1	1	37.387.059	37.387.059	1	1	31.689.983	31.689.983
1	7	5.381.342	37.669.395	1	7	5.230.463	36.613.244	1	7	4.476.070	31.332.487
1	7	3.852.771	26.969.395	1	7	3.600.720	25.205.042	1	7	3.348.670	23.440.689
1	7	4.558.891	31.912.235	1	7	4.300.840	30.105.882	1	7	4.042.790	28.299.529
1	7	3.240.648	22.684.538	1	7	2.970.594	20.794.160	1	7	2.790.558	19.533.908
25	7	201.200	35.209.949	25	7	174.011	30.451.848	25	7	168.573	29.500.228
1	7	1.596.529	11.175.706	1	7	1.479.353	10.355.470	1	7	1.318.235	9.227.647
1	7	1.685.345	11.797.412	1	7	1.576.109	11.032.765	1	7	1.420.059	9.940.412
1	7	950.496	6.653.471	1	7	839.177	5.874.236	1	7	779.235	5.454.647
1	7	559.664	3.917.647	1	7	484.034	3.388.236	1	7	468.908	3.282.353
1	7	794.118	5.558.823	1	7	786.555	5.505.882	1	7	688.235	4.817.646
1000	7	12.776	12.776.400	1000	7	11.593	11.593.400	1000	7	11.120	11.120.200
1000	7	10.357	10.357.200	1000	7	9.494	9.494.100	1000	7	8.919	8.918.700
500	7	17.191	8.595.504	500	7	15.178	7.588.823	500	7	14.094	7.046.764
1500	7	8.165	12.247.899	1500	7	7.780	11.670.168	1500	7	7.164	10.745.798
200	7	47.418	9.483.530	200	7	46.063	9.212.572	200	7	41.998	8.399.698
500	7	6.961	3.480.504	500	7	6.574	3.287.143	500	7	5.801	2.900.420
1	7	3.700.014	3.700.014	1	7	3.664.776	3.664.776	1	7	3.206.679	3.206.679
3	7	651.143	13.674.006	3	7	620.429	13.029.006	3	7	571.286	11.997.006
1	7	924.807	6.473.651	1	7	839.177	5.874.239	1	7	804.925	5.634.474
2	7	4.324.958	8.649.916	2	7	4.203.698	8.407.395	2	7	3.597.395	7.194.790
			433.735.927				**407.763.346**				**371.411.974**
			612.951.982				**576.001.863**				**522.493.500**

CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
10	5	1.361.344	13.613.443	10	5	1.285.714	12.857.141	10	5	1.134.454	11.344.536
1	5	3.464.319	17.321.597	1	5	2.933.748	14.668.739	1	5	2.964.958	14.824.790
10	5	128.236	6.411.816	10	5	115.295	5.764.752	10	5	109.413	5.470.632
10	4	441.176	17.647.056	10	4	424.370	16.974.787	10	4	394.958	15.798.317
10	5	267.226	13.361.300	10	5	259.663	12.983.150	10	5	229.411	11.470.550
10	5	714.706	7.147.056	10	5	701.092	7.010.922	10	5	626.218	6.262.182
1	5	591.425	2.957.125	1	5	542.592	2.712.959	1	5	493.759	2.468.793
10	5	133.386	1.333.865	10	5	112.958	1.129.579	10	5	114.160	1.141.596
			79.793.258				**74.102.029**				**68.781.396**
10	5	1.373.949	13.739.494	10	5	1.273.109	12.731.090	10	5	1.134.454	11.344.536
1	5	3.464.319	17.321.597	1	5	3.027.378	15.136.891	1	5	2.871.328	14.356.639
10	5	124.707	6.235.344	10	5	122.354	6.117.696	10	5	105.883	5.294.160
10	5	359.664	17.983.190	10	5	336.134	16.806.720	10	5	312.605	15.630.250
100	5	26.471	13.235.250	100	5	26.471	13.235.250	100	5	22.689	11.344.500
10	5	714.706	7.147.056	10	5	721.512	7.215.123	10	5	605.798	6.057.981
1	5	596.851	2.984.255	1	5	531.740	2.658.700	1	5	499.184	2.495.922
10	5	128.580	1.285.798	10	5	123.773	1.237.730	10	5	108.151	1.081.512
			79.931.983				**75.139.201**				**67.605.499**
			159.725.241				**149.241.230**				**136.386.895**

CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT.	DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
32	4	543.497	69.567.647	32	4	503.608	64.461.764	32	4	448.759	57.441.176
1	4	99.592.010	99.592.010	1	4	92.282.505	92.282.505	1	4	82.231.935	82.231.935
13	4	1.399.159	18.189.073	13	4	1.197.479	15.567.224	13	4	1.184.874	15.403.359
13	4	1.072.059	4.288.236	13	4	1.061.849	4.247.395	13	4	929.118	3.716.471
13	3	572.672	22.334.214	13	3	514.344	20.059.433	13	3	503.739	19.645.837
13	4	141.177	7.341.188	13	4	134.454	6.991.608	13	4	127.731	6.642.028
13	4	136.676	1.776.793	13	4	134.073	1.742.950	13	4	119.755	1.556.809
			223.089.161				**205.352.879**				**186.637.614**
1	30	4.951.118	4.951.118	1	30	4.192.839	4.192.839	1	30	4.237.444	4.237.444
200	30	175.446	35.089.120	200	30	154.711	30.942.224	200	30	148.331	29.666.256
200	30	64.473	12.894.630	200	30	61.403	12.280.600	200	30	58.333	11.666.570
200	30	38.035	7.606.984	200	30	35.523	7.104.636	200	30	34.088	6.817.580
1	30	10.568.319	10.568.319	1	30	9.330.588	9.330.588	1	30	8.664.117	8.664.117
1	30	2.841.512	2.841.512	1	30	2.653.865	2.653.865	1	30	2.546.638	2.546.638
200	30	70.736	14.147.136	200	30	63.531	12.706.224	200	30	62.221	12.444.240
1	30	6.171.429	6.171.429	1	30	5.542.857	5.542.857	1	30	5.428.572	5.428.572
			94.270.248				**84.753.834**				**81.471.417**
1000	30	42.656	42.655.680	1000	30	38.706	38.706.080	1000	30	37.126	37.126.240
1000	30	49.453	49.453.260	1000	30	45.756	45.755.820	1000	30	43.445	43.444.920
1000	30	57.899	57.899.320	1000	30	55.714	55.714.440	1000	30	50.252	50.252.240
1000	30	40.462	40.462.050	1000	30	37.815	37.815.000	1000	30	35.168	35.167.950
			190.470.310				**177.991.340**				**165.991.350**
			507.829.719				**468.098.053**				**434.100.381**
			3.881.364.804				**3.592.319.895**				**3.303.626.227**
			737.459.313				**682.540.780**				**627.688.983**
			4.618.824.117				**4.274.860.675**				**3.931.315.210**

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

Comparativo por grandes actividades

Actividad	NEGOCIOS SINGULARES	SALVAJE GROUP	VICHE FILMS	Promedio	Mínimo	Máximo
Actividad 1. Producción de contenidos y material promocional	$ 1.346.707.912	$ 1.590.688.076	$ 1.459.867.596	$ 1.465.754.528	$ 1.346.707.912	$ 1.590.688.076
Actividad 2. Plan de medios ATL	$ 863.937.539	$ 1.010.169.786	$ 939.111.154	$ 937.739.493	$ 863.937.539	$ 1.010.169.786
Actividad 3. Estrategia BTL	$ 522.493.500	$ 612.951.982	$ 576.001.862	$ 570.482.448	$ 522.493.500	$ 612.951.982
Actividad 4. Viajes de familiarización	$ 136.386.895	$ 159.725.241	$ 149.241.230	$ 148.451.122	$ 136.386.895	$ 159.725.241
Actividad 5. Participación en ferias y material promocional	$ 434.100.381	$ 507.829.719	$ 468.098.053	$ 470.009.384	$ 434.100.381	$ 507.829.719

Sustento del valor estimado del contrato

Valor estimado recomendado (IVA incluido)	$ 4.275.000.001
Valor estimado recomendado (redondeado)	$ 4.275.000.000
Base promedio antes de IVA	$ 3.592.436.975
IVA promedio 19%	$ 682.563.025
Mediana de cotizaciones	$ 4.274.860.675
Oferta mínima	$ 3.931.315.210
Oferta máxima	$ 4.618.824.117
Rango entre oferta mínima y máxima	$ 687.508.907
Coeficiente de variación	8,04%

Justificación técnica	Las tres cotizaciones tienen objeto comparable y cubren el mismo núcleo de entregables; por ello el promedio aritmético es un criterio válido y suficiente para determinar el presupuesto oficial.

Variables consideradas para el presupuesto oficial

Variable	Descripción
Alcance técnico homogéneo	Las tres cotizaciones atienden el mismo objeto y desarrollan cinco componentes coincidentes, lo que permite comparabilidad real.
Cantidades y entregables	Se tuvieron en cuenta los volúmenes y productos comunes: video hero, 20 reels, 200 fotografías, 2 videos temáticos, pauta ATL, activaciones BTL, famtrips, participación en ANATO, guía de aves y material POP.
Duración de las acciones	Influyen los tiempos de exposición y ejecución: pauta en redes por 90 días, pantallas DOOH por 90 días, vallas por 60 días, influenciadores por 30 días, activaciones y desplazamientos logísticos.

Talento humano especializado	Se valoran perfiles como productor ejecutivo, director, director de fotografía, videógrafos, operador de dron, sonidista, personal logístico, guías, promotores, coordinadores de activación y personal editorial.
Equipos y especificaciones técnicas	La estimación incorpora requerimientos de cámaras 4K/6K, dron certificado, iluminación, sonido, edición, colorización, motion graphics, diseño, impresión y soportes físicos.
Logística y operación en territorio	Se consideraron transporte 4x4, alojamiento, alimentación, catering, permisos, pólizas, seguros y apoyo local para la ejecución en Mistrató y en Pereira.
Costos de medios y comercialización	Se incluyen inversiones en pauta digital, DOOH, vallas, influenciadores, alquiler de espacios y presencia ferial.
Producción editorial y material promocional	Se tuvieron en cuenta impresión, encuadernación, ISBN, distribución y producción de agendas, sombrillas, bolsas de café y tote bags.
Tributos	El presupuesto oficial debe incorporar IVA del 19%, conforme a la estructura económica presentada por los oferentes.
Criterio estadístico de mercado	Se aplicó el promedio aritmético de cotizaciones comparables y se contrastó con mediana, mínimos, máximos y dispersión relativa para evitar sesgos.

MARCO DE LA CONVOCATORIA DEL SISTEMA GENERAL DE REGALÍAS Y ALCANCE DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Antecedente de la convocatoria y finalidad de los recursos

El proyecto de inversión denominado "Fortalecimiento para la promoción del destino turístico del municipio de Mistrató, Risaralda: destino de aviturismo y biodiversidad" se desarrolla en el contexto de la destinación del cinco por ciento (5 %) del mayor recaudo del Sistema General de Regalías para proyectos de emprendimiento y generación de empleo, conforme al inciso decimoprimero del artículo 361 de la Constitución Política, modificado por el Acto Legislativo 05 de 2019, y a las disposiciones que regulan su aplicación.

Mediante la Resolución No. 40599 del 19 de diciembre de 2025, el Ministerio de Minas y Energía estableció el plan de convocatorias para la inversión de estos recursos durante el bienio 2025-2026. En dicho plan se previó, entre otras, la convocatoria de desarrollo empresarial en el sector turístico, liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. La Resolución define el marco de las convocatorias y la destinación de recursos; los objetivos sectoriales, líneas y sublíneas temáticas aplicables a la convocatoria de turismo se encuentran desarrollados en sus términos de referencia, modificados por la Adenda No. 1.

El objeto de la convocatoria turística está dirigido a conformar un listado de proyectos de inversión elegibles en fase III que contribuyan al desarrollo sostenible, regenerativo y responsable del turismo en Colombia, mediante prácticas de sostenibilidad, inclusión e innovación, con el propósito de mejorar la oferta turística, aumentar la demanda de viajeros y afianzar el reconocimiento del país como destino turístico sostenible. La formulación y ejecución de las actividades municipales debe guardar correspondencia con esa orientación;

la existencia de una actividad económica relacionada con el turismo no constituye, por sí sola, una acción de promoción turística.

Líneas temáticas establecidas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Para establecer la relación entre la finalidad de la convocatoria y los componentes que integran el proyecto, se incorpora a continuación el contenido del numeral 4 de los términos de referencia de la convocatoria pública de desarrollo empresarial en el sector turístico. Se conserva la redacción de las líneas y sublíneas temáticas. Únicamente se utiliza para las dos últimas sublíneas de infraestructura la numeración corregida por la Adenda No. 1.

4. LÍNEAS TEMÁTICAS

Las propuestas de proyectos presentados en el marco de esta convocatoria pública deberán estar orientados a mejorar la oferta turística y a segmentar de mejor forma la demanda turística de los territorios para promover el reconocimiento del país como un destino turístico sostenible, contribuyendo al cierre de brechas regionales y mejorando la inclusión y la innovación en el sector a partir de un trabajo coordinado entre el sector público, el sector privado y las comunidades locales.

Lo anterior, conforme al Acto Legislativo 05 de 2019 “Por el cual se modifica el artículo 361 de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones sobre el régimen de regalías y compensaciones” que en el inciso decimoprimero del artículo 361 dispone que el mayor recaudo del SGR se destinará en un “(…) 5% para proyectos de emprendimiento y generación de empleo que permita de manera progresiva la ocupación de la mano de obra local en actividades económicas diferentes a la explotación de recursos naturales no renovables”.

Serán de especial interés los proyectos turísticos que estén orientados a garantizar la construcción de una cultura de paz en los territorios; garantizar la transición económica y energética de destinos, empresas y comunidades del país, promover la sostenibilidad y la regeneración a partir de actividades turísticas y desarrollar equipamientos turísticos en destinos emergentes.

Las propuestas de proyectos presentados deberán abordar por lo menos una de las siguientes líneas temáticas en consonancia con el objeto de la convocatoria y podrán estar orientados a una o más sublíneas temáticas dentro de cada línea.

4.1 Línea Temática 1: Competitividad turística.

Bajo esta línea podrán presentarse propuestas de proyectos de inversión que fomenten un desarrollo turístico competitivo y sostenible en los territorios y permitan fortalecer la oferta, mejorar e implementar productos turísticos, alcanzar estándares de excelencia en calidad turística para prestadores y destinos, fortalecer la planificación y gestión ordenada de los destinos, optimizar esquemas de gobernanza, y desarrollar programas de innovación y desarrollo tecnológico, así como programas de sensibilización, formación y capacitación del talento humano vinculado al sector. Asimismo, se tendrán en cuenta proyectos que promuevan la dinamización de programas de turismo responsable y el robustecimiento de los productos e iniciativas que involucren desarrollo comunitario, con enfoque social y étnico, fomentando la inclusión, la diversidad cultural y la participación de las comunidades locales, y el fortalecimiento de capacidades productivas de mipymes, economías populares y comunitarias, asegurando la competitividad y la sostenibilidad del sector.

Los proyectos de esta línea deben abordar o estar enfocados en al menos una de las siguientes sublíneas temáticas.

4.1.1. Sublíneas temáticas:

4.1.1.1. Planificación y gestión de destinos turísticos: trata de proyectos que propongan mejores prácticas de gestión de los destinos como: apoyo a la implementación de esquemas de gobernanza turística, adición de valor o implementación de modelos para la planificación y gestión de los territorios. En este tipo de proyectos se podrán contemplar requerimientos de actualización de inventarios turísticos, como parte del mejoramiento de la competitividad del destino, así como implementación de programas de seguridad turística y gestión de riesgos.

4.1.1.2. Implementación de productos y actividades turísticas: Implementación de productos turísticos tales como rutas, circuitos, clubes de producto u otras denominaciones ya definidas para el territorio. Tendrán posibilidad en esta línea de ser incorporadas la implementación de actividades y experiencias turísticas. Podrán vincularse, entre otras, acciones asociadas a la proveeduría de dotaciones requeridas para la operación de los productos, actividades, experiencias o servicios turísticos.

4.1.1.3. Calidad y sostenibilidad turística para destinos, atractivos y prestadores: se refieren a proyectos que implementen acciones para la adopción de principios y normas de calidad y sostenibilidad turística. Estos proyectos pueden incorporar, la implementación de normas técnicas sectoriales o colombianas de turismo (incluyendo dotaciones requeridas), la obtención de certificaciones y sellos, desarrollo de programas de capacitación, así como la generación de campañas de promoción de la calidad turística.

4.1.1.4. Formación, capacitación y sensibilización turística: incluye proyectos que permitan fortalecer las capacidades y habilidades de los actores de la cadena de valor del turismo, mediante programas de formación y capacitación continua, que mejoren la prestación del servicio turístico. Los proyectos deberán incluir acciones de capacitación en lenguas extranjeras, en adopción de herramientas digitales, nuevas tendencias de mercadeo y servicio al cliente, así como en aplicativos que permitan aprender habilidades técnicas propias del servicio al cliente y de la prestación del servicio turístico.

4.1.1.5. Innovación y transformación digital en el turismo: incluye proyectos que potencien la creación o el desarrollo de productos o servicios empresariales nuevos o mejorados para las unidades productivas del sector turismo, que contribuyan a mejorar la competitividad y crecimiento del sector, así como el bienestar de las comunidades. Las propuestas deberán evidenciar la incorporación de tecnologías o componentes de última generación. De igual forma, abarca proyectos que potencien la implementación o desarrollo de productos que promuevan el concepto de turismo inteligente, a través de la integración de tecnologías avanzadas para mejorar la sostenibilidad, accesibilidad y calidad de los servicios turísticos en los destinos, así como nuevas tendencias de mercadeo y promoción turística inteligente.

4.1.1.6. Turismo Social e inclusivo: Incluye programas y acciones que promuevan la accesibilidad e inclusión a todos los grupos de población, en particular los jóvenes, las personas mayores, las personas con recursos económicos limitados, las personas con discapacidad, así como el fortalecimiento de los territorios y las comunidades anfitrionas. Tendrán posibilidad de presentarse iniciativas que promuevan enfoques diferenciales para la gestión del turismo tales como equidad de género, proyectos de jóvenes, comunidades LGBTI, entre otros.

4.1.1.7. Fortalecimiento de Capacidades productivas, especialmente para economías populares y comunitarias; y mipymes del sector turístico: contempla los proyectos que pretenden contribuir al fortalecimiento de la productividad en el sector turístico. En particular, se busca impulsar las herramientas y capacidades con las que cuentan las organizaciones públicas y privadas, las empresas y los agentes de la economía popular para poder ofrecer servicios que sean competitivos y de alta calidad. Las iniciativas podrán contemplar acciones asociadas al acompañamiento y apoyo técnico para mejorar la productividad del sector turístico; fortalecimiento las economías populares y comunitarias vinculadas y conexas al sector turístico; estrategias de encadenamiento productivo y generación de dotaciones para la operación de sus unidades productivas en condiciones mínimas de calidad.

4.2. Línea temática: Promoción y Mercadeo Turístico

Bajo esta línea podrán presentarse proyectos que potencien la visibilidad de los destinos a nivel nacional a partir de la implementación de estrategias de mercadeo y promoción nacional integrales, que involucren nuevas tendencias en la realización de campañas, ruedas comerciales o de negocios, viajes de familiarización, apoyo promocional de destinos en el marco de eventos captados, ferias y fiestas culturales y activaciones. De igual forma, podrán presentarse programas para la atención de segmentos de turismo social y la implementación de campañas de turismo responsable.

4.2.1. Sublíneas temáticas:

4.2.1.1. Promoción y mercadeo turístico nacional: incluye proyectos propios del mercadeo y promoción de los destinos. Se valora la focalización de acciones de promoción, hacia los mercados previamente identificados en estudios y consulta de datos relevantes. De igual forma, se tendrán en cuenta proyectos que propicien la participación y formación de diferentes agentes territoriales, en actividades de mercadeo destino. Se apoyará la generación de contenido, material promocional, creación, conceptualización y ejecución de campañas promocionales, producciones audiovisuales, activaciones, planes de medios, guías de promoción turística y demás acciones de mercadeo para la preparación de destinos.

4.2.1.2. Estrategias de promoción para segmentos de turismo social y turismo responsable: se trata de la implementación de las estrategias de promoción, de programas de turismo en los territorios dirigidos a segmentos de turismo social, así como la generación de las campañas y demás actividades de sensibilización hacia turismo responsable.

4.3 Línea Temática 3: Infraestructura para el turismo

Bajo esta línea podrán presentarse proyectos de infraestructura para el turismo. La infraestructura es un elemento vital para el desarrollo sostenible del turismo en Colombia y para la generación de crecimiento y de empleos a partir de la atracción de inversión. Si bien se han logrado avances significativos en materia de infraestructura para el turismo, es necesario abordar los desafíos pendientes para garantizar la competitividad y el crecimiento continuo del sector. Esto requiere una planificación estratégica, inversión adecuada y un enfoque innovador que promueva la sostenibilidad y la calidad en todas las etapas de la infraestructura turística. Para ello, podrán presentarse proyectos de infraestructura que apoyen el desarrollo de las vocaciones turísticas de los territorios, tales como construcción y adecuación de senderos, embarcaderos, muelles, marinas, torres de avistamiento para aves, centros de convenciones, malecones, plazas de mercado, parques, entre otros.

Los proyectos de esta línea deben abordar o estar enfocados en al menos una de las siguientes sublíneas temáticas.

4.3.1 Sublíneas temáticas

4.3.1.1 Obras de infraestructura para el turismo: se podrán presentar proyectos para las siguientes iniciativas, priorizando aquellos que se encuentren incluidos en los Planes de Desarrollo Turístico y/o en los Planes de Desarrollo Municipales o Departamentales: (i) Construcción de obras de infraestructura para el turismo incluida la interventoría. (ii) Obras de urbanismo, iluminación y mobiliario urbano en recursos turísticos y atractivos identificados en los inventarios turísticos, o declarados como atractivo de acuerdo con la Ley 2068 de 2020, así como zonas con potencial turístico y/o determinadas en los esquemas de gestión de los destinos, de acuerdo con los lineamientos que defina el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Esta sublínea priorizará el desarrollo de obras de infraestructura verdes y azules. Por infraestructuras verdes, se entienden proyectos que incluyan soluciones basadas en la naturaleza, como techos y paredes verdes, sistemas de captación y reutilización de agua de lluvia, jardines verticales, parques urbanos, humedales artificiales y otras intervenciones que mejoren la sostenibilidad y calidad de la oferta turística. Son infraestructuras que buscan integrar el entorno natural con las construcciones turísticas, promoviendo la conservación ambiental y el bienestar de los visitantes. La infraestructura verde incluye instalaciones y áreas diseñadas para conservar y mejorar el entorno natural. Entre estas se encuentran las intervenciones en los parques y reservas naturales, que pueden ser parques nacionales, regionales, reservas ecológicas, y jardines botánicos. Además, incluye la construcción de corredores ecológicos, como senderos, rutas ecológicas y ciclovías en entornos verdes, así como áreas de recreación sostenible, como zonas de camping, áreas con instalaciones sostenibles, y parques de aventura con bajo impacto ambiental, que facilitan el acceso a la naturaleza de manera sostenible y ofrecen a los turistas experiencias inmersivas en la naturaleza.

De otro lado, la infraestructura azul consiste en la integración de cuerpos de agua en el desarrollo turístico, proporcionando beneficios tanto recreativos como de conservación. Esto incluye la construcción de embarcaderos y muelles para embarcaciones turísticas y deportivas, kayaks, canoas, y botes, así como áreas de amarre para barcos de recreo. Igualmente, el desarrollo de senderos y caminos acuáticos, como rutas para paseos en bote y canoa, caminos flotantes, y vías de acceso para deportes acuáticos. Además, áreas de recreación acuática, en playas naturales, lagunas recreativas, y parques acuáticos naturales, con los cuales pueden ofrecerse espacios seguros y sostenibles para el disfrute del agua.

4.3.1.2 Implementación de infraestructuras livianas: bajo esta temática se podrán presentar proyectos de infraestructuras caracterizadas por no contar con una cimentación convencional

en concreto, ya que los elementos de la infraestructura liviana pueden ser anclados al suelo directamente. Los elementos constitutivos de la infraestructura liviana pueden ser elementos como madera plástica, elementos reciclados, madera, prefabricados y otros materiales livianos que sean fácilmente instalables y desmontables en cualquier tiempo y lugar; no generar detrimento en el terreno; y tener un comportamiento dinámico distinto al de edificaciones convencionales, por lo cual no se sujetarán al cumplimiento de la norma sismorresistente.

4.3.1.3 Ejecución de reparaciones locativas y embellecimiento de fachadas: son iniciativas para la intervención no estructural de fachadas en sitios públicos y que estén orientadas en el mejoramiento del ornato a través del muralismo, el color y la revitalización de los espacios públicos en recursos turísticos y atractivos identificados en los inventarios turísticos, o declarados como atractivo de acuerdo con la Ley 2068 de 2020, así como, zonas con potencial turístico y/o determinadas en los esquemas de gestión de los destinos, de acuerdo con los lineamientos que defina el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. También pueden incluirse adecuaciones de bienes de utilidad pública e interés social, con potencial para el turismo.

Correspondencia del proyecto de Mistrató con la línea de Promoción y Mercadeo Turístico

Del alcance transcrito se establece que el proyecto de Mistrató corresponde a la línea temática 4.2, “Promoción y Mercadeo Turístico”, particularmente a la sublínea 4.2.1.1, “Promoción y mercadeo turístico nacional”. Esta sublínea comprende de manera expresa la generación de contenidos, materiales de divulgación, campañas promocionales, producciones audiovisuales, activaciones, planes de medios y guías de promoción turística. Por consiguiente, la clasificación del proyecto se fundamenta en los resultados que pretende obtener —divulgación, visibilidad y posicionamiento del destino y no exclusivamente en el tipo de bienes o servicios utilizados para su ejecución.

El presupuesto y las especificaciones del proceso establecen una secuencia de actuaciones promocionales que se complementan entre sí. Los contenidos producidos constituyen los insumos de comunicación; el plan de medios permite difundirlos ante públicos seleccionados; las activaciones, los viajes de familiarización y los escenarios comerciales facilitan el conocimiento directo del destino; y las publicaciones y materiales promocionales aportan información para extender la divulgación de la oferta turística.

Producción audiovisual y fotográfica. La preproducción, producción y posproducción del material cinematográfico, los videos temáticos y el banco fotográfico están dirigidos a presentar los atractivos de Mistrató y sus experiencias de aviturismo, biodiversidad, naturaleza y cultura. Su finalidad es elaborar contenidos promocionales utilizables en

campañas, publicaciones y medios de difusión. No se trata de un estudio de inventario turístico ni de un servicio de registro audiovisual de un espectáculo.

Plan de medios y difusión publicitaria. La pauta digital segmentada, las pantallas DOOH, las vallas exteriores y la difusión mediante influenciadores buscan aumentar el alcance de los mensajes del destino en los mercados definidos. Los espacios y formatos publicitarios son vehículos de difusión de la campaña, no actividades independientes de adquisición tecnológica o publicidad institucional genérica.

Activaciones promocionales BTL. Las intervenciones previstas en Pereira, incluida la experiencia sensorial en un centro comercial y la presencia promocional durante las Fiestas de la Cosecha, trasladan la oferta turística del municipio a públicos ubicados fuera del destino. El montaje, la ambientación y los apoyos operativos constituyen medios para la interacción promocional; no transforman el objeto contratado en la organización de las festividades donde se realiza la activación.

Viajes de familiarización. Los recorridos proyectados para periodistas e influenciadores y para agencias mayoristas, operadores y DMC especializados permiten que actores capaces de difundir o comercializar el destino conozcan directamente sus atractivos. El transporte, alojamiento, alimentación y guianza son prestaciones necesarias para desarrollar la experiencia de familiarización, cuyo resultado esperado es el reconocimiento y la proyección comercial del destino, no el suministro aislado de servicios turísticos.

Participación en la Vitrina Turística de ANATO. La intervención prevista en ANATO 2027 persigue presentar la oferta turística municipal en un escenario especializado, facilitar contactos con agentes del mercado y distribuir información de promoción. El espacio de exhibición y la operación correspondiente tienen carácter instrumental respecto de la participación comercial y del posicionamiento de Mistrató; el Municipio no contrata la realización ni la operación general de la feria.

Guía de aves. La edición e impresión de la guía de aves del municipio responde a la necesidad de disponer de una pieza editorial de divulgación del producto de aviturismo. Su utilidad consiste en comunicar la riqueza de avifauna y los atributos del territorio a viajeros, periodistas, agencias y operadores. En el alcance contratado, este material constituye una guía de promoción del destino y no un proyecto autónomo de investigación biológica, actualización de inventarios o formación ambiental.

Material POP del destino. La producción de artículos promocionales identificados con la imagen de Mistrató tiene como propósito apoyar las campañas, activaciones y espacios de presentación turística, reforzando el reconocimiento del destino entre los públicos objetivo. Su adquisición se encuentra asociada a una estrategia de divulgación y no a un suministro general de elementos sin destinación promocional.

Diferenciación frente a las líneas de competitividad e infraestructura

La línea de competitividad turística comprende, principalmente, acciones de fortalecimiento y transformación de la oferta: planificación y gestión de destinos, estructuración de productos, adopción de estándares de calidad, capacitación y fortalecimiento de capacidades productivas. La iniciativa de Mistrató no tiene como propósito principal crear rutas o unidades empresariales, establecer esquemas de gobernanza, certificar prestadores ni desarrollar programas formativos. Parte de sus atractivos y de su vocación de aviturismo para divulgarlos ante mercados y públicos determinados. Que el posicionamiento turístico pueda favorecer posteriormente la competitividad del municipio no modifica la naturaleza promocional de los productos presupuestados.

La línea de infraestructura, por su parte, está dirigida a obras y adecuaciones físicas necesarias para el desarrollo del turismo, incluidas instalaciones permanentes o livianas destinadas a su operación. El proyecto no contempla la construcción o mejoramiento de senderos, torres de observación, equipamientos turísticos u otras obras de esa naturaleza. Los elementos de montaje, exhibición y ambientación requeridos en actividades promocionales son suministros y apoyos temporales al servicio de la campaña, no inversiones en infraestructura turística.

Finalidad turística y pertinencia de los antecedentes contractuales

En la ejecución de acciones de promoción es determinante identificar la finalidad del contrato y el papel que desempeñan las actividades en su conjunto. La realización de una feria, festival, concierto o evento cultural, aun cuando incluya divulgación, cubrimiento audiovisual, contratación de publicidad o presencia de marca, no configura necesariamente una estrategia de promoción turística. Para que exista correspondencia con el objeto de Mistrató debe observarse que las acciones fueron destinadas efectivamente a dar a conocer un territorio, sus atractivos, experiencias o productos turísticos ante públicos o mercados de interés.

Esta precisión resulta pertinente para el municipio, en el que las celebraciones tradicionales, como las Fiestas del Café y la Caña, integran la vida cultural y pueden servir como escenario de divulgación de la oferta local. Sin embargo, la producción de un espectáculo o la difusión de su programación tienen una finalidad diferente de la ejecución de una campaña orientada al reconocimiento del municipio como destino de aviturismo y biodiversidad. Los eventos pueden ser utilizados como canales de promoción, siempre que las obligaciones y entregables permitan acreditar ese objetivo turístico de forma diferenciada.

Por esta razón, el análisis de idoneidad del mercado y de la experiencia de los posibles oferentes debe atender al contenido real de los contratos ejecutados, sus obligaciones y productos, además de las denominaciones consignadas en sus objetos o clasificaciones de servicios. Las exigencias de experiencia deben conservar relación directa con la necesidad

que se contrata, ser verificables con soportes de ejecución y guardar proporcionalidad con la magnitud y complejidad del proyecto, conforme a los artículos 2.2.1.1.1.6.1 y 2.2.1.1.1.6.2 del Decreto 1082 de 2015 y al artículo 5 de la Ley 1150 de 2007.

En consecuencia, el alcance técnico del presente proceso se circunscribe a la implementación de una estrategia de promoción y posicionamiento de Mistrató como destino turístico. Los componentes contenidos en el presupuesto corresponden a una misma finalidad sectorial: fortalecer su visibilidad en los mercados de interés mediante contenidos, medios de difusión, experiencias promocionales y material de apoyo. Esta delimitación permite identificar la oferta empresarial pertinente, definir requisitos de experiencia acordes con la ejecución requerida y evitar que la simple incorporación de servicios logísticos o publicitarios desvirtúe el propósito específico de la contratación.

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

El estudio del sector constituye una etapa esencial dentro de la planeación del proceso de contratación, en cuanto materializa los principios de planeación, responsabilidad y transparencia consagrados en la Ley 80 de 1993. Su propósito es identificar a los actores que participan en el mercado relacionado con el objeto contractual y el proceso a adelantar, con el fin de garantizar la adecuada estructuración del contrato y el cumplimiento de los fines estatales.

En este sentido, el presente estudio de sector se elabora en cumplimiento de lo establecido en el Decreto Único Reglamentario 1082 del 26 de mayo de 2015, el cual dispone que, durante la etapa de planeación, las Entidades Estatales deben realizar un análisis exhaustivo del sector vinculado al objeto de contratación. Dicho análisis debe abarcar las dimensiones legal, comercial, financiera, organizacional y de riesgos, cuya evidencia deberá incorporarse y conservarse como soporte dentro de los documentos del proceso de contratación.

De igual manera, el numeral 1º del artículo 2.2.1.1.2.1.3 del Decreto 1082 de 2015 establece que las Entidades Estatales tienen la obligación de señalar la descripción técnica, detallada y completa del bien o servicio objeto del contrato, identificando además el nivel del clasificador de bienes y servicios correspondiente. En concordancia con lo anterior, y siguiendo la guía para la codificación de bienes y servicios conforme al estándar internacional de Naciones Unidas (UNSPSC), se procede a la clasificación del objeto contractual, asegurando que la definición técnica sea clara, precisa y permita la participación efectiva de los oferentes. Con base en lo anterior se elabora el presente estudio de sector, en concordancia con los lineamientos estipulados en la guía:

Tabla 1. Clasificación códigos UNSPSC

Clasificación UNSPSC	Descripción
43232100	Software de edición y creación de contenido
80101600	Gerencia de proyectos

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

80111600	Servicios de personal temporal
80141500	Investigación de mercados
80141600	Actividades de ventas y promoción de negocios
80161500	Servicios de apoyo gerencial (audiovisuales)
82101800	Servicios de agencia de publicidad
82111800	Servicios editoriales y de soporte
82131600	Fotógrafos y cinematógrafos
82141500	Servicios de diseño artístico
86101700	Capacitación vocacional no científica
93141700	Servicios de promoción cultural

La función de la compra pública está orientada a la satisfacción de las necesidades de las entidades estatales en marco de la maximización del bienestar a través del gasto público. El conocimiento y estudio del sector económico relacionado con el objeto de contratación permite al Municipio de Mistrató diseñar el proceso de selección con la información necesaria para alcanzar los objetivos de i) transparencia, ii) eficiencia del gasto, iii) promoción de la competencia y iv) manejo del riesgo.

El análisis sectorial y de mercado constituye una herramienta fundamental para identificar las condiciones económicas, técnicas y comerciales del sector proveedor, así como las dinámicas de oferta y demanda relacionadas con los bienes requeridos por la Entidad. Lo anterior permite establecer especificaciones técnicas acordes con las necesidades institucionales, definir criterios de evaluación proporcionales y estructurar un presupuesto oficial ajustado a las condiciones reales del mercado.

Los códigos UNSPSC relacionados en el estudio previo corresponden directamente con la actividad económica y los servicios requeridos para el cumplimiento del objeto contractual *"*PRESTAR LOS SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE MISTRATÓ, RISARALDA, MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN, POSICIONAMIENTO Y PROMOCIÓN DEL DESTINO, CON EL FIN DE INCREMENTAR SU VISIBILIDAD Y ATRACTIVO TURÍSTICO A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL."

Desde el punto de vista técnico, la ejecución del objeto implica, entre otros: (i) diseño y ejecución de un plan de medios digitales y tradicionales; (ii) producción de piezas audiovisuales, fotográficas, impresas y digitales; (iii) desarrollo de activaciones BTL (below the line) en ferias y escenarios de promoción turística; (iv) organización de viajes de familiarización (FAM trips) dirigidos a medios y operadores turísticos; (v) elaboración de una guía de aves y material POP; y (vi) participación en ferias y escenarios de promoción turística de alcance nacional, en particular la Vitrina Turística de ANATO 2027, conforme a las especificaciones técnicas del pliego de condiciones.

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

1.1. ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR[1]

El objeto contractual se enmarca en el sector de promoción turística y comunicación estratégica, que combina servicios de mercadeo territorial, producción audiovisual y fotográfica, publicidad, diseño e impresión, gerencia de proyectos e investigación de mercados. A nivel nacional, el turismo se ha consolidado como uno de los principales renglones de exportación de servicios del país.

Entre agosto de 2022 y junio de 2026, Colombia recibió más de 24 millones de visitantes no residentes, de los cuales 14,8 millones fueron extranjeros, cifra histórica que refleja el posicionamiento internacional del país como destino turístico. El sector de alojamiento y servicios de comida aportó cerca del 4,4% del valor agregado nacional en 2025 y generó aproximadamente 1,8 millones de empleos, mientras que el turismo generó cerca de US$34.430 millones en divisas durante 2025, superando renglones de exportación tradicionales como el carbón.

En el ámbito regional, el departamento de Risaralda y en particular el municipio de Mistrató se proyecta como un destino emergente de aviturismo dentro del Eje Cafetero. Risaralda alberga cerca del 45% de las especies de aves registradas en Colombia (el país con mayor diversidad de avifauna del mundo, con 1.954 especies), y Mistrató cuenta con rutas propias dentro del "Risaralda Bird Festival" (ruta de la Bangsia Aurinegra) y con el Distrito Regional de Manejo Integrado (DRMI) Cuchilla de San Juan como corredor biológico estratégico. El municipio ha desarrollado la marca de territorio "Mistrató Diverso", orientada al turismo rural comunitario, el senderismo con interpretación ambiental y las rutas cafeteras, en articulación con la comunidad indígena Embera Chamí presente en el territorio.

Estos elementos evidencian que la necesidad de la Entidad diseñar e implementar estrategias de divulgación, posicionamiento y promoción del destino responde a una oportunidad de mercado real y de crecimiento sostenido, tanto por la dinámica nacional del turismo como por el potencial diferencial del municipio en el nicho de aviturismo y biodiversidad.

1.1 ANÁLISIS MACROECONÓMICO DEL SECTOR

PIB mundial y proyecciones regionales

Según el informe de Perspectivas Económicas Mundiales del Banco Mundial (enero de 2026), se proyecta que el crecimiento económico mundial se desacelerará levemente al 2,6% en 2026 (frente al 2,7% estimado para 2025), para luego repuntar al 2,7% en 2027. El Fondo Monetario Internacional, por su parte, estimó en su actualización de enero de 2026 un crecimiento mundial más optimista, de 3,3% para 2026 y 3,2% para 2027, cifra

posteriormente revisada a la baja (3,1%) en informes de mitad de año ante la incertidumbre derivada de tensiones comerciales y geopolíticas.

Para América Latina y el Caribe, el Banco Mundial proyecta un crecimiento del 2,3% en 2026, con una aceleración hacia el 2,6% en 2027. Estas cifras sitúan a la región por debajo del promedio mundial, aunque con una trayectoria de recuperación relevante para el comercio de servicios turísticos y culturales.

Panorama de la economía colombiana

De acuerdo con el Informe de Política Monetaria del Banco de la República (julio de 2026), la economía colombiana creció 2,2% en el primer trimestre de 2026 y se estima un crecimiento cercano al 3,2% para el segundo trimestre, impulsado por el gasto de los hogares en entretenimiento y bienes durables (asociado, entre otros factores, a eventos como el Mundial de Fútbol) y por el gasto público en el contexto preelectoral. El Banco de la República proyecta un crecimiento del PIB de 2,5% para 2026 (revisado al alza desde 2,4%) y de 1,9% para 2027. Otros analistas del mercado sitúan la cifra en un rango algo más alto: Bancolombia estima 2,9% y Corficolombiana entre 2,8% y 3,0% para 2026, frente a un crecimiento observado de 2,6% en 2025.

Estas proyecciones son relevantes para el presente Proceso de Contratación en la medida en que un entorno de crecimiento moderado, con alto gasto de los hogares en consumo y entretenimiento, favorece la demanda de servicios turísticos y de promoción de destinos, en línea con el objeto contractual.

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Según el DANE, la variación anual del IPC a junio de 2026 se ubicó en 6,14%, muy por encima de la meta de largo plazo del Banco de la República (3%) y superior en 1,32 puntos porcentuales al dato de junio de 2025 (4,82%). La variación acumulada en lo corrido del año fue de 4,77%. Las divisiones con mayor incidencia en el IPC total fueron Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Alimentos y bebidas no alcohólicas, mientras que Restaurantes y hoteles registró una de las mayores variaciones anuales por división, con incrementos relevantes en comidas fuera del hogar (9,75%) y transporte urbano (10,64%). Este comportamiento incide directamente en los costos de producción de contenidos, viajes de familiarización, activaciones BTL y participación en ferias contemplados en el objeto contractual, por lo que resulta pertinente que la Entidad contemple mecanismos de ajuste o revisión de precios si el contrato se extiende más allá de la vigencia 2026.

Indicadores del mercado laboral

De acuerdo con la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) del DANE, la tasa de desempleo nacional se ubicó en 8,0% tanto en mayo como en junio de 2026, frente al 8,6%-9,0% observado en los mismos meses de 2025, lo que representa una mejora interanual relevante. La tasa global de participación alcanzó 64,5%-64,7% y la tasa de ocupación se situó entre 59,1% y 59,4%. No obstante, persiste un alto nivel de informalidad laboral, cercano al 55,1% durante el trimestre móvil febrero-abril de 2026, factor relevante para la verificación de la vinculación formal del personal mínimo exigido en el numeral 3.6.1.4 del Estudio Previo (perfiles de producción de contenidos, fotografía, diseño y gerencia de proyectos).

Variación del salario mínimo

Mediante los Decretos 1469 y 1470 del 29 de diciembre de 2025 (posteriormente ratificados, tras un incidente judicial ante el Consejo de Estado, mediante el Decreto 0159 de 2026), el Gobierno Nacional fijó el salario mínimo legal mensual vigente (SMMLV) para 2026 en $1.750.905, con un incremento del 23% frente a 2025 ($1.423.500), y el auxilio de transporte en $249.095, para un ingreso mínimo total de $2.000.000 mensuales. Este incremento histórico el más alto desde la Constitución de 1991— es especialmente relevante para el presente proceso, dado que el pliego de condiciones expresa la experiencia general (tres contratos) y la específica (un contrato) en SMMLV, cada contrato por valor igual o superior a 1.000 SMMLV, y dado que buena parte de la estructura de costos del contrato corresponde a personal especializado en producción de contenidos.

Tasa Representativa del Mercado (TRM)

La TRM ha mostrado una tendencia bajista sostenida durante 2026: tras iniciar julio en $3.440,83, cerró el mes en $3.132,42 (caída acumulada de 8,96%), y se ha mantenido en un rango entre $3.140 y $3.230 durante la primera semana de agosto de 2026 (TRM del 6 de agosto de 2026: $3.179,40). Si bien el objeto contractual no contempla componentes de comercio exterior significativos, la TRM incide indirectamente en el costo de equipos audiovisuales, licencias de software y tecnología importada requeridos para la producción de contenidos (numeral 3.5.2 del Estudio Previo).

1.2 ANÁLISIS TÉCNICO

El Municipio de Mistrató, Risaralda, en cumplimiento de sus competencias relacionadas con la planificación y promoción del desarrollo económico y turístico del territorio, requiere implementar acciones que permitan fortalecer la visibilidad, el reconocimiento y la comercialización de su oferta turística, particularmente aquella asociada al aviturismo, la biodiversidad, el turismo de naturaleza, la cultura y el ecoturismo.

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

Esta necesidad se encuentra directamente relacionada con el proyecto de inversión denominado "Fortalecimiento para la promoción del destino turístico del municipio de Mistrató, Risaralda: destino de aviturismo y biodiversidad; Mistrató", identificado con código BPIN 2026664560002, cuyo propósito consiste en incrementar la llegada de turistas y contribuir a la generación de ingresos para los prestadores de servicios turísticos del municipio mediante la promoción y el posicionamiento del destino en mercados nacionales.

La formulación del proyecto parte de la identificación de un problema público concreto: el bajo posicionamiento y la limitada promoción turística de Mistrató en el mercado nacional, circunstancia que restringe su capacidad para atraer visitantes, integrar su oferta a los circuitos turísticos regionales y nacionales y generar mayores oportunidades económicas para los prestadores de servicios turísticos, emprendedores, productores, comerciantes y comunidades vinculadas directa o indirectamente con la cadena de valor del turismo.

Aunque el municipio cuenta con importantes recursos naturales, paisajísticos, ambientales y culturales, entre ellos ecosistemas estratégicos, diversidad de aves, escenarios para el turismo de naturaleza, expresiones culturales y experiencias comunitarias, la sola existencia de estos atributos no garantiza su reconocimiento ni su posicionamiento como destino turístico. Para que dichos recursos puedan consolidarse como una oferta visible, diferenciada y competitiva, es indispensable desarrollar procesos planificados de comunicación, promoción, divulgación y relacionamiento comercial que permitan presentar el destino ante públicos estratégicos y facilitar su incorporación en los canales de promoción y comercialización turística.

La necesidad identificada también se evidencia en el bajo desempeño del componente de estrategia de mercadeo reflejado en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia –ICTRC 2024– y en la limitada presencia de Mistrató en medios, plataformas, ferias, escenarios de promoción y espacios de relacionamiento con agencias, operadores turísticos, medios de comunicación, influenciadores y demás actores que intervienen en la decisión y movilización de la demanda turística.

En consecuencia, existe una brecha entre el potencial turístico del territorio y su nivel efectivo de reconocimiento y comercialización. Esta situación impide que las ventajas comparativas del municipio se traduzcan adecuadamente en mayores flujos de visitantes, oportunidades de negocio, fortalecimiento de los prestadores turísticos y dinamización de la economía local. De no adelantarse las acciones previstas, persistirían la baja visibilidad del destino, la dispersión de los esfuerzos promocionales y la reducida capacidad del municipio para competir frente a otros territorios que cuentan con estrategias consolidadas de comunicación y posicionamiento turístico.

Para atender esta problemática, el proyecto contempla la implementación de una estrategia integral de promoción turística que articule la producción de contenidos audiovisuales y fotográficos, el desarrollo de material promocional, la ejecución de un plan de medios digitales y tradicionales, la realización de activaciones experienciales BTL, el desarrollo de viajes de familiarización con actores estratégicos, la participación en escenarios de

promoción y comercialización turística y la producción de herramientas especializadas para divulgar la oferta de aviturismo y biodiversidad del municipio.

Estas actividades no deben entenderse como acciones aisladas de publicidad o divulgación, sino como componentes articulados de una intervención pública dirigida a posicionar a Mistrató como un destino diferenciado, fortalecer su identidad turística, ampliar su presencia en mercados prioritarios y generar condiciones para que su oferta pueda ser conocida, valorada y comercializada. Su ejecución permitirá establecer una narrativa coherente del destino, mejorar la calidad y disponibilidad de los contenidos promocionales, ampliar el alcance de las campañas y facilitar el relacionamiento entre el municipio, los prestadores de servicios turísticos y los agentes del mercado.

La atención de esta necesidad contribuye, además, al cumplimiento de los fines estatales y a la materialización de los principios que orientan la actividad turística, particularmente aquellos relacionados con la planeación, el desarrollo social, económico y cultural, la sostenibilidad, la conservación del patrimonio natural y cultural, la coordinación institucional y el fortalecimiento de la competitividad territorial. De esta manera, la intervención proyectada no persigue exclusivamente un resultado comunicacional, sino que busca generar condiciones para que el turismo se consolide progresivamente como una actividad estratégica para el desarrollo económico local.

Desde la perspectiva contractual, los numerales 7 y 12 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993 y el artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015 exigen que, antes de iniciar un proceso de selección, la entidad identifique y justifique la necesidad que pretende satisfacer, determine la conveniencia de la contratación y establezca la correspondencia entre dicha necesidad, el objeto, las obligaciones, el presupuesto y las condiciones de ejecución. En el presente caso, la contratación proyectada guarda relación directa con el problema, los objetivos, el producto, las actividades y la cadena de valor definidos en el proyecto de inversión.

El Municipio no dispone directamente de la totalidad de los recursos humanos especializados, capacidades creativas, medios técnicos, equipos de producción, infraestructura logística, herramientas de difusión, relacionamiento comercial y demás recursos operativos necesarios para desarrollar integralmente las actividades previstas. Por consiguiente, se requiere contratar un operador con capacidad técnica, administrativa, financiera, creativa y logística que garantice la planeación, producción, implementación, divulgación, seguimiento y entrega de los productos establecidos en los documentos técnicos y presupuestales.

La contratación constituye, por tanto, un medio necesario, idóneo y proporcional para atender la necesidad pública identificada, toda vez que permitirá ejecutar de manera articulada las actividades del proyecto, asegurar la calidad y oportunidad de los productos, optimizar el uso de los recursos públicos y generar resultados verificables frente a las metas de promoción y posicionamiento turístico definidas por la Administración Municipal.

En virtud de lo expuesto, resulta conveniente y procedente adelantar el correspondiente proceso de selección para contratar la prestación de los servicios requeridos para el fortalecimiento de la promoción turística de Mistrató, garantizando la debida articulación entre el proyecto de inversión, el documento técnico, el presupuesto oficial, el cronograma, los productos, los indicadores y los mecanismos de seguimiento, bajo criterios de eficiencia, economía, responsabilidad, transparencia, sostenibilidad y selección objetiva

1.3 CONTEXTO REGULATORIO

- Ley 80 de 1993 y Ley 1150 de 2007 — Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.
- Decreto 1082 de 2015 — Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional, en particular los artículos 2.2.1.1.1.6.1 a 2.2.1.1.1.6.3 (deber de análisis del sector y de riesgos).
- Ley 300 de 1996 y Ley 1101 de 2006 — Ley General de Turismo y sus modificaciones, marco sectorial del turismo en Colombia.
- Ley 2068 de 2020 — "Por la cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones", que impulsa la promoción y competitividad turística territorial.
- Manual para Determinar y Verificar los Requisitos Habilitantes en los Procesos de Contratación (versión M-DVRHPC-04) de la ANCP-CCE, referenciado expresamente en el Estudio Previo para el cálculo de los indicadores de capacidad financiera y organizacional (numerales 3.6.1.3 y 3.6.1.4).
- "Guía para la Elaboración de Estudios del Sector" de la ANCP-CCE 2025, marco metodológico del presente documento.
- ACUERDO No.007 Del 29 de mayo del 2024, por medio del cual se aprueba el Plan de desarrollo Municipal "JUNTOS POR MISTRATO" 2024-2027
- Decreto n° 002 de enero 02 de 2025 por medio del cual se actualiza el manual de contratación e interventoría para el municipio de Mistrató-Risaralda, según decreto 1082 de 2015.

1.4 OTROS CONTEXTOS (AMBIENTAL, SOCIAL, POLÍTICO, ENTRE OTROS)

Contexto ambiental

- Buena parte del atractivo turístico de Mistrató se sustenta en ecosistemas estratégicos protegidos, entre ellos el Distrito Regional de Manejo Integrado (DRMI) Cuchilla de San Juan, compartido con los municipios de Apía, Belén de Umbría y Pueblo Rico, y el corredor biológico que conecta los Andes Occidentales con la región del Pacífico. La promoción turística del destino debe, por tanto, articularse con criterios de turismo sostenible y de baja huella ambiental, evitando que el incremento de visitantes derivado de la estrategia de promoción genere presión no controlada sobre estos

ecosistemas.

Contexto social

- El territorio de Mistrató es compartido por población mestiza y la comunidad indígena Embera Chamí, cuya cosmovisión e identidad hacen parte de la oferta de experiencias comunitarias del municipio ("Mistrató Diverso"). Cualquier estrategia de divulgación y promoción turística debe garantizar el respeto por la autonomía y los derechos de esta comunidad, así como su eventual participación como beneficiaria o vinculada a la cadena de valor del turismo.

Contexto político

- La ejecución del contrato se desarrollará principalmente durante 2027, año en el que se celebrarán las elecciones de autoridades territoriales. En consecuencia, deberán observarse las restricciones previstas en la Ley 996 de 2005 para los periodos preelectorales y la prohibición de incluir en las piezas y campañas el nombre, la imagen o la voz de servidores públicos (artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 y Ley 2345 de 2023). Se recomienda reforzar los mecanismos de transparencia, publicidad y participación ciudadana durante el proceso y la ejecución.

1.5 ANÁLISIS ECONÓMICO

El panorama económico por exponer comprende una proyección económica internacional o global, posteriormente se analiza la situación económica nacional y termina con un análisis del ámbito territorial, presentando los escenarios macroeconómicos más factibles.

Las proyecciones de crecimiento mundial se sitúan en el 3,0% en 2026 y el 3,4% en 2027, es decir, prácticamente sin variaciones acumuladas con respecto a la edición de abril de 2026 de Perspectivas de la economía mundial. Las perspectivas son desiguales: el shock de la guerra está afectando a los importadores de energía y las economías vulnerables, en tanto que la demanda impulsada por la inteligencia artificial favorece a los países integrados en la cadena de valor tecnológica mundial. El proceso mundial de desinflación se ha estancado. Los riesgos están más equilibrados que en abril, pero persisten los posibles factores desfavorables de un recrudecimiento de los conflictos y correcciones de precios en los mercados financieros. Las autoridades deben mantener la estabilidad de los precios, recomponer el espacio fiscal y reforzar la capacidad de adaptación.

Gráfica. Proyecciones de crecimiento



Fuente: Fondo monetario internacional (FMI)

1.5.1 PIB MUNDIAL

Según el Grupo Banco Mundial *"El crecimiento mundial se está estabilizando a medida que la inflación se acercar a las metas de los bancos centrales y la flexibilización de la política monetaria respalda la actividad económica. Esto debería dar lugar a una expansión mundial moderada en el 2025-26. Sin embargo, las perspectivas de crecimiento parecen insuficientes para contrarrestar el daño causado por varios años de impactos negativos. La mayor incertidumbre en materia de política económica y los cambios adversos en la política comercial representan riesgos a la baja fundamentales. Otros riesgos incluyen el aumento de las tensiones geopolíticas, una inflación más alta y eventos climáticos extremos. Se necesitan medidas de política económica decisivas para salvaguardar el comercio, abordar las vulnerabilidades derivadas de la deuda, combatir el cambio climático, promover la estabilidad de precios, aumentar la recaudación fiscal y racionalizar los gastos, mejorar el capital humano e impulsar la inclusión en la fuerza laboral."* [2]

A continuación, se relaciona la gráfica del PIB mundial, donde se muestra el esfuerzo por mantener la inflación estable, fortaleciendo la inversión privada y el mejoramiento del capital humano y el funcionamiento del mercado laboral.

Tabla. Producto Interno Bruto – PIB mundial[3]

	PIB real (%)					Revisión*		
	2023	2024	2025e	2026f	2027f	2025e	2026f	2027f
Mundo	**2.8**	**2.8**	**2.7**	**2.6**	**2.7**	**0.4**	**0.2**	**0.1**
Economías avanzadas	**1.6**	**1.7**	**1.7**	**1.6**	**1.6**	**0.5**	**0.2**	**0.0**
Economías emergentes y en desarrollo	**4.4**	**4.3**	**4.2**	**4.0**	**4.1**	**0.3**	**0.2**	**0.2**
Asia oriental y el Pacífico	5.2	5.0	4.8	4.4	4.3	0.3	0.4	0.3
Europa y Asia central	3.6	3.6	2.4	2.4	2.7	0.0	-0.1	0.0
América Latina y el Caribe	2.4	2.4	2.2	2.3	2.6	-0.1	-0.1	0.0
Oriente Medio y Norte de África, Afganistán y Pakistán	2.1	2.6	3.1	3.6	3.9	0.4	-0.1	-0.1
Asia meridional	8.0	6.3	7.1	6.2	6.5	1.0	-0.2	0.0
África al sur del Sahara	3.0	3.7	4.0	4.3	4.5	0.3	0.2	0.2

* Diferencias en puntos porcentuales con respecto a las proyecciones de junio de 2025.

Fuente: Grupo Banco Mundial

El crecimiento del PIB mundial proyectado para el corto y mediano plazo (alrededor de 2,6 %–2,8 % anual) evidencia una expansión moderada y relativamente estable de la economía global, aunque con diferencias significativas entre regiones: las economías avanzadas crecen por debajo del promedio mundial, mientras que las economías emergentes y en desarrollo mantienen ritmos superiores.

1.5.2 PANORAMA DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA

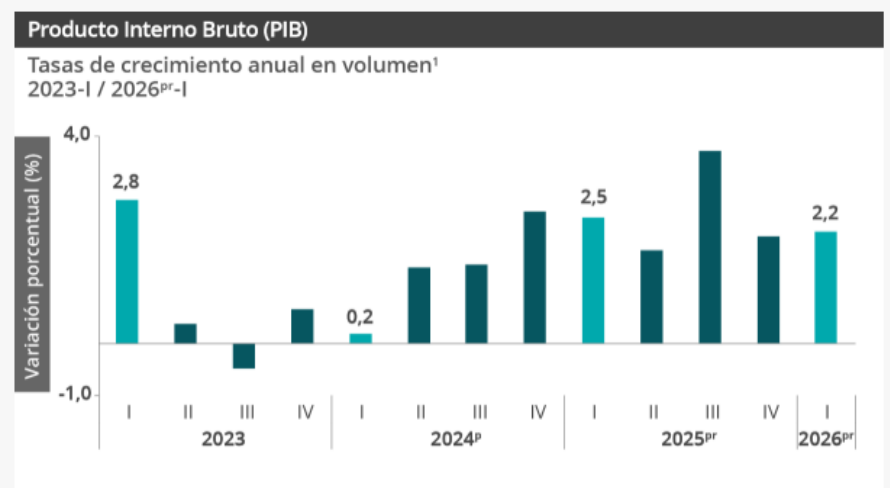
La gestión macroeconómica de Colombia se ha orientado en los últimos años a preservar la estabilidad económica, controlar la inflación y promover un crecimiento sostenible. Para ello, el país ha implementado medidas de política fiscal y monetaria, así como reformas estructurales encaminadas a fortalecer la competitividad, mejorar el clima de inversión y garantizar la sostenibilidad de las finanzas públicas.

En términos generales, el escenario macroeconómico para 2026 muestra una tendencia hacia la recuperación económica, aunque condicionada por factores externos como la desaceleración global, los riesgos geopolíticos y las fluctuaciones en los mercados financieros internacionales. En este contexto, la adecuada gestión de la política económica resulta fundamental para mitigar riesgos y consolidar el crecimiento. El presente análisis macroeconómico se estructura a partir de tres variables fundamentales: el Producto Interno Bruto (PIB), la inflación, medida a través de la variación del Índice de Precios al Consumidor

(IPC) , y la tasa de desempleo, las cuales permiten evaluar de manera integral el desempeño de la economía.

En relación con el PIB, las cifras más recientes indican un crecimiento moderado pero positivo. Para el primer trimestre de 2026, la economía colombiana registró una variación aproximada del 2,2% respecto al mismo periodo del año anterior, lo cual evidencia una recuperación gradual de la actividad económica.

Gráfica. Producto Interno Bruto (PIB) en Colombia



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE

El último reporte del PIB muestra una recuperación con crecimiento moderado en los trimestres recientes y una proyección cercana al 2,2% para 2026, respecto al mismo periodo de 2025. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

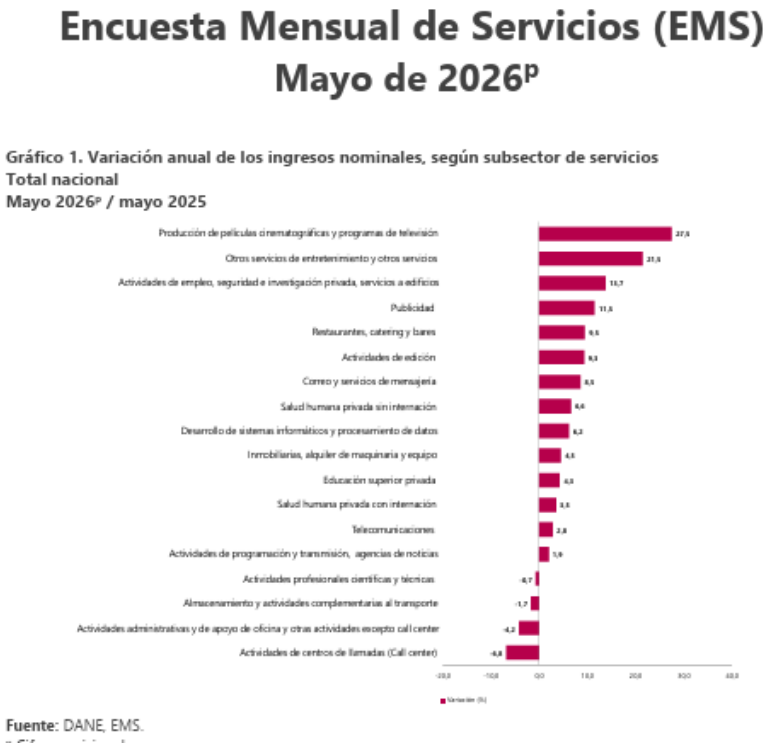
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,7% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos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

1.5.3 ENCUESTA MENSUAL DE SERVICIOS

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

La Encuesta Mensual de Servicios es una operación estadística por medio de la cual el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) obtiene la información de las variables principales del sector servicios para el análisis de su evolución en el corto plazo.

Gráfica Variación anual de los ingresos nominales Total Nacional mayo (2026p - 2025).



Fuente: DANE 2026

La Encuesta Mensual de Servicios (EMS) del DANE presenta la variación anual de los ingresos nominales de las principales actividades del sector servicios en Colombia para mayo de 2026 frente al mismo periodo de 2025. Los resultados evidencian un comportamiento favorable en gran parte de las actividades económicas relacionadas con este sector, destacándose especialmente las actividades como producción de películas cinematográfica y programas de televisión con un crecimiento del 27,5 %, así como las actividades de otros servicios de entretenimiento y otros servicios con un aumento del 21,5 %.

Tabla Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (abril 2026p / abril 2025).

Mayo 2026ᵖ / mayo 2025

Sección	División	Descripción	Ingresos nominales Variación (%)	Ingresos por servicios Contribución (PP)	Venta de Mercancías Contribución (PP)	Otros Ingresos Contribución (PP)
	Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.					
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	-1,7	-2,1	-0,0	0,4
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	8,5	8,6	-0,0	-0,1
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	9,5	8,2	1,2	0,0
J	División 58	Actividades de edición	9,3	0,0	-0,2	9,5
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	27,5	21,1	1,0	5,4
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	1,9	-0,5	0,0	2,4
J	División 61	Telecomunicaciones	2,8	4,5	-1,6	-0,1
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	6,2	5,2	1,0	-0,0
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	4,5	6,9	-2,4	0,1
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-0,7	-0,7	-0,0	0,1
M	Clase 7310	Publicidad	11,5	11,5	0,0	0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	13,7	13,9	-0,1	-0,1
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-6,8	-6,9	0,0	0,1
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	-4,2	-4,5	0,0	0,3
P	Grupo 854	Educación superior privada	4,3	3,6	0,0	0,7
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	3,5	4,2	-0,8	0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	6,6	6,2	-0,1	0,4
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	21,5	18,3	1,0	2,2

Fuente: DANE, EMS.

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE

La tabla anterior, Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios, presenta el comportamiento de los ingresos nominales del sector servicios en Colombia para abril de 2026 frente a abril de 2025, permitiendo identificar la dinámica económica de las diferentes actividades que conforman este sector. Los resultados evidencian un comportamiento favorable en la mayoría de los subsectores analizados, reflejando una recuperación y fortalecimiento de actividades relacionadas con servicios de apoyo, operación logística, organización de actividades y prestación de servicios complementarios.

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

1.5.4 IPC, ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

El análisis del comportamiento de los precios constituye un elemento relevante dentro del estudio del sector, dado que permite identificar las variaciones en el costo de bienes y servicios que pueden incidir en la estructura de costos de los proyectos de inversión pública. En este sentido, el Índice de Precios al Consumidor (IPC), elaborado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), es uno de los principales indicadores utilizados para medir la evolución del nivel general de precios en la economía colombiana.

Como se representa en la siguiente gráfica:

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

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

IPC	Mayo					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,32	**0,47**	3,63	**4,36**	5,05	**5,84**

La gráfica del Índice de Precios al Consumidor (IPC) para mayo de 2026 evidencia un incremento generalizado en el nivel de precios de la economía colombiana en comparación con el mismo periodo de 2025. En términos de variación mensual, el IPC pasó de 0,32 % en mayo de 2025 a 0,47 % en mayo de 2026, lo que refleja una aceleración en el crecimiento de los precios durante el último mes analizado. Este comportamiento indica que los bienes y servicios consumidos por los hogares registraron un aumento superior al observado en el año anterior.

Respecto a la variación año corrido, el indicador muestra que la inflación acumulada entre enero y mayo alcanzó 4,36 % en 2026, superando el 3,63 % registrado en el mismo periodo de 2025. Este resultado evidencia una mayor presión inflacionaria durante los primeros meses de 2026, lo que puede traducirse en incrementos en los costos de operación, transporte, combustibles, insumos, materiales y servicios requeridos para la ejecución de contratos públicos y privados.

Tabla . IPC Variación y contribución anual, Según división de gasto, mayo 2025 - 2026

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

Fuente: DANE, IPC, 2026

- Adicionalmente, respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,6%.

Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

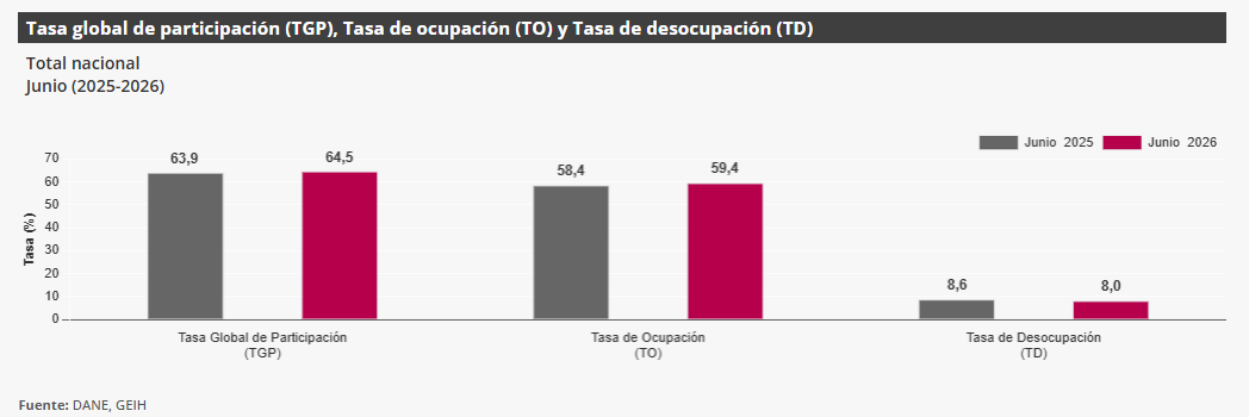
- Industrias manufactureras crece 2,3%.
- Actividades financieras y de seguros crece 2,2%.
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 1,4%.

1.5.5 INDICADORES DEL MERCADO LABORAL

El análisis del mercado laboral del DANE permite evaluar el comportamiento del empleo y del desempleo, así como la participación laboral, y proporciona información clave sobre la situación económica del país. A través de estos indicadores se identifican tendencias en generación de empleo, informalidad, condiciones laborales y desempeño de los diferentes sectores económicos.

Asimismo, este análisis facilita la toma de decisiones en materia económica y social, al evidenciar el nivel de actividad productiva, la capacidad de las empresas para generar empleo y las condiciones del mercado. En estudios sectoriales y procesos contractuales, aporta información relevante sobre disponibilidad de mano de obra, costos laborales y entorno económico asociado al desarrollo de las actividades contractuales.

Gráfica: Tasa Global de participación (TGP), tasa de ocupación (TO) y tasa de desocupación (TD) junio 2025-2026 Nacional



Fuente: DANE (2026)

La gráfica presenta el comportamiento de los principales indicadores del mercado laboral colombiano: Tasa Global de Participación (TGP), Tasa de Ocupación (TO) y Tasa de Desocupación (TD) para junio de 2025 y junio de 2026. Los resultados evidencian una variación positiva en los niveles de participación y ocupación laboral, reflejando una dinámica favorable de la actividad económica y una mayor vinculación de la población en actividades productivas.

Para junio de 2026, la tasa de desocupación del total nacional fue 8,0%, mientras que en el mismo mes de 2025 fue 8,6%. La tasa global de participación se ubicó en 64,5%, en contraste con junio de 2025 donde fue 63,9%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 59,4%, lo que representó un aumento de 0,9 puntos porcentuales respecto al mismo mes del año anterior (58,4%).

En junio de 2026, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 24.459 mil personas. Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Alojamiento y servicios de comida (1,2 puntos porcentuales); Construcción (0,6 puntos porcentuales) y Transporte y almacenamiento (0,6 puntos porcentuales).

1.5.6 VARIACIONES SALARIO MÍNIMO

Se entiende por salario mínimo en Colombia la remuneración mínima legal que el empleador deberá pagar al trabajador como contraprestación directa por la prestación personal del servicio. Este es un indicador que permite reflejar el costo de vida. Anualmente se realiza un ajuste para garantizar el bienestar de los empleados sin afectar la competitividad de la empresa.

La fijación anual del salario mínimo legal mensual vigente en Colombia se realiza a través de un proceso de concertación adelantado en el marco de la Comisión Permanente de Concertación de Políticas Salariales y Laborales, instancia en la que participan representantes del Gobierno Nacional, de las organizaciones sindicales que representan a los trabajadores y de los gremios empresariales. Este mecanismo de diálogo social se desarrolla generalmente al final de cada año con el propósito de definir el ajuste salarial aplicable al año siguiente.

De acuerdo con lo establecido en la Ley 278 de 1996, la determinación del salario mínimo debe tener en cuenta diferentes criterios económicos y sociales, entre los que se destacan la inflación causada, la productividad laboral, la contribución de los salarios al ingreso nacional, el crecimiento económico, y la necesidad de garantizar una remuneración mínima vital y móvil para los trabajadores. En este sentido, el ajuste del salario mínimo suele partir de la inflación observada durante el año en curso y considerar adicionalmente un componente asociado al crecimiento de la productividad laboral, elementos que constituyen la base técnica sobre la cual se desarrollan las negociaciones entre las partes.

No obstante, en caso de que no se logre un acuerdo dentro de la comisión durante el proceso de concertación, la normativa vigente establece que corresponde al Gobierno Nacional fijar

el salario mínimo para el año siguiente mediante la expedición de un decreto. Esta decisión debe sustentarse en los criterios técnicos definidos por la legislación laboral y en la información económica disponible, particularmente aquella relacionada con inflación, productividad y condiciones generales del mercado laboral.

Inicialmente, El salario Mínimo Legal Mensual Vigente (SMLMV) para el año 2026 en Colombia había sido fue fijado inicialmente por el Gobierno nacional mediante el Decreto 1469 de 2025, y aunque sobre este, se decretó el cual fue "medida cautelar de SUSPENSIÓN PROVISIONAL de los efectos de esta norma mediante Auto 11001-03-25-000-2026-0000 de 2026 proferido por la Sub-Sección A, Sección Segunda de la Sala de lo Contencioso Administrativo del Consejo de Estado". fue ratificado por el Gobierno nacional a través del Decreto 0159 de 2026.

El 12 de febrero de 2026, el Consejo de Estado decretó la suspensión provisional de los efectos del Decreto 1469 de 2025, varias demandas que cuestionaban la falta de justificación técnica del incremento frente a los criterios establecidos por la ley, como la inflación, la productividad y la meta inflacionaria. Como medida cautelar, el tribunal ordenó al Gobierno expedir un nuevo decreto transitorio que justificara técnicamente el porcentaje de incremento mientras se resuelve de fondo el proceso judicial. En cumplimiento de esta decisión judicial, el Gobierno nacional expidió posteriormente un nuevo decreto que ratificó el incremento del salario mínimo para 2026, manteniendo el valor fijado inicialmente y sustentándolo con un análisis económico adicional, decreto 0159 de 2026.[4]

Es de mencionar que, se fijó como salario mínimo un valor de $1.750.905 mensuales, lo que representó un incremento aproximado del 23 % frente al salario mínimo de 2025, que era de $1.423.500. De manera complementaria, el auxilio de transporte fue fijado en $249.095 mediante el Decreto 1470 de 2025,[5] lo que equivale a un ingreso total cercano a $2.000.000 mensuales para los trabajadores que devengan el salario mínimo. La expedición de estos decretos se realizó luego de que no se alcanzara un acuerdo entre el Gobierno, las organizaciones sindicales y los gremios empresariales en la Comisión Permanente de Concertación de Políticas Salariales y Laborales, instancia encargada de concertar el incremento anual del salario mínimo.

Desde el punto de vista del mercado laboral, las estadísticas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística evidencian que el salario mínimo tiene un impacto directo sobre una parte de la población ocupada, ya que aproximadamente 2,4 millones de trabajadores en Colombia devengan exactamente un salario mínimo,[6] lo que corresponde a cerca del 10 % de los trabajadores ocupados, mientras que un porcentaje significativo de la

---

https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201470%20DEL%2029%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202025.pdf

La República: Obtenido de: https://www.larepublica.co/economia/en-colombia-2-4-millones-de-trabajadores-ganan-exactamente-un-salario-minimo-4326703#:~:text=En%20Colombia%20hay%202%2C4%20millones%20de%20trabajadores,Consejo%20de%20Estado%20AGREGAR.%20*%20Gobierno%20AGREGAR.

población laboral percibe ingresos inferiores a este valor debido a los altos niveles de informalidad en el país. En relación con el comportamiento del empleo, los indicadores laborales del DANE muestran que la tasa de desempleo en enero de 2026 se ubicó alrededor del 10,9 %, reflejando una mejora moderada en el mercado laboral frente a años anteriores, aunque persisten desafíos estructurales asociados a la informalidad y la productividad laboral.

En términos económicos, el incremento del salario mínimo presenta efectos positivos y desafíos para la economía. Entre sus principales ventajas se encuentran el aumento del poder adquisitivo de los trabajadores, la reducción de la pobreza laboral y el estímulo al consumo interno, factores que contribuyen a dinamizar el sector servicios y otras actividades económicas. No obstante, también puede generar presiones sobre los costos laborales de las empresas, posibles efectos inflacionarios y mayores dificultades para las micro y pequeñas empresas, que cuentan con menor capacidad financiera para asumir incrementos salariales elevados.

Estos efectos son particularmente relevantes para los servicios objeto del contrato, intensivos en talento humano especializado (producción audiovisual, fotografía, diseño, gestión de medios, logística y guianza), en los que el costo del personal representa una proporción importante de la estructura de costos.

En conclusión, el incremento del 23 % del SMMLV para 2026 incide directamente en los costos de personal del contrato. Por ello, fue considerado en las cotizaciones que soportan el presupuesto oficial y deberá ser tenido en cuenta por los proponentes en la estructuración de sus precios unitarios. A continuación se presenta la evolución anual del salario mínimo:

Tabla. Evolución del salario mínimo 2015-2026

Año	Salario mínimo (COP)	Auxilio de transporte (COP)
2015	$ 644.350,00	$ 74.000,00
2016	$ 689.455,00	$ 77.700,00
2017	$ 737.717,00	$ 83.140,00
2018	$ 781.242,00	$ 88.211,00
2019	$ 828.116,00	$ 97.032,00
2020	$ 877.803,00	$ 102.854,00
2021	$ 908.526,00	$ 106.454,00
2022	$ 1.000.000,00	$ 117.172,00
2023	$ 1.160.000,00	$ 140.606,00
2024	$ 1.300.000,00	$ 162.000,00
2025	$ 1.423.500,00	$ 200.000,00
2026	$ 1.750.905,00	$ 249.095,00

Desde la perspectiva del estudio del sector y del análisis de la oferta, la evolución del salario mínimo constituye un factor determinante en la estructura de costos de las empresas de publicidad, producción audiovisual y promoción turística que participan en procesos de contratación pública, en las que el costo del talento humano es uno de los componentes más relevantes del presupuesto.

En este sentido, el análisis de las variaciones del salario mínimo entre 2015 y 2026 evidencia una tendencia creciente de los costos laborales, especialmente en los últimos años, que debe reflejarse en los precios unitarios del presupuesto oficial y de las ofertas para garantizar una ejecución eficiente de las actividades contractuales.

1.5.7 TASA REPRESENTATIVA DEL MERCADO

La política cambiaria se refiere a la gestión de la relación existente entre la moneda nacional y las divisas extranjeras. Su propósito central es mantener la estabilidad del peso colombiano en los mercados internacionales, garantizando un equilibrio que favorezca la competitividad externa y la estabilidad macroeconómica. De acuerdo con el Banco de la República, dentro de sus objetivos se encuentran: incrementar el nivel de reservas internacionales para fortalecer las condiciones del crédito externo, mitigar fluctuaciones cambiarias que no correspondan a los fundamentos de la economía y que puedan incidir en la inflación, así como moderar desviaciones rápidas y sostenidas de la tasa de cambio.

En este contexto, la Tasa Representativa del Mercado (TRM) constituye un indicador fundamental del sector externo. Esta corresponde al tipo de cambio nominal que indica cuántos pesos colombianos se requieren para adquirir una unidad de moneda extranjera, en este caso el dólar estadounidense. La TRM refleja el valor promedio del dólar frente al peso colombiano y es calculada diariamente por la Superintendencia Financiera de Colombia con base en las cotizaciones reportadas por las principales entidades financieras del país.[7]

Uno de los aspectos más relevantes de la TRM radica en su impacto sobre la economía nacional. Un aumento en este indicador representa una depreciación del peso frente al dólar, lo que se traduce en mayores costos de importación y puede influir en el nivel de precios internos y en la dinámica de la inflación. En este sentido la estabilidad de la TRM es crucial para la planificación financiera y la toma de decisiones del sector, Se tiene que el comportamiento de la TRM fue el siguiente[8]

Banco de la República (2025) ¿Cómo consultar los datos de la Tasa Representativa del Mercado (TRM) en el nuevo Portal de Estadísticas Económicas? Recuperado en: https://www.banrep.gov.co/es/como-consultar-datos-historicos-tasa-representativa-mercado-trm-nuevo-portal-estadisticas

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

Tabla. Tasa Representativa del Mercado

AÑO	PROMEDIO	FIN DE MES
2026-06	3.440,83	3,440,83
2026-06	3,567,11	3,657,11
2026-05	3,776,00	3,776,00
2026-04	3,670.29	3,669.96
2026-03	3,685.53	3,685.53
2026-02	3.812,63	3.768,92
2026-01	3.874,26	3.821,47
2025-12	3,757.08	3,706.94
2025-11	3.779,20	3,716.73
2025-10	3.913,24	3.877,07
2025-09	3.903,18	3.852,16
2025-08	4.019,09	4.051,59
2025-07	4179,69	4.049,69
2025-06	4069,67	4.113,55
2025-05	4148,72	4.201,50
2025-04	4198,83	4.273,88
2025-03	4192,57	4.133,48
2025-02	4.127,95	4.120,11
2025-01	4.307,57	4.170,01
2024-12	4.385,15	4.409,15
2024-11	4.408,65	4.419,59
2024 -10	4.249,47	4.413,46
2024-09	4.182,51	4.164,21
2024-08	4.065,55	4.160,31
2024-07	4.036,92	4.089,05
2024-06	4.042,80	4.148,04
2024-05	3.869,10	3.874,32
2024-04	3.867,98	3.873,44
2024-03	3.899,34	3.842,30
2024-02	3.931,44	3.933,56
2024-01	3.915,20	3.925,60

Gráfica 7. Tasa Representativa del Mercado (TRM) [9]



Fuente: Elaboración basada en Banco de la República (2026)

1.5.8 AGENTES QUE COMPONEN EL SECTOR / GREMIOS Y ASOCIACIONES QUE PARTICIPAN EN EL SECTOR

Se relacionan a continuación los principales agentes institucionales y gremiales relevantes para el objeto contractual:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) — Viceministerio de Turismo: entidad rectora de la política turística nacional y responsable del Plan Sectorial de Turismo 2022-2026 "Turismo en Armonía con la Vida".
- FONTUR (Fondo Nacional de Turismo): administra los recursos de la contribución parafiscal para la promoción del turismo y cofinancia proyectos de promoción y competitividad turística de las entidades territoriales.
- ProColombia: entidad encargada de la promoción internacional del turismo, la inversión y las exportaciones; lidera la estrategia de aviturismo hacia mercados como Estados Unidos, Reino Unido, España y Australia.
- ANATO (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo): gremio de agencias de viajes, interlocutor relevante para la comercialización del destino.
- COTELCO (Asociación Hotelera y Turística de Colombia): gremio del sector de alojamiento, con injerencia en la capacidad de recepción turística del territorio.
- Gobernación de Risaralda — Dirección de Turismo (Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad): responsable de la estrategia departamental de biodiversidad y turismo de naturaleza, organizadora del Risaralda Bird Festival.
- Cámara de Comercio de Pereira: interlocutor regional para el registro y fortalecimiento empresarial de proveedores turísticos y creativos.
- Proimágenes Colombia y Comisión Fílmica Colombia: referentes del sector de producción audiovisual y cinematográfica, relevantes para la verificación de estándares técnicos de los productos audiovisuales exigidos.

- Asociaciones y redes de aviturismo (p. ej. organizadoras del Risaralda Bird Festival, Bioparque Ukumarí): actores especializados en el nicho específico de observación de aves objeto de la estrategia de promoción.

La existencia de esta institucionalidad evidencia que el sector cuenta con una estructura de apoyo consolidada a nivel nacional y regional, lo cual favorece la disponibilidad de oferentes especializados y de fuentes de información de mercado para la estructuración del presente proceso.

2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En economía y en la gestión de mercados la oferta refleja la disponibilidad real de los proveedores para satisfacer las necesidades del mercado, ya sea de bienes materiales, servicios especializados o soluciones integrales. Comprender la oferta es fundamental antes de analizar su dinámica, porque permite identificar qué agentes participan, cuáles son sus capacidades, sus limitaciones y cómo interactúan con la demanda en un sector determinado.

Para complementar este análisis del sector, se debe avanzar en la comprensión de las fuerzas competitivas del mercado y sus causas subyacentes. Según Porter (2008) estas fuerzas revelan los orígenes de la rentabilidad actual de un sector y brinda un marco para anticiparse a la competencia e influir en ella (y en la rentabilidad) en el largo plazo. La estructura saludable de un sector debería ser tan importante para un estratega como la posición de su empresa. Comprender la estructura de un sector también es clave para un posicionamiento estratégico eficaz.

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

La Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente sugiere analizar las variables asociadas al objeto del contrato, de conformidad con el artículo 2.2.1.1.1.6.1. del Decreto 1082 de 2015, *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*.

2.2 CADENA DE PRODUCCIÓN O SUMINISTRO

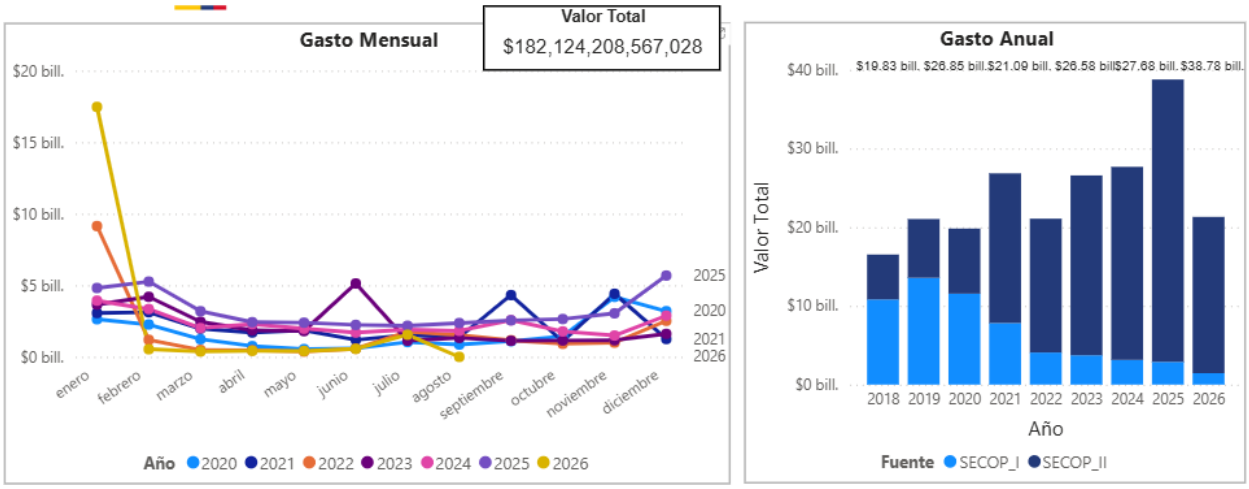
La cadena de valor asociada al objeto contractual comprende, de manera general: Investigación de mercados y diseño estratégico de la campaña de promoción; producción de contenidos (audiovisual, fotográfico, editorial, gráfico); pauta y gestión de medios digitales y tradicionales; ejecución de activaciones BTL, ferias y viajes de familiarización; y medición y seguimiento de resultados. Esta cadena requiere la articulación de proveedores

especializados en comunicación estratégica, agencias de publicidad, productoras audiovisuales, fotógrafos, diseñadores, casas editoriales/imprentas y operadores logísticos de eventos y viajes.

2.3 IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES

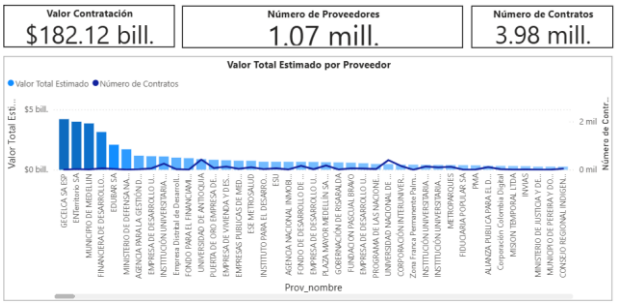
La Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente ha desarrollado la herramienta del Modelo de Abastecimiento Estratégico y Oferta, cuyo propósito es identificar y caracterizar a los proveedores de cada sector. En este sentido, se evidenció que para el periodo comprendido entre las vigencias 2018 al 2026 con un valor aproximado de contratación correspondiente a $ 182 Bill. Esto puede visualizarse a continuación:

Gráfica . Proveedores y contratos



Fuente: Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente (2026)

Gráfica. Valor estimado por Proveedores



Fuente: Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente (2026)

De acuerdo con lo anterior, el mercado de bienes y servicios requeridos para el presente proceso se enmarca dentro de un ámbito amplio que facilita la participación de proveedores especializados en este tipo de servicios capaces de atender la demanda con altos estándares de calidad, tanto en el sector público como en otros sectores que los requieran; adicionalmente, se evidencia la existencia de una oferta significativa de proveedores en el mercado que prestan estos servicios, lo cual fue confirmado a través del análisis de datos abiertos realizado con la Metodología de Abastecimiento Estratégico (MAE).

Adicionalmente, se identifica la presencia de los siguientes proveedores:

Tabla. Proveedores

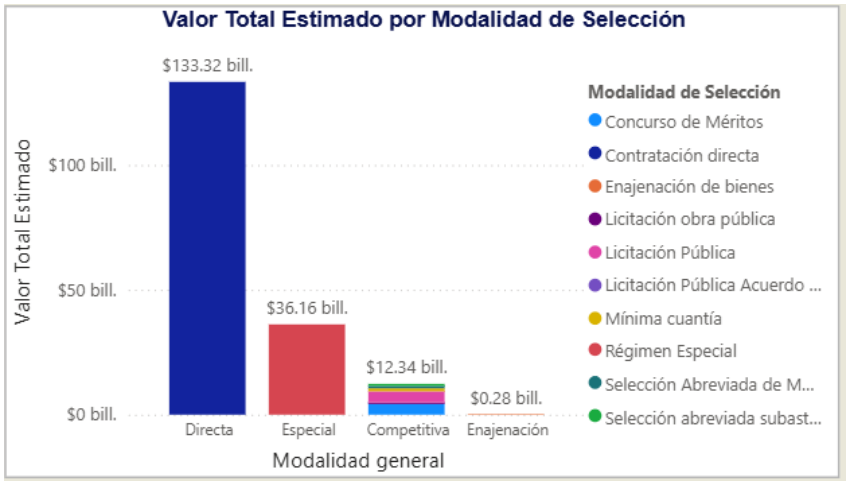
PROVEEDORES OFERTA
FA PRODUCCIONES S.A.S
FOMCULTURA
CANAL TRO LTDA
PROIMAGENES DE COLOMBIA
PUBBLICA S.A.S
IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA
PUBLICIDAD MOVIL COLOMBIA SAS
IU DIGITAL
CORPORACIÓN PARA LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA CULTURA
MOVIE BOX PRODUCCIONES SAS

Fuente: Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente (2026)

2.4 MODALIDAD DE SELECCIÓN

La Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente, a través del Modelo de Abastecimiento Estratégico y Oferta, ofrece información detallada sobre el comportamiento de las entidades estatales en relación con las modalidades de selección empleadas para la adquisición de servicios de publicidad, producción audiovisual y promoción turística.

Gráfica. Modalidad de selección



Fuente: Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente (2026)

De acuerdo con el análisis de procesos contractuales similares adelantados por entidades públicas, se evidencia que gran parte de los contratos relacionados, han sido estructurados bajo diferente modalidad de selección predominando la contratación directa. No obstante, aunque el presente proceso no resulta totalmente coincidente con la tendencia predominante observada en este tipo de contrataciones, la entidad considera procedente adelantarlo mediante la modalidad licitación pública, teniendo en cuenta la cuantía, así como la necesidad de garantizar pluralidad de oferentes, eficiencia en la utilización de los recursos públicos y condiciones objetivas de competencia.

Por lo anterior, si bien el proceso no guarda plena coherencia con la modalidad mayoritariamente utilizada en contratos similares, la elección de la licitación pública se encuentra justificada en criterios de eficiencia, transparencia, economía y selección objetiva, garantizando además el cumplimiento de los requerimientos técnicos y operativos necesarios para la adecuada ejecución contractual.

2.5 COMPORTAMIENTO CÓDIGOS CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS UNSPSC

La Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente, a través del Modelo de Abastecimiento Estratégico y Oferta, permite analizar el comportamiento de los códigos UNSPSC asociados al objeto contractual, particularmente en publicidad, promoción turística. Este comportamiento permite evidenciar la participación, el volumen de contratación y la evolución reciente de estos bienes y servicios dentro del mercado público, conforme a la siguiente gráfica de comportamiento.

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

El análisis del comportamiento de la contratación para la vigencia 2026, conforme a la clasificación UNSPSC presentada en la gráfica, evidencia una importante participación de las categorías relacionadas con publicidad, promoción turística.

Tabla 2. Comportamiento códigos UNSPSC

Año	2024		2025			2026			Total	
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia		Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor
4323 - Software	60,716	0.01%	153	$117,237,622,817	0.06%	58	$27,596,794,804	0.02%	1145	$299,966,2
8010 - Servicios de asesoría de gestión	03,863	4.43%	14598	$13,777,739,654,195	7.57%	6168	$4,009,385,602,762	2.20%	99073	$54,040,351,5
8011 - Servicios de recursos humanos	69,706	8.21%	620230	$18,838,793,497,176	10.34%	409156	$14,462,761,068,468	7.94%	3493136	$91,991,376,8
8014 - Comercialización y distribución	03,482	0.47%	3361	$1,314,456,833,750	0.72%	1602	$386,677,317,077	0.21%	19508	$5,064,523,8
8016 - Servicios de administración de empresas	07,326	0.91%	29402	$1,723,931,047,168	0.95%	19084	$1,069,633,251,480	0.59%	247083	$18,036,008,7
8210 - Publicidad	58,618	0.07%	882	$153,744,945,440	0.08%	348	$30,658,713,274	0.02%	6179	$666,413,5
8211 - Escritura y traducciones	33,248	0.00%	118	$7,442,773,966	0.00%	68	$6,923,740,235	0.00%	1384	$53,787,8
8213 - Servicios fotográficos	89,659	0.01%	366	$43,414,413,068	0.02%	191	$17,776,487,946	0.01%	2544	$151,091,3
8214 - Diseño gráfico	89,902	0.02%	662	$37,427,553,946	0.02%	364	$16,004,652,105	0.01%	5584	$211,611,8
8610 - Formación profesional	78,586	0.35%	9046	$1,014,691,316,944	0.56%	6779	$586,240,204,451	0.32%	61214	$4,702,414,2
9314 - Servicios comunitarios y sociales	43,614	0.72%	7487	$1,747,893,579,778	0.96%	3595	$704,604,828,095	0.39%	47526	$6,906,662,3
Total	**98,720**	**15.20%**	**686305**	**$38,776,773,238,248**	**21.29%**	**447413**	**$21,318,262,660,697**	**11.71%**	**3984376**	**$182,124,208,5**

Fuente: Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente (2026)

Para la vigencia 2026, los procesos contractuales asociados a los códigos UNSPSC analizados registran un total de 447.413 contratos, con una cuantía acumulada de $21.318.262.660.697

La mayor participación corresponde a la familia 4223 (software), específicamente al código 432321 (software de edición creación), representando el 0,02 % de la contratación observada para este período.

3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

La demanda muestra la necesidad real del mercado y la disposición de los usuarios a consumir servicios o productos. Comprenderla es fundamental antes de analizar un sector, ya que permite identificar quiénes son los consumidores, qué esperan, cuáles son sus limitaciones y cómo varía su comportamiento frente a cambios en precio o disponibilidad.

Dentro de este proceso, para efectos de análisis de la demanda y conocer algunos determinantes en las modalidades y condiciones de adquisición, tipo de proceso, valor adjudicado, fecha de adjudicación, forma de pago, plazo de ejecución y experiencia habilitante a exigir de acuerdo al tercer nivel de la codificación - UNSPSC - (The United Nations Standard Products and Services Code) – (Codificación Estándar de Productos y Servicios de Naciones Unidas) y riesgos derivados de los procesos de selección se analizarán procesos del municipio de Mistrató y de otras entidades, consumidores del bien o servicio, en diferentes modalidades que guarden similitud con el objeto a contratar.

3.2.1 COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO

En este numeral se analizan los procesos adelantados por el Municipio de Mistrató – Risaralda y por otras entidades con objetos similares al del presente estudio, con el fin de identificar las modalidades de selección comúnmente utilizadas, las principales variables de los contratos, los precios contratados y los oferentes adjudicatarios. Lo anterior con el fin de obtener información relevante para el proceso de contratación. Para lo cual se usa la información reportada en el Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP). De igual forma, se realizaron consultas en del Modelo de Abastecimiento Estratégico de CCE (MAE), SECOP, y en el portal Datos Abiertos Colombia, identificando contrataciones similares adelantadas por otras entidades. Los resultados del análisis se presentan a continuación.

3.2.2 HISTÓRICO DE CONTRATACIÓN

Se identificó que el Municipio de Mistrató – Risaralda, a la fecha, no ha adelantado procesos contractuales cuyo objeto sea ***"PRESTAR LOS SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE MISTRATÓ, RISARALDA, MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN, POSICIONAMIENTO Y PROMOCIÓN DEL DESTINO, CON EL FIN DE INCREMENTAR SU VISIBILIDAD Y ATRACTIVO TURÍSTICO A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL.***" o similares bajo la modalidad de licitación pública u otras modalidades de contratación. En consecuencia, no se cuenta con antecedentes contractuales propios que permitan establecer parámetros de referencia en cuanto a condiciones técnicas, económicas o de participación empresarial para este tipo de contratación. Es la primera vez que el Municipio contrata este tipo de servicio.

En razón a lo anterior, y con el propósito de fortalecer el presente estudio, se procedió a realizar la revisión de procesos contractuales adelantados por otras entidades públicas, cuyo objeto sea similar o comparable al requerido, con el fin de identificar buenas prácticas y criterios aplicables al presente proceso. Esta revisión permitió analizar los criterios diferenciales orientados a la promoción de la participación de MiPymes, emprendimientos y empresas lideradas por mujeres, conforme a la normativa vigente en materia de contratación pública y fomento empresarial.

El análisis de dichos procesos externos permitió identificar condiciones habilitantes, requisitos de experiencia, factores de evaluación y mecanismos de participación que pueden ser adoptados o ajustados en el presente proceso, garantizando la pluralidad de oferentes, la selección objetiva y el cumplimiento de los principios de economía, eficiencia y transparencia, así como el fortalecimiento del tejido empresarial y la inclusión de actores económicos priorizados**.**

3.2.3 HISTÓRICO DE CONTRATACIÓN, OTRAS ENTIDADES

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

Respecto a los contratos ejecutados por otras entidades se encuentra:

ENTIDAD	**GOBERNACIÓN DE RISARALDA**
REFERENCIA DEL PROCESO	SI-SDEC-CDCA-010-2026
OBJETO	AUNAR ESFUERZOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS EMPRENDEDORES Y EMPRESARIOS DE LOS MUNICIPIOS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO, MEDIANTE LAS FERIAS RISARALDA ES COMERCIO Y LAS CARAVANAS TURÍSTICAS RUTA DEL CAFÉ 2026.
PLAZO ESTIMADO DE EJECUCIÓN	135 (Días)
MODALIDAD DE SELECCIÓN	CONVENIO DE ASOCIACIÓN
PRESUPUESTO	$ 410.000.000
ENLACE DEL SECOP	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.10651629

ENTIDAD	**FONTUR**
REFERENCIA DEL PROCESO	OSCL-339-2026
OBJETO	PRESTAR LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS DE ALQUILER, MONTAJE, DESMONTAJE CON PRODUCCIÓN TÉCNICA Y LOGÍSTICA PARA REALIZAR LAS ACTIVACIONES BTL ORIENTADAS A LA PROMOCIÓN TURÍSTICA, GASTRONÓMICA, ARTESANAL Y CULTURAL DEL MUNICIPIO DE MARQUETALIA, CALDAS, EN EL MARCO DEL PROYECTO FNTP-2025- 223
PLAZO ESTIMADO DE EJECUCIÓN	45 (Días)
MODALIDAD DE SELECCIÓN	Régimen especial
PRESUPUESTO	$ 80.300.000
ENLACE DEL SECOP	https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fw

	ww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.10593652

Fuente: Elaboración Propia

3.3 COMPORTAMIENTO DE CONTRATACIÓN BIENES Y SERVICIOS UNSPSC

La Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente, a través del Modelo de Abastecimiento Estratégico y Oferta, permite analizar el comportamiento de los códigos UNSPSC asociados al objeto contractual, particularmente en actividades relacionadas los servicios de promoción y posicionamiento turístico. Este comportamiento permite evidenciar la participación, el volumen de contratación y la evolución reciente de estos bienes y servicios dentro del mercado público, conforme a la siguiente gráfica de comportamiento.

De acuerdo con la información reportada para la vigencia 2026, los códigos UNSPSC asociados a los bienes y servicios analizados registraron un total de 38.296 contratos por un valor acumulado de $6.854.352.481.302, equivalente al 6,37 % del valor total contratado en la muestra analizada. Aunque la participación porcentual es relativamente baja frente al universo total de contratación.

Tabla. Comportamiento contratación por bienes y servicios UNSPSC

Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2025			2026			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8010 - Servicios de asesoría de gestión	14598	$13,777,739,654,195	12.81%	6168	$4,009,385,802,762	3.73%	142714	$61,025,959,701,261	56.73%
8016 - Servicios de administración de empresas	29402	$1,723,931,047,168	1.60%	19084	$1,089,633,251,480	0.99%	351193	$22,483,661,470,980	20.90%
8014 - Comercialización y distribución	3527	$1,348,400,729,456	1.25%	1699	$413,125,000,954	0.38%	28024	$8,402,279,923,905	7.81%
9314 - Servicios comunitarios y sociales	7487	$1,747,893,579,778	1.62%	3595	$704,604,828,095	0.66%	63864	$8,055,339,548,435	7.49%
8610 - Formación profesional	9046	$1,014,691,316,944	0.94%	6779	$586,240,204,451	0.54%	83668	$6,259,788,285,995	5.82%
8210 - Publicidad	882	$153,744,945,440	0.14%	348	$30,658,713,274	0.03%	8239	$826,349,043,508	0.77%
8214 - Diseño gráfico	662	$37,427,553,946	0.03%	364	$16,004,652,105	0.01%	7713	$267,865,575,322	0.25%
8213 - Servicios fotográficos	366	$43,414,413,068	0.04%	191	$17,776,487,946	0.02%	3491	$171,820,913,825	0.16%
8211 - Escritura y traducciones	118	$7,442,773,966	0.01%	68	$6,923,740,235	0.01%	2092	$77,883,955,995	0.07%
Total	66088	$19,854,686,013,961	18.46%	38296	$6,854,352,481,302	6.37%	690998	$107,570,948,419,226	100.00%

Fuente: Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente (2026)

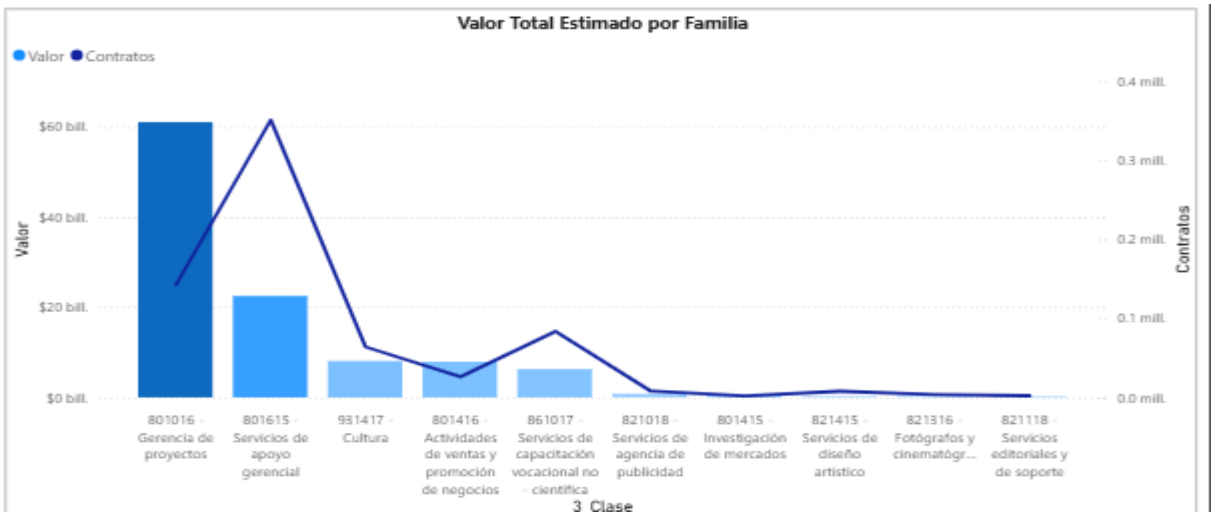
Para la vigencia 2026, los procesos contractuales asociados a los códigos UNSPSC analizados registran un total de 9 contratos, con una cuantía acumulada de $12.302.629.831.989

La mayor participación corresponde a la familia 8010 (Servicio de asesoría de gestión), específicamente al código 801016 (Gerencia de Proyecto), representando el 3,76 % de la contratación observada para este período.

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

Por su parte, la familia 8016 (Servicio de administración de empresa), representada por el código 801615 (Servicio de apoyo gerencial), también presenta 54567 contratos, equivalente al 6,36 % de participación.

Gráfica. Valor total estimado por familia



Fuente: Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente (2026)

La gráfica evidencia una marcada concentración de recursos en la familia 801016 (Gerencia de proyecto), la cual registra un valor acumulado cercano a los $60 bill y aproximadamente 17.053 contratos, consolidándose como la categoría de mayor participación dentro del análisis realizado. Este comportamiento demuestra una demanda constante por bienes y servicios asociados a la gerencia de proyectos, aspectos que históricamente han requerido una importante destinación de recursos por parte de las entidades estatales.

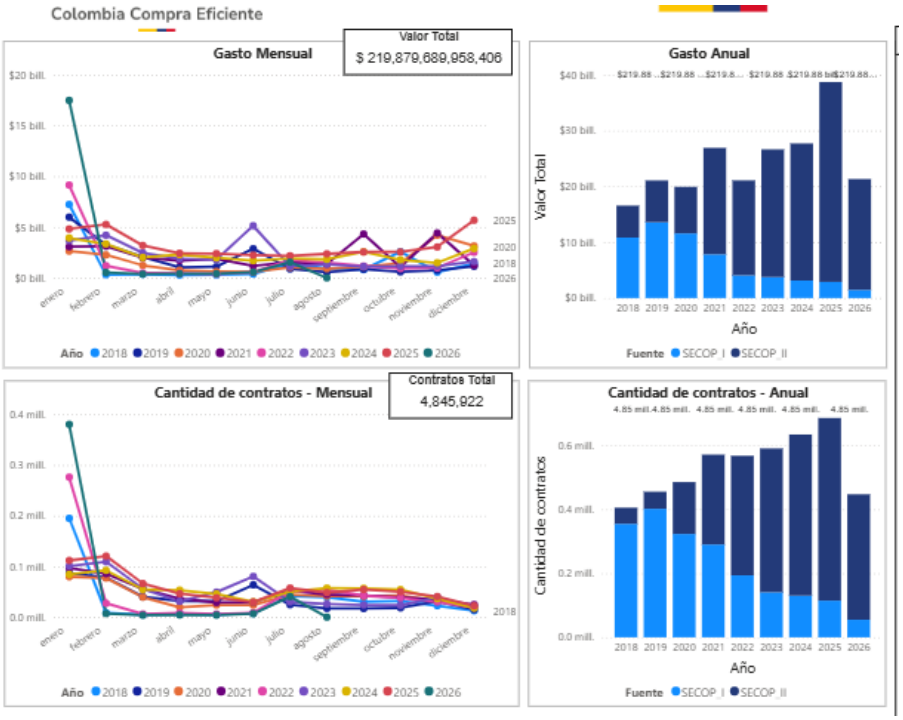
3.4 GASTO EN EL SECTOR

El análisis de la demanda, elaborado a partir de la información reportada en la plataforma MAE de la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente, permite identificar las tendencias relacionadas promoción turístico durante el periodo comprendido entre 2020 y 2026. Este comportamiento refleja la evolución del gasto y la cantidad de contratos suscritos por las entidades públicas, evidenciando un incremento progresivo en la promoción turística. La gráfica presenta el comportamiento del gasto anual entre **2018 y 2026**, evidenciando variaciones importantes en los recursos contratados durante el periodo analizado.

Se observa una disminución entre **2018 y 2021**, pasando de niveles cercanos a los **$ 5 billones** en 2018 disminuyendo cerca a los **$4 billones** en 2021. Este comportamiento refleja una disminución en la contratación pública asociada a los bienes y servicios analizados.

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

Gráfica. Gasto del sector



Fuente: Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente (2026)

Posteriormente, entre 2022 y 2026, se evidencia una reducción progresiva del gasto.

Para 2026, la información disponible registra un valor considerablemente inferior respecto de las vigencias anteriores. Sin embargo, este comportamiento puede estar asociado a que la vigencia se encuentra en desarrollo y aún no se ha consolidado la totalidad de los procesos contractuales previstos para el año.

En términos generales, el mercado presenta un comportamiento dinámico, con una disminución y una posterior fase de ajuste en los niveles de contratación. No obstante, la existencia de contratación recurrente durante todas las vigencias analizadas evidencia una demanda permanente de estos bienes y servicios por parte de las entidades públicas. Lo anterior constituye un indicador favorable para futuros procesos contractuales, al demostrar que existe un mercado activo, con experiencia y participación constante de proveedores especializados.

3.5 PROVEEDORES

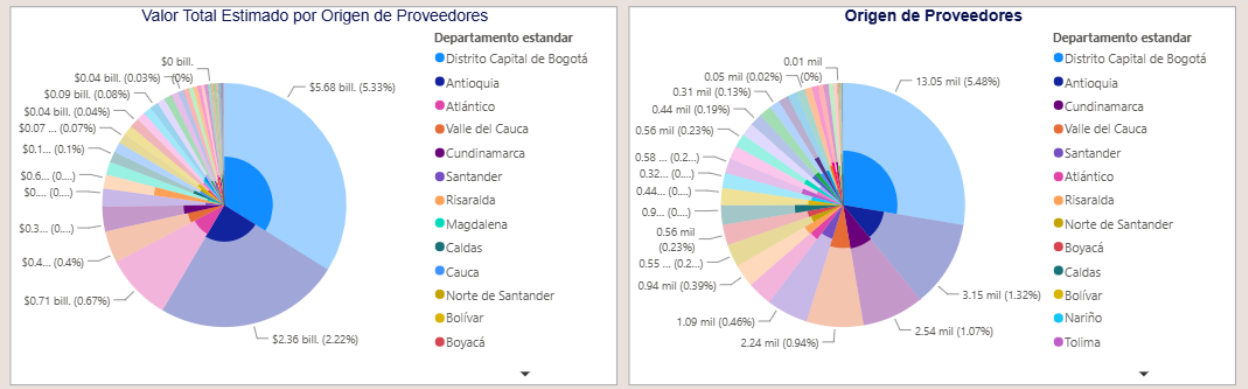
CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

El análisis del valor y origen de proveedores por departamento permite una comprensión integral del mercado, al evidenciar tanto la distribución del valor total contratado como la cantidad de proveedores según su ubicación geográfica, lo que facilita identificar niveles de concentración económica y la estructura competitiva del sector.

Las gráficas muestran la distribución del valor total estimado y del número de proveedores por departamento, permitiendo identificar la concentración geográfica del mercado asociado a los bienes y servicios analizados.

En cuanto al valor total estimado, se evidencia una alta concentración en el Distrito Capital de Bogotá, que reúne aproximadamente $5,68 Bill, equivalentes al 5,33 % del valor total contratado. Esta participación predominante refleja que la mayor capacidad operativa, financiera y comercial del sector se encuentra centralizada en Bogotá, donde se concentra un importante número de empresas con experiencia en contratación pública.

Gráfica . Proveedores



Fuente: Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente (2026)

En segundo lugar, se ubica Antioquia, con cerca de $2,36 Bill (2,22%), seguida por Atlántico con aproximadamente $0,71 Bill (0,67 %). Los demás departamentos presentan participaciones individuales inferiores al 2 %, evidenciando una distribución más atomizada del mercado.

Estos resultados muestran que, aunque la mayor parte de los recursos contratados se concentra en Bogotá, existe una participación significativa de proveedores provenientes de diferentes regiones del país, lo que evidencia condiciones de competencia y diversidad en la oferta disponible.

El análisis permite concluir que el mercado presenta una fuerte concentración económica en el Distrito Capital de Bogotá, tanto en términos de valor contratado como de número de proveedores. No obstante, la presencia de empresas provenientes de múltiples departamentos demuestra la existencia de una oferta amplia y diversa a nivel nacional. Esta situación resulta

favorable para futuros procesos contractuales relacionados con la contratación de servicios de publicidad, comunicación estratégica y promoción de destinos turísticos, ya que evidencia la existencia de pluralidad de oferentes, capacidad técnica instalada y condiciones que favorecen la competencia dentro del mercado público.

3.6 FORMA DE PAGO

El Municipio de Mistrató pagará el valor del contrato mediante pagos parciales, de conformidad con el cronograma de ejecución y con las actividades, subactividades, productos, cantidades, días y valores unitarios establecidos en el presupuesto oficial y en la propuesta económica del contratista.

Cada pago corresponderá exclusivamente a los bienes y servicios efectivamente ejecutados, entregados y recibidos a satisfacción por el Municipio, con concepto favorable de la interventoría, previa verificación del cumplimiento de las especificaciones establecidas en el proyecto de inversión, el anexo técnico, el presupuesto oficial y los demás documentos que integran el contrato.

Para el pago, la cuenta deberá estar acompañada de la certificación del pago de obligaciones asumidas por parte del CONTRATISTA por concepto de salud, pensiones, riesgos profesionales, aportes a Cajas de Compensación Familiar, ICBF, SENA. El pago se realizará dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a la fecha de radicación correcta de los documentos antes mencionados junto con la factura respectiva.

El Contratista para cada pago debe presentar un informe donde debe suministrar el registro fotográfico correspondiente a las actividades realizadas.

En todo caso, cada pago estará sujeto a la aprobación del PAC (Programación Anual Mensualizada de Caja).

4 INDICADORES DE CAPACIDAD FINANCIERA Y CAPACIDAD ORGANIZACIONAL

El estudio financiero se realiza con el propósito de determinar la solidez financiera del interesado que se presenta a un proceso de contratación pública y de igual forma, permite concluir si la propuesta CUMPLE o NO CUMPLE con los requisitos establecidos. Ahora bien, con el fin de exponer la metodología utilizada para verificar la capacidad financiera y organizacional, se realizará para la verificación de los requisitos habilitantes financieros y organizacionales sobre lo que se encuentre en firme en el registro único de proponentes (RUP) de los oferentes que decidan concurrir al proceso de selección.
La Entidad evaluará los indicadores Financieros y Organizacionales de acuerdo con la vigencia fiscal del año inmediatamente anterior, es decir a corte 31 de diciembre de 2025

descritos en el RUP vigente y en firme. En el marco del decreto 1082 de 2015 Artículo 2.2.1.1.1.5.1. Inscripción, renovación, actualización y cancelación del RUP.

Si el proponente es un consorcio, unión temporal o cualquier otra modalidad de asociación, cada uno de sus integrantes deberá allegar el correspondiente Certificado de Registro Único de Proponentes con la información financiera al 31 de diciembre de 2025.

Por otra parte, el objetivo general de todo tratamiento de datos (y, por tanto, de todo muestreo) es llegar a conocer determinadas características de una población o de mercado, a partir de una selección de unidades de este, con el menor coste posible. Mediante las técnicas estadísticas, las leyes probabilísticas y los diseños muestrales basados en varios métodos de muestreo, es posible aproximarse al conocimiento de estas características sin necesidad de tener que obtener la información exhaustiva de toda la población garantizando la representatividad por el hecho de tener una parte del todo.

4.1. CAPACIDAD FINANCIERA Y CAPACIDAD ORGANIZACIONAL[10]

Los indicadores de capacidad financiera buscan establecer unas condiciones mínimas que reflejan la salud financiera de los proponentes a través de su liquidez, endeudamiento y su razón de cobertura de intereses. Estas condiciones muestran la aptitud del proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato. Es así que, se realizó el correspondiente tratamiento de datos para la identificación de valores atípicos que puedan causar problemas en la interpretación e independencia de los datos.

“Un valor atípico es una observación que numéricamente es muy distinta al resto de elementos de una muestra. Estos datos nos pueden causar problemas en la interpretación de lo que ocurre en un proceso o en una población. Ahora bien, es importante recalcar que esta particularidad debe ser analizada con rigor toda vez que estos datos pueden ser obtenidos por una acumulación de errores en las fórmulas utilizadas para su obtención, por lo cual, no deben ser incluidos en los estudios respectivos; sin embargo, en otras ocasiones, estos datos atípicos pueden otorgar información relevante para el tema objeto de estudio, es así que, la utilización o no de estos dependerá de la funcionalidad de la misma.

Por otra parte, Colombia Compra Eficiente en su Manual para Determinar y Verificar los Requisitos Habilitantes en los Procesos de Contratación ha determinado el proceso para lograr fijar los indicadores de capacidad financiera y organizacional refiriendo que es importante contar con una amplia calidad en el análisis de la información utilizada para determinar estas variables, esto debido a que se pueden presentar en muestras con datos atípicos que afectarían directamente el estudio de la misma.

Sobre este particular se menciona que, la distorsión generada por los datos extremos puede llegar a afectar el análisis (…). Para corregir lo anterior es conveniente el uso de [herramientas estadísticas] para suavizar el impacto de los datos atípicos. Esto permite observar que, para establecer el índice de liquidez, el índice de endeudamiento, la razón de cobertura de intereses, la rentabilidad sobre el patrimonio y la rentabilidad sobre el activo es fundamental hacer uso de muestras sin datos atípicos toda vez que esto puede generar una distorsión en el análisis que se está desarrollando.

Es de mencionar que los códigos CIIU utilizados para el cálculo de los indicadores son los siguientes:

C7310 - Publicidad
J5911 - Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
M7410 - Actividades especializadas de diseño

A continuación, La Entidad desagrega y da la explicación de cada indicador de capacidad financiera y organizacional:

NIT	Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RCI	RP	RA
800240190	WUNDERMAN THOMPSON COLOMBIA S.A.S.	1,79	0,63	1,30	0,26	0,10
811043389	IMAGEN Y RELACIONES PUBLICAS S.A.S.	0,91	1,07	5,54	-1,11	0,08
830035904	HAVAS MEDIA COLOMBIA SAS	1,32	0,70	-0,70	-0,06	-0,02
830045427	ESSENCEMEDIACOM COLOMBIA S.A.S	1,68	0,59	7,13	0,37	0,15
830058081	WPP MEDIA MANAGEMENT COLOMBIA SAS	1,75	0,54	2,61	0,12	0,06
830060529	WAVEMAKER COLOMBIA SAS	2,26	0,43	12,01	0,21	0,12
830075502	J&M COMUNICACIONES SAS	1,14	0,77	5,66	0,72	0,16
830077417	MERCADEO RELACIONAL S.A.S	1,18	0,83	---	0,48	0,08
830104453	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES SAS	1,35	0,52	4,12	0,23	0,11
830136865	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA SAS	2,35	0,41	1,33	0,03	0,02
830140775	TFCF CHANNELS COLOMBIA LTDA	641,38	0,00	---	-0,01	-0,01

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

830141093	PROXIMITY COLOMBIA SAS	2,41	0,40	6,09	0,46	0,28
860006628	McCann-Erickson Corporation S.A.	1,69	0,60	---	0,03	0,01
860015547	MMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	1,48	0,68	0,44	0,47	0,15
860077126	TELEVIDEO SAS	1,14	0,91	1,45	0,60	0,05
890101778	SONOVISTA PUBLICIDAD S.A.	1,96	0,41	---	0,40	0,24
890306162	OGILVY & MATHER COLOMBIA S.A.S	1,64	0,64	---	0,55	0,20
890801783	SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	1,82	0,54	4,29	0,39	0,18
900057522	MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	1,11	0,80	2,32	1,13	0,23
900129597	INVERSIONES CMR S.A.S	40,21	0,35	-10,21	-0,39	-0,25
900171676	MULTISPONSOR SAS	1,30	0,76	6,37	0,97	0,24
900206027	UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA	1,38	0,72	6,28	0,27	0,08
900284732	PHD COLOMBIA SAS	1,12	0,85	0,90	0,37	0,06
900298176	BULL MARKETING SAS	1,34	0,78	2,30	0,57	0,12
900426105	GROUPM TRADING COLOMBIA S.A.S.	2,89	0,35	4,36	0,31	0,20
900438134	PUBLIMETRO COLOMBIA SAS	0,70	0,98	---	-8,97	-0,20
900491296	SALESLAND COLOMBIA SAS	1,49	0,94	0,97	2,04	0,12
900518245	CARAT COLOMBIA SAS	1,18	0,84	1,43	0,35	0,05
900710525	FACEBOOK COLOMBIA SAS	1,69	0,43	---	0,00	0,00
900720758	CHEIL COLOMBIA CHEIL COLOMBIA	2,53	0,38	54,06	0,30	0,19
900776765	ORION CAPITAL SAS	1,44	0,70	1,78	0,16	0,05
900797542	HAVAS + SAS	0,95	1,00	2,24	33,02	0,10
901017183	EDITORIAL LA REPUBLICA SAS	1,81	0,34	1,05	0,02	0,01
901106368	APEX TRADING S.A.S.	2,26	0,44	38,14	0,35	0,20
800196312	VLMY&R COLOMBIA SAS	2,63	0,40	---	0,06	0,04

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

805018583	EQUIPAMIENTOS URBANOS NACIONALES DE COLOMBIA S.A.S.	1,12	0,55	3,67	0,23	0,10
830000324	TELESET S.A.S	5,01	0,51	---	0,02	0,01
830000640	DDB WORLDWIDE COLOMBIA S.A.S	1,27	0,56	7,61	0,31	0,13
830006505	BRANDCONNECTION SAS	1,01	0,29	145,18	0,35	0,25
830041784	INTERPUBLIC COLOMBIA S.A.S	0,99	0,61	10,97	0,36	0,14
830058056	OMD COLOMBIA SAS	1,18	0,68	2,53	0,34	0,11
830101217	GEOMETRY GLOBAL COLOMBIA SAS	2,10	0,51	4,83	0,40	0,20
860001022	CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A.	0,89	0,52	-1,86	-0,10	-0,05
860001317	PUBLICAR PUBLICIDAD MULTIEMDIA SAS	0,11	2,15	-1,42	0,26	-0,29
860007590	COMUNICAN S.A.	0,61	1,22	-17,02	4,64	-1,03
860008355	GREY COLOMBIA S.A.S.	3,22	0,16	6,79	0,05	0,04
860063869	TIS PRODUCTIONS COLOMBIA SAS	1,17	0,47	8,45	0,32	0,17
860504772	EFECTIMEDIOS SAS	1,33	0,45	---	0,23	0,13
860524513	MULLEN LOWE SSP3 SAS	0,87	0,85	1,05	0,54	0,08
900999179	Kinesso Colombia SAS	1,19	0,54	48,46	0,51	0,24
901034906	BBDO COLOMBIA SAS	1,19	0,05	-7,14	-0,01	-0,01
830030801	VISTA PRODUCTIONS INC SAS	1,58	0,63	---	0,50	0,19
830030801	VISTA PRODUCTIONS INC SAS	1,39	0,71	---	0,10	0,03
830030801	VISTA PRODUCTIONS INC SAS	1,50	0,66	---	0,00	0,00
830047108	GRUPO ZEA SAS	1,16	0,81	---	-0,91	-0,17
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS	2,14	0,45	18,29	0,53	0,29
800012049	AMARAL DISEÑO SAS	15,50	0,06	32,93	0,07	0,06
800033055	MF PUBLICIDAD MERCADEO LIMITADA	2,86	0,11	---	0,12	0,11

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

800045878	SERVIMEDIOS SAS	1,88	0,43	---	0,42	0,24
800086186	LOGROS PUBLICITARIOS SAS	0,96	0,89	0,99	0,57	0,06
800090028	GRUPO VIDEOBASESAS	1,52	0,51	1,68	0,17	0,08
800095018	CERON RESTREPO CIA SAS	13,40	0,14	---	0,01	0,01
800099468	TEXPOIDEAS LTDA	3,27	0,27	14,71	0,38	0,28
800144934	VISION Y MARKETING SAS	1,16	0,81	1,30	0,72	0,13
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS	7,94	0,56	3,18	0,06	0,03
800167898	JH HOYOS & ASOCIADOS SAS	1,65	0,55	---	0,07	0,03
800193477	IMAGEN VIRTUAL SAS	0,15	3,04	-6,57	0,23	-0,47
800249777	METRO STUDIO S A	0,97	0,91	-0,12	-0,17	-0,02
802013501	INMOV S.A.S	1,64	0,53	3,36	0,26	0,12
802014640	DAVILA P&M SAS	2,86	0,43	---	0,57	0,32
802021183	SIGNO 21 SAS	2,85	0,36	5,10	0,38	0,24
805000085	METROVIA SAS EN REORGANIZACION	1,25	0,64	---	0,27	0,10
805023055	SOCIEDAD INNOVACIONS GRAFICAS SAS	1,88	0,54	2,16	0,30	0,14
805030145	STP NETWORKS SAS	1,41	0,76	2,30	0,72	0,17
811025635	FEELING COMPANY SAS	2,53	0,43	---	0,16	0,09
811036316	EL CIELO S A S	1,45	0,48	5,38	0,71	0,37
811045004	MORALESCOM SAS EN PROCESO DE NEGOZIACION DE EMERGENCIA	3,28	0,91	0,81	0,61	0,06
830004707	MBA S A S	2,42	0,39	0,87	0,08	0,05
830005640	KOALA ANDINA LTDA	1,67	0,54	2,98	0,10	0,04
830013805	SILVA PUBLICIDAD SAS	0,85	0,81	---	0,05	0,01
830026954	STRAZA SAS	2,17	0,58	1,39	0,40	0,17
830028713	PEOPLE MARKETING SAS	1,87	0,85	1,12	0,55	0,08

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

830030801	VISTA PRODUCTIONS INC SAS	2,75	0,36	---	-0,34	-0,22
830036509	RTI ESTUDIOS SAS	3,52	0,22	---	-0,02	-0,02
830037581	RENDER MEDIOS AUDIOVISUALES LTDA	8,45	0,11	---	0,61	0,54
830039532	CENTRAL REGIONAL DE MEDIOS SAS	0,31	2,56	---	2,60	-4,05
830047108	GRUPO ZEA SAS	1,14	0,86	---	0,32	0,04
830054555	EDITORIAL GLOBAL DE PUBLICACIONES S A S - GLOBSA	7,11	9,35	-65,59	0,59	-4,94
830054838	ESPACIO Y MERCADEO S A S	1,44	0,68	2,07	0,70	0,22
830057131	EDICIONES MEDICAS LATINOAMERICANAS SAS	3,38	0,29	3,19	0,20	0,14
830059566	OPTIMA TM SAS	2,73	0,47	---	0,05	0,03
830062113	|INNERCIA SAS|	1,76	0,39	5,49	0,44	0,27
830067529	DISEÑO MDC SAS	1,96	0,45	2,91	0,13	0,07
830071459	BERNAL ARQUTECTO SAS	1,82	0,30	-6,55	-0,04	-0,03
830075011	CENTURY MEDIA SAS	2,12	0,59	---	0,07	0,03
830076788	E MARKETTOOLS SAS - EN REORGANIZACION	2,50	0,85	57,39	2,36	0,35
830081460	FWNIX MEDIA GROUP SAS	2,47	0,54	0,21	0,01	0,00
830093596	INTERA MARKETING LTDA.	1,35	0,43	2,47	0,24	0,13
830096789	IMAGINARIA FILMS S.A.S.	15,28	0,07	---	-0,03	-0,03
830098360	DAGO GARCIA PRODUCCIONES SAS	3,16	0,25	---	0,22	0,16
830098598	CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS SAS	1,25	0,82	---	0,42	0,07
830104690	INTEGRA DISEÑO SAS	1,95	0,44	1,22	0,14	0,08
830108799	CONSTRUCTORA DE MARCAS SAS	2,09	0,50	---	0,87	0,44
830109396	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA S.A.S.	4,35	0,23	0,32	0,05	0,04
830114289	AD ORANGE SAS	0,60	0,88	---	0,67	0,08
830114417	BEE GROUP SAS	1,99	1,26	1,82	-0,30	0,08

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

830118816	SM DIGITAL	1,90	0,51	---	0,35	0,17
830122431	MARKETING SERVICES DE COLOMBIA SAS	3,06	0,28	4,86	0,24	0,17
830125837	MASS DIGITAL S.A.S.	1,95	0,49	2609,82	0,43	0,22
830127077	IDEANDINA SAS	7,18	0,24	2,57	0,10	0,07
830134474	VOLUTION PLASTIC SAS	1,87	0,53	2,15	0,39	0,18
830135377	MERCADEO EFECTIVO	1,99	0,57	2,02	0,88	0,38
830137308	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TELEVISION SA	1,55	0,43	-131,73	-0,04	-0,02
830138621	CENTRAL FILMS SAS	3,91	0,20	---	0,08	0,06
830140331	PRODUCCIONES 5Y6 SAS	2,84	0,10	0,33	0,07	0,06
830503745	ON BRAND EXPERIENCE SAS	3,97	0,96	-33,49	-3,16	-0,14
830511773	BRM SA	2,17	0,49	7,71	0,07	0,04
860003489	INVERSIONES W.E. LTDA	7,43	0,01	---	0,00	0,00
860004201	RADIO TELEVISION INTERAMERICANA SA RTI SA	12,06	0,04	---	-0,01	-0,01
860033744	LOPEZ PUBLICIDAD EXTERIOR SAS	1,84	0,28	1,21	0,07	0,05
860034318	COLOMBIANA DE TELEVISION S.A.	21,21	0,03	24,08	0,02	0,02
860039334	SOCIEDAD DIGUELI LTDA	0,53	0,30	0,92	0,01	0,01
860048346	RONDA SAS	4,97	0,83	1,33	0,44	0,07
860052606	MEDIOS PUBLICITARIOS PUBLIMEDIOS LTDA	19,46	0,72	1,25	0,11	0,03
860076863	IDEAMOS PUBLICIDAD LTDA	3,10	0,34	8,48	0,18	0,12
860505945	RODRIGO SAMPER Y CIA SAS	3,05	0,57	3,88	0,24	0,10
890937367	QUANTA TELECOMUNICACIONES SAS	0,64	0,60	-150,91	-1,86	-0,75
891902435	PUBLIK TECNOLOGIAS INFORMACION COMUNICACIONES Y MEDIO AMBIENTE SAS EN REORGANIZACION	3,92	0,77	---	-0,28	-0,07

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

900007881	MARKETING TOOLS AGENCY S.A.S	1,65	0,55	---	0,20	0,09
900010096	MARKETING VALLAS SAS	3,48	0,11	---	0,13	0,11
900011228	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS	1,95	0,46	---	0,17	0,09
900047559	LAMUVI FILMS SAS	1,50	0,51	---	0,10	0,05
900052405	OPEN MIND LTDA	2,66	0,37	6,60	0,48	0,30
900066487	ELEMENT DESING LTDA	3,31	0,30	---	0,32	0,22
900080081	MARCAS VITALES BMV SAS	1,84	0,54	2,12	0,28	0,13
900084944	VC MEDIOS COLOMBIA SA	0,74	0,79	1,88	0,93	0,19
900092620	AUREA DISEÑO ARQUITECTURA SAS	4,30	0,21	7,42	0,37	0,29
900110842	SQADRA TEAM SAS	1,59	0,55	---	0,09	0,04
900111204	BOMBAI SAS	2,25	0,30	---	0,56	0,39
900122694	AYZ PUBLICIDAD SAS	2,61	0,24	22,37	0,35	0,27
900135415	CREAR PUBLICIDAD EXTERIOR SAS EN REORGANIZACION	2,47	0,60	12,39	0,33	0,14
900147111	GRUPO NACIONAL DE MEDIOS S.A.	1,15	0,85	-13,91	-0,75	-0,11
900147578	ESPACIOS ALTERNOS SAS	2,12	0,35	---	0,14	0,09
900153203	PLANES Y MANEJOS AMIENTALES EN REORGANIZACION	0,92	2,71	---	-0,10	0,17
900157376	BRAND HAUS SAS BIC	2,83	0,25	---	-0,15	-0,11
900162979	PCN PUBLICIDAD LTDA	3,45	0,24	2,31	0,08	0,06
900179449	DYNAMO CAPITAL S A	3,47	0,84	1,25	0,15	0,02
900197160	CMO INTERNACIONAL S.A.S	1,22	0,99	-8,41	-22,83	-0,30
900202565	MARCA REGISTRADA MR SAS	3,78	0,24	---	0,24	0,18
900204473	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONIES S.A.S	2,34	0,51	4,72	0,27	0,14
900209047	BRANDEX GLOBAL SAS BIC	2,14	0,47	2,65	0,43	0,22

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

900212132	BrainHub SAS	1,17	0,83	2,73	1,73	0,29
900214217	GOOGLE COLOMBIA LIMITADA	2,38	0,32	---	-0,05	-0,03
900218414	XP COLOMBIA SAS EN REORGANIZACIÓN	2,29	0,81	-0,72	-0,04	-0,01
900224569	BIOMARIN COLOMBIA LTDA	2,66	0,48	1,44	0,71	0,37
900247331	WHISKEY FILM SAS	1,31	0,76	---	0,19	0,05
900253395	EDELMAN COLOMBIA S.A.S.	2,19	0,44	---	0,63	0,35
900260136	ANTHROPOLOGIC S.A.S	8,74	0,11	---	0,15	0,13
900264662	TALK WORD OF MOUTH SAS	1,54	0,65	---	-0,38	-0,13
900271928	ARISTA DE COLOMBIA S.A.S	2,30	1,24	-1,48	0,45	-0,11
900273623	HIFERA S EN C	8,03	0,98	-32,89	-1,47	-0,02
900282001	GO SPORTS MEDIA SAS	1,63	0,61	7,90	0,76	0,29
900283709	AKIRA CINE LTDA	1,12	0,71	---	0,13	0,04
900284369	DISLUMBRA SAS	4,36	0,37	10,03	0,33	0,20
900297403	METALVISUAL SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA EN REORGANIZACION ABREVIADA	0,63	1,57	-5,02	0,51	-0,29
900324019	ASYLUM MARKETING SAS EN REORGANIZACION	1,08	0,84	---	0,32	0,05
900326759	LOS NOTARIOS SAS	1,45	0,67	---	0,29	0,10
900360619	INTERNATIONAL AIRMEDIA GROUP LTDA	1,36	0,78	4,02	0,60	0,13
900363376	LUMEN GRAPHICS S A S	1,39	0,71	2,19	1,02	0,30
900365358	DOBLEFECTO SAS	1,55	0,69	1,92	0,47	0,15
900366218	CROMATICAPEX SAS	4,03	0,75	---	0,28	0,07
900373599	JAIME URIBE Y ASOCIADOS S.A.S.	1,62	0,18	0,83	0,02	0,02
900374048	ZORB PUBLICIDAD SAS EN REORGANIZACION	2,08	0,78	---	0,35	0,08

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

900378858	INVERSIONES GABO SAS	10,37	0,62	1,15	0,11	0,04
900389753	PYP MEDIOS SAS	1,41	0,66	8,68	0,58	0,19
900394210	HERCAS PUBLICIDAD EXTERIOR S.A.S.	3,30	0,28	5,67	0,19	0,14
900397996	PUBLICITV SAS	0,21	0,94	-2,31	-2,77	-0,17
900410870	VALLAS Y PUBLICIDAD JAC SAS EN REORGANIZACION	1,30	0,77	---	-2,05	-0,47
900423752	PRENSA & ENTRETENIMIENTO AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS	6,44	0,43	---	0,05	0,03
900425718	TARGET MEDIOS COLOMBIA S.A.S	2,31	0,34	123,88	0,40	0,27
900428286	CAMARA DIGITAL SAS	6,16	0,15	---	0,18	0,15
900443180	GRUPO EMPRESARIAL ZAPATA MARTINEZ SAS	7,79	0,51	4,06	0,16	0,08
900454459	FANTASTICA SAS	3,23	0,30	---	0,28	0,20
900483066	INTERACTIVE MEDIA SAS	0,90	0,90	0,32	0,18	0,02
900511703	SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.	1,21	0,57	8,54	0,34	0,15
900515542	CONTENIDOS EL REY SAS	1,37	0,66	5,80	1,25	0,42
900522641	NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE SAS	2,91	0,32	14,31	0,28	0,19
900524265	AIRFACTORY COLOMBIA LTDA	3,98	0,25	2,94	0,26	0,20
900536171	MIRACOL PRODUCCIONES SAS	2,21	1,01	3,68	-17,59	0,23
900548289	DIGIMARKETING SAS	2,24	0,44	69,70	0,99	0,56
900559491	MARKETEAM OPTIONS COLOMBIA SAS	6,07	0,99	---	0,14	0,00
900559638	INTERNET MEDIA SERVICES COLOMBIA SAS	1,00	0,98	28,81	1,33	0,03
900619786	LOS GOODFELLAS BIC S A S	1,47	0,65	26,38	0,58	0,21
900621477	PLANEAR COMUNICACIONES SAS	3,52	0,29	---	0,29	0,20
900626892	DENSUT COLOMBIA SAS	0,97	0,20	13,16	0,09	0,08
900635943	FINDASENSE COLOMBIA SAS	2,35	1,98	---	0,80	-0,79

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

	FINDASENSE COLOMBIA SAS					
900639612	RED MAS COLOMBIA SAS	1,89	1,93	-54,57	0,16	-0,15
900665748	ADGLOW COLOMBIA SAS	5,48	1,83	---	0,05	-0,04
900688372	HEADWAY DIGITAL COLOMBIA SAS	0,73	1,31	---	0,98	-0,30
900700061	IPROSPECT COLOMBIA SAS	1,73	0,57	1,13	0,17	0,07
900706422	BUENTIPO ANCHOR WORLDWIDE SAS	1,43	0,60	---	0,10	0,04
900713342	TAPTAP ADVERTISING SAS	1,58	0,63	1,98	0,35	0,13
900731768	MARKET DYNAMO SAS	2,40	0,42	---	0,35	0,20
900736324	BOX FACTORY S.A.S.	79,52	0,01	---	0,35	0,34
900753503	LA FABRIQUE ATELIER CRÉATIF SAS	1,79	0,56	37,91	0,15	0,07
900780044	PEGSA COLOMBIA SAS	3,98	0,25	22,78	0,22	0,16
900784306	PLUG COLOMBIA SAS	0,30	3,33	---	0,37	-0,85
900797268	LATIR EXPERIENCES SAS	1,92	0,98	---	-1,02	-0,02
900808626	COMARCA MARKETING ADVERTISING S A S EN REORGANIZACION	6,36	0,57	18,45	0,20	0,09
900812787	TWENTY AGENCIA CREATIVA SAS	4,25	0,57	---	0,31	0,13
900827343	SENSEBOX SAS	0,66	1,56	0,54	-0,85	0,48
900844025	ARETE LATIN AMERICA (COLOMBIA) S.A.S	0,90	1,65	-1,38	0,36	-0,24
900896115	SOLID BROTHERS FILMS SAS	0,72	0,28	---	0,53	0,38
900908443	BURSON COHN & WOLFE COLOMBIA S.A.S	1,61	0,56	---	1,22	0,53
900949435	ADBID LATINOAMERICA S.A.S.	1,25	0,76	18,96	0,43	0,10
900972188	GRUPO ADE SAS	1,30	0,74	---	0,56	0,15
900983664	IWALL COLOMBIA SAS	3,28	1,66	---	-0,57	0,38
901007920	Pangea MTD SASPangea MTD SAS	2,30	0,43	---	0,52	0,29

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

901027355	BIG FORMAT+ SAS	0,44	2,19	---	0,05	-0,06
901033787	OWAK SAS	0,86	0,78	3,20	0,43	0,09
901035650	7 LOBOS SAS EN REORGANIZACION	1,17	0,76	---	-0,84	-0,20
901069185	MACARENA & CO SAS	1,38	0,72	---	0,62	0,18
901073420	ALIBI FILMS SAS	4,89	0,19	1,11	0,21	0,17
901135214	NBCUNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL COLOMBIA SAS	1,31	0,63	81,10	0,35	0,13
901135299	PUBLICOM COMUNICACIÓN VISUAL SAS - BIC	1,67	0,52	---	0,16	0,08
901264146	THE JUJU SAS	1,04	0,84	2,48	0,57	0,09
901264539	INTELLIGENT CUSTOMER ACQUISITION SAS	1,89	0,53	9,74	0,99	0,47
901281934	CEMENTOS DEL ORIENTE SAS ZOMAC	1,40	0,64	---	2,72	0,97
901286427	Artistes Folks Colombia S.A.S	1,64	0,49	3,88	0,23	0,12
901351689	NEWCORP RENTAL S.A.S	2,24	0,28	10,15	0,35	0,25
901362102	FALCON PUBLICIDAD SAS	1,68	0,44	22,09	0,47	0,26
901469608	NETFLIX SERVICIOS DE TRANSMISIÓN COLOMBIA SAS	2,22	0,43	3,06	0,12	0,07
800064773	PUBBLICA SAS	3,03	0,43	2,13	0,34	0,19
800077658	DE BRIGARD OCHOA Y CIA SAS	3,41	0,10	-0,22	-0,02	-0,01
810004504	Eikon Digital SAS	1,22	0,91	0,69	0,95	0,09
830074416	ALC SAS	0,43	0,10	-78,55	-0,10	-0,09
830105276	EZGO S.A.S	2,14	0,76	1,61	0,56	0,13
860091476	INVERSIONES MURIEL BOTERO IINVERSIONES MURIEL BOTERO	0,48	0,08	704,43	0,09	0,08
890926395	PEREZ Y VILLA SAS	1,00	0,80	1,40	0,12	0,02
900071637	ENMEDIO COMUNICACION DIGITAL SAS	0,65	0,77	0,93	0,44	0,10

900081133	DYNAMO PRODUCCIONES SAS	1,90	0,70	1,35	0,49	0,15
900245670	E-COMERCE GLOBAL SAS	0,25	2,79	---	0,01	-0,03
900599747	ICO MEDIOS SAS	1,10	0,78	3,01	0,75	0,16
900774452	SIN FILTRO S.A.S. BIC	2,98	0,33	5,31	0,28	0,18
900784388	VML COLOMBIA SAS	1,24	0,61	23,30	0,10	0,04
901157192	DYNAMO SERVICES SAS	5,52	0,60	1,27	0,25	0,10
	PROMEDIO	**5,64**	**0,68**	**---**	**0,20**	**0,05**

Promedio de los indicadores

Indicador	Valores válidos	Valores no calculables	Suma de valores válidos	Promedio
Liquidez	246	0	1.387,74	**5,64**
Endeudamiento	246	0	166,73	**0,68**
RCI	160	86	4.023,03	**25,14**
Rentabilidad del Patrimonio – RP	246	0	49,96	**0,20**
Rentabilidad del Activo – RA	246	0	12,83	**0,05**

Índice de Liquidez: Activo Corriente / Pasivo Corriente

IL = Activo Corriente / Pasivo Corriente ≥ 5,64

La muestra inicial analizada contenía 246 datos. Del total de los datos típicos se identifica que el índice de liquidez debe ser mayor o igual a 5,64 veces. **Resultados menores inhabilitan al proponente.**

Nivel de endeudamiento: Total Pasivo / Total Activo

NE = (Pasivo Total/Activo Total) * 100 ≤ 68%

La muestra inicial analizada contenía 246 datos. Del total de los datos típicos. En este sentido, el nivel de endeudamiento debe ser menor o igual al 68%. **Resultados superiores inhabilitan al proponente.**

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

RC = (Utilidad Operacional / Gastos de Intereses) ≥ 10 veces ó INDETERMINADO

La muestra inicial analizada contenía 246 **datos.** Del total de los datos típicos, se verificará la Razón de Cobertura de Intereses del proponente, la cual debe ser mayor o igual a (10) veces. Resultados inferiores inhabilitan al proponente.

Nota: Si el proponente no tiene obligaciones que le demanden el pago de intereses y sus gastos en intereses son iguales a cero (0). El proponente cumple el indicador y será declarado hábil para este indicador.

Si el proponente no tiene obligaciones que le demanden el pago de intereses; pero su utilidad operacional es negativa (Pérdida Operacional), el proponente no cumple con el indicador y será declarado No hábil.

Rentabilidad sobre el patrimonio: Utilidad Operacional / Patrimonio
RP = (Utilidad Operacional / Patrimonio) ≥ a 20%

La muestra inicial analizada contenía 246 datos. Se verificará que la rentabilidad del patrimonio sea mayor o igual 0,20 veces. Resultados inferiores inhabilitan al proponente.

Rentabilidad sobre el activo: Utilidad Operacional / Activo Total

RAct = (Utilidad Operacional / Activo Total): ≥ 5 %

La muestra inicial analizada contenía 246 datos, se verificará que la rentabilidad del activo sea mayor o igual a 0,05 veces. Resultados inferiores inhabilitan al proponente.

Producto del proceso de evaluación, la entidad establece los siguientes indicadores como requisitos habilitantes de capacidad financiera y capacidad organizacional que deben ser acreditados por los proponentes dentro del presente proceso.

Capacidad Financiera del Proponente:

INDICADOR	FORMULA	INDICE REQUERIDO
Liquidez	= Activo Corriente / Pasivo Corriente	Mayor o igual a 5,64
Endeudamiento	= Pasivo Total / Activo Total	Menor o igual a 0,68
Cobertura de Intereses	= Utilidad Operacional / Gastos de Intereses	Mayor o igual a 10 o Indeterminado

Si el proponente es plural, los componentes de cada indicador se ponderarán por el porcentaje de participación de cada integrante y luego se calculará el indicador, conforme al pliego de condiciones y al Manual M-DVRHPC de Colombia Compra Eficiente, así:

$$\text{Indicador} = \frac{(\sum_{i=1}^{n} \text{Componente 1 del indicador}_i)}{(\sum_{i=1}^{n} \text{Componente 2 del indicador}_i)}$$

Donde n es el número de integrantes del Proponente Plural (Unión Temporal o Consorcio).

El Proponente que no tiene pasivos corrientes está habilitado respecto del índice de liquidez.

El Proponente que no tiene gastos de intereses está habilitado respecto de la razón de cobertura de intereses, siempre y cuando la utilidad operacional sea positiva (mayor a cero).

Capacidad Organizacional del Proponente:

INDICADOR	DE DONDE:	INDICE REQUERIDO
Rentabilidad de Patrimonio	= Utilidad Operacional / Patrimonio	Mayor o igual a: 0,20
Rentabilidad del Activo	= Utilidad Operacional / Activo Total	Mayor o igual a: 0,05

El análisis de los indicadores financieros de la muestra evaluada permite identificar el comportamiento general de las empresas del sector y valorar su capacidad operativa, financiera y de sostenibilidad

5. GARANTÍAS

5.1. GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO

Para cubrir cualquier hecho constitutivo de incumplimiento, el Contratista deberá presentar la garantía de cumplimiento en original a la Entidad dentro de los cinco días hábiles siguientes contados a partir de la firma del contrato y requerirá la aprobación de la Entidad. Esta garantía tendrá las siguientes características:

Característica		Condición
Clase		Cualquiera de las clases permitidas por el artículo 2.2.1.2.3.1.2 del Decreto 1082 de 2015, a saber: (i) Contrato de seguro contenido en una póliza para Entidades Estatales, (ii) Patrimonio autónomo, (iii) Garantía Bancaria.
Asegurado/ beneficiario		MUNICIPIO DE MISTRATÓ identificada con NIT 800.031.075-7
Amparos, vigencia y		**Amparo** | **Vigencia** | **Valor Asegurado**

valores asegurados		**Cumplimiento general** del contrato y el pago de las multas y la cláusula penal pecuniaria que se le impongan	Igual al término del contrato y hasta la liquidación del contrato	20% del valor del contrato
		Pago de salarios, prestaciones sociales legales e indemnizaciones laborales del personal que el Contratista haya de utilizar en el territorio nacional para la ejecución del contrato	Plazo del contrato y tres (3) años más.	15% del valor del contrato
		Calidad del servicio ejecutadas entregadas a satisfacción	Igual al término del contrato y hasta la liquidación del contrato	10% del valor del contrato
Tomador	•	• Para las personas jurídicas: la garantía deberá tomarse con el nombre o razón social y tipo societario que figura en el Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio respectiva, y no sólo con su sigla, a no ser que en el referido documento se exprese que la sociedad podrá denominarse de esa manera. • No se aceptan garantías a nombre del representante legal o de alguno de los integrantes del consorcio. Cuando el Contratista sea una Unión Temporal o Consorcio, se debe incluir razón social, NIT y porcentaje de participación de cada uno de los integrantes. • Para el Contratista conformado por una estructura plural (unión temporal, consorcio): la garantía deberá ser otorgada por todos los integrantes del Contratista, para lo cual se deberá relacionar claramente los integrantes, su identificación y porcentaje de participación, quienes para todos los efectos serán los otorgantes de la misma.		
Información necesaria dentro de la póliza	•	• Número y año del contrato • Objeto del contrato • Firma del representante legal del Contratista • En caso de usar centavos, los valores deben aproximarse al mayor. Ej. Cumplimiento, si el valor a asegurar es $14.980.420,20 aproximar a $14.980.421		

El Contratista está obligado a restablecer el valor de la garantía cuando esta se vea reducida por razón de las reclamaciones que efectúe la Entidad, así como a ampliar las garantías en los eventos de adición y/o prórroga del contrato. El no restablecimiento de la garantía por parte del Contratista o su no adición o prórroga, según el caso, constituye causal de incumplimiento del Contrato y se iniciarán los procesos sancionatorios a que haya lugar.

5.2. GARANTÍA DE RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL

El Contratista deberá contratar un seguro que ampare la Responsabilidad Civil Extracontractual de la Entidad con las siguientes características:

Característica	Condición
Clase	Contrato de seguro contenido en una póliza
Asegurados	MUNICIPIO DE MISTRATÓ identificada con NIT 800.031.075-7 y el Contratista
Tomador	• Para las personas jurídicas: la garantía deberá tomarse con el nombre o razón social y tipo societario que figura en el Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la

	Cámara de Comercio respectiva, y no sólo con su sigla, a no ser que en el referido documento se exprese que la sociedad podrá denominarse de esa manera. • No se aceptan garantías a nombre del representante legal o de alguno de los integrantes del consorcio. Cuando el Contratista sea una unión temporal o consorcio, se debe incluir razón social, NIT y porcentaje de participación de cada uno de los integrantes. • Para el Contratista conformado por una estructura plural (unión temporal, consorcio): la garantía deberá ser otorgada por todos los integrantes de la estructura plural, para lo cual se deberá relacionar claramente los integrantes, su identificación y porcentaje de participación, quienes para todos los efectos serán los otorgantes de la misma.
Valor	En ningún caso podrá ser inferior a Doscientos (200) SMMLV
Vigencia	Igual al plazo de ejecución del contrato.
Beneficiarios	Terceros afectados y MUNICIPIO DE MISTRATÓ identificada con NIT 800.031.075-7
Amparos	Responsabilidad Civil Extracontractual de la Entidad, derivada de las actuaciones, hechos u omisiones del Contratista o Subcontratistas autorizados. La Entidad contratante deberá establecer y discriminar los amparos descritos en el numeral 3º del artículo 2.2.1.2.3.2.9 del Decreto 1082 de 2015 e incluir el valor del amparo y plazo requerido por cada uno. [Predios, labores y operaciones 200 SMMLV Plazo de ejecución del contrato Cobertura expresa de perjuicios por daño emergente 200 SMMLV Plazo de ejecución del contrato Cobertura expresa de perjuicios por lucro cesante 200 SMMLV Plazo de ejecución del contrato Cobertura expresa de perjuicios extrapatrimoniales 200 SMMLV Plazo de ejecución del contrato Responsabilidad derivada del uso de vehículos propios y no propios utilizados en la ejecución del contrato 200 SMMLV Plazo de ejecución del contrato Responsabilidad patronal 200 SMMLV Plazo de ejecución del contrato Responsabilidad por contratistas y subcontratistas autorizados 200 SMMLV Plazo de ejecución del contrato
Información necesaria dentro de la póliza	• Número y año del contrato • Objeto del contrato • Firma del representante legal del Contratista • En caso de no usar centavos, los valores deben aproximarse al mayor Ej. Cumplimiento si el valor a asegurar es $14.980.420,20 aproximar a $14.980.421

En esta póliza solamente se podrán pactar deducibles con un tope máximo del diez por ciento (10%) del valor de cada pérdida sin que en ningún caso puedan ser superiores a dos mil (2.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Este seguro deberá constituirse y presentarse para aprobación de la Entidad, dentro del mismo término establecido para la garantía única de cumplimiento.

Las franquicias, coaseguros obligatorios y demás formas de estipulación que conlleven asunción de parte de la pérdida por la Entidad asegurada no serán admisibles.

El Contratista deberá anexar el comprobante de pago de la prima del seguro de responsabilidad civil extracontractual.

5 REQUISITOS HABILITANTES TÉCNICOS Y FACTORES DE PONDERACIÓN

Marco normativo para la fijación de los requisitos habilitantes

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

El numeral 1 del artículo 5 de la Ley 1150 de 2007 dispone que la experiencia, la capacidad jurídica, financiera y de organización de los proponentes son requisitos habilitantes para participar en el proceso de selección y no otorgan puntaje. También exige que su verificación se haga en forma adecuada y proporcional a la naturaleza del contrato a suscribir y a su valor. A su vez, el artículo 2.2.1.1.1.6.2 del Decreto 1082 de 2015 ordena a la Entidad Estatal establecer los requisitos habilitantes atendiendo cuatro criterios: (a) el riesgo del Proceso de Contratación; (b) el valor del contrato objeto del proceso; (c) el análisis del sector económico respectivo; y (d) el conocimiento de fondo de los posibles oferentes desde la perspectiva comercial. Los requisitos de experiencia que se describen a continuación se fijaron aplicando expresamente cada uno de esos criterios, como se expone en los numerales siguientes.

Experiencia exigida en el pliego de condiciones

De conformidad con el pliego de condiciones, el proponente deberá acreditar dos tipos de experiencia:

(i) Experiencia general, mediante tres (3) contratos ejecutados y terminados dentro de los cinco (5) años anteriores al cierre. El objeto o alcance principal de cada contrato debe haber comprendido campañas de promoción, divulgación o posicionamiento de destinos turísticos. Cada contrato debe tener un valor igual o superior a 1.000 SMMLV y estar inscrito en el RUP en los códigos UNSPSC señalados en el pliego.

(ii) Experiencia específica, mediante un (1) contrato adicional de igual cuantía mínima. Su ejecución debe haber comprendido el diseño o la implementación de estrategias de promoción y posicionamiento de destinos turísticos con al menos cuatro (4) de los siete (7) componentes previstos en el pliego: producción de contenidos, plan de medios, activaciones BTL, viajes de familiarización, participación en ferias, guía de aves y material POP. El contrato debe estar inscrito en por lo menos diez (10) de los códigos UNSPSC del proceso.

Relación directa con la naturaleza del contrato

El contrato no corresponde a la adquisición de un servicio aislado de publicidad, de producción audiovisual o de logística. Corresponde a la ejecución integral, por un solo operador, de una estrategia de promoción turística compuesta por cinco (5) actividades y ciento cincuenta y un (151) ítems interdependientes:

- producción cinematográfica, fotográfica y de piezas digitales;
- plan de medios con pauta digital segmentada, pantallas DOOH, vallas e influenciadores;
- dos activaciones BTL en Pereira;
- dos viajes de familiarización con transporte aéreo y terrestre, alojamiento, alimentación y guianza;

- participación en la Vitrina Turística de ANATO 2027;
- producción editorial de la guía de aves y de material POP.

Los contenidos producidos en la primera actividad son el insumo de la pauta, de las activaciones, de los viajes y de la feria. Por eso, un error en la planeación o en la calidad de un componente afecta a los demás.

En consecuencia, la experiencia exigida se define por la finalidad del contrato (promoción y posicionamiento de destinos turísticos) y no por la simple denominación de los servicios. La experiencia específica exige al menos cuatro de los siete componentes en un mismo contrato. Con ello busca acreditar la capacidad de integrar y coordinar al mismo tiempo disciplinas, proveedores y entregables distintos bajo una misma estrategia, que es la prestación esencial que el Municipio contrata. La exigencia de inscripción en por lo menos diez (10) de los doce (12) códigos UNSPSC del proceso responde a la misma lógica. Un contrato clasificado solo en uno o dos códigos (por ejemplo, únicamente publicidad o únicamente producción audiovisual) no evidencia la experiencia integral requerida.

Proporcionalidad frente al valor del contrato

El presupuesto oficial asciende a $4.275.000.000, equivalentes aproximadamente a 2.442 SMMLV de 2026. Cada contrato de experiencia debe ser igual o superior a 1.000 SMMLV, es decir, cerca del cuarenta y uno por ciento (41 %) del valor del contrato a celebrar. Este umbral no exige que el proponente haya ejecutado contratos de igual o mayor valor al presente. Exige que demuestre haber gestionado, en cada experiencia, al menos dos quintas partes de la magnitud económica que deberá administrar. Ese es un indicador razonable de tres capacidades: la capacidad operativa del proponente, su capacidad para financiar la ejecución mientras se causan los pagos parciales contra entrega, y su experiencia en la administración de proveedores y en el manejo de recursos públicos de cuantía significativa.

La acreditación de la experiencia general mediante tres (3) contratos tiene por finalidad demostrar la recurrencia y la consolidación de la capacidad del proponente. Es decir, su idoneidad para ejecutar campañas de promoción de destinos turísticos debe obedecer a una trayectoria sostenida y verificable en el mercado, y no a una actuación aislada u ocasional. Esta exigencia resulta especialmente pertinente porque el contrato se remunera por precios unitarios contra productos efectivamente entregados. Durante los nueve (9) meses de ejecución, el contratista debe garantizar la continuidad de la operación, la disponibilidad de recursos humanos, técnicos y financieros y la coordinación de múltiples proveedores.

Riesgo del Proceso de Contratación

Entre los riesgos de mayor impacto para la ejecución se encuentran:

- la deficiente planeación y calidad de los contenidos;
- el incumplimiento de proveedores, medios, influenciadores, hoteles y transportadores;

- los errores en la configuración y ejecución de la pauta;
- la dificultad de acceso a zonas rurales;
- los riesgos de seguridad y salud en el trabajo en rodajes, montajes y desplazamientos.

A ello se suma que varias actividades están atadas a fechas que no pueden reprogramarse, como la Vitrina Turística de ANATO 2027 y las Fiestas de la Cosecha de Pereira. Un incumplimiento en esas fechas haría perder irremediablemente el objetivo promocional y la inversión asociada.

Adicionalmente, el proyecto se financia con recursos del Sistema General de Regalías. Estos recursos están sujetos a reglas propias de ejecución, seguimiento, evaluación y control, cuyo incumplimiento compromete la ejecución del proyecto aprobado. En ese contexto, una experiencia comprobada en contratos de magnitud y alcance comparables es el principal mecanismo preventivo con que cuenta la Entidad para mitigar el riesgo de incumplimiento, conforme al literal (a) del artículo 2.2.1.1.1.6.2 del Decreto 1082 de 2015. Ese mecanismo se complementa con las garantías, la interventoría y las multas.

Vigencia de la experiencia

La limitación a contratos ejecutados en los últimos cinco (5) años se justifica porque la promoción turística actual depende de herramientas y canales que cambian con rapidez:

- plataformas de pauta digital;
- formatos verticales y de video corto;
- segmentación por audiencias;
- campañas con influenciadores;
- medición de resultados con indicadores de alcance, interacción y conversión;
- estándares técnicos de producción en 4K.

La experiencia reciente garantiza que el contratista conozca y haya aplicado esas prácticas, que son exigidas en las especificaciones técnicas del proceso.

Análisis del sector y pluralidad de oferentes

El análisis del sector evidencia un mercado amplio de proveedores de publicidad, producción audiovisual, diseño y promoción de destinos (actividades CIIU 7310, 5911 y 7410). Estos proveedores tienen presencia en Bogotá, Antioquia, el Eje Cafetero y otras regiones, y existe un volumen sostenido de contratación pública en los códigos UNSPSC del proceso.

Además, el pliego permite la participación de consorcios y uniones temporales. En ellos, cada integrante aporta experiencia relacionada con el objeto e inscrita en el RUP, y la experiencia obtenida en figuras asociativas se valora según el porcentaje de participación. Esto facilita que empresas especializadas en distintos componentes se asocien para acreditar los requisitos.

En consecuencia, las exigencias no restringen injustificadamente la competencia. Delimitan el universo de oferentes a quienes tienen capacidad real para ejecutar el objeto.

Factores de ponderación

De conformidad con el numeral 2 del artículo 5 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.1.2.2.2 del Decreto 1082 de 2015, en la licitación pública la oferta más favorable resulta de ponderar los factores técnicos y económicos previstos en el pliego. La oferta se evaluará sobre cien (100) puntos, así:

- factor económico: 17,5 puntos;
- factor de calidad: 70 puntos (50 por experiencia adicional en promoción turística territorial y 20 por experiencia en un proyecto de alto valor económico);
- apoyo a la industria nacional: 10 puntos;
- vinculación de personas con discapacidad: 2 puntos;
- emprendimientos y empresas de mujeres: 0,25 puntos;
- Mipymes: 0,25 puntos.

La mayor ponderación del factor de calidad obedece a que el valor de un servicio de promoción turística no se mide principalmente por su precio. Se mide por la eficacia de la estrategia para posicionar el destino: la calidad de los contenidos, la pertinencia de los mensajes, la correcta segmentación de la pauta y la capacidad de convertir la exposición en visitas. La trayectoria comprobada en la promoción de destinos departamentales y municipales es el indicador objetivo y verificable más idóneo de esa calidad.

Por su parte, el precio está acotado por precios unitarios que no pueden superar el presupuesto oficial. Por eso, una ponderación moderada del factor económico preserva la competencia en precio y desincentiva las ofertas artificialmente bajas (artículo 2.2.1.1.2.2.4 del Decreto 1082 de 2015). Ese factor se evalúa con un método aleatorio, determinado por los decimales de la TRM vigente a la fecha de cierre del proceso.

Los contratos aportados para puntaje deben ser distintos de los presentados como requisito habilitante, por lo que una misma experiencia no se valora dos veces.

Los puntajes restantes corresponden a incentivos de origen legal:

- el apoyo a la industria nacional (Ley 816 de 2003, que fija este puntaje entre el 10 % y el 20 % del total);
- la vinculación de personas con discapacidad (Decreto 392 de 2018, modificado por el Decreto 0287 de 2026);
- los criterios para emprendimientos y empresas de mujeres y para Mipymes (Ley 2069 de 2020 y Decreto 1860 de 2021).

Al puntaje total se aplicará la reducción del dos por ciento (2 %) prevista en el artículo 58 de la Ley 2195 de 2022 al proponente al que se le hayan impuesto multas o cláusulas penales durante el último año. En caso de empate se aplicarán los criterios del artículo 35 de la Ley 2069 de 2020, adicionado por el artículo 22 de la Ley 2479 de 2025.

6 INTERVENTORÍA

La vigilancia y el control de la ejecución del contrato se ejercerán mediante interventoría externa, contratada por concurso de méritos, de conformidad con los artículos 82 a 86 de la Ley 1474 de 2011, en atención a la especialidad técnica, la diversidad de componentes y la cuantía del contrato. La Secretaría de Planeación Municipal ejercerá la supervisión del contrato de interventoría.

7 ANÁLISIS DE RIESGOS

Los riesgos previsibles del proceso fueron tipificados, estimados y asignados en la matriz de riesgos que forma parte de los documentos del proceso, conforme al artículo 2.2.1.1.1.6.3 del Decreto 1082 de 2015 y al Manual para la Identificación y Cobertura del Riesgo de Colombia Compra Eficiente. Entre los principales se encuentran los riesgos operacionales de acceso a zonas rurales, los climáticos, los de orden público, los de calidad de los productos, los de propiedad intelectual y uso de imagen, los económicos por variación de precios y los asociados a la verificación de la pauta publicitaria.

8 CONCLUSIÓN GENERAL

Con base en el análisis de mercado, la revisión de la oferta y la demanda, el histórico de contratación y el análisis de indicadores financieros desarrollados en los numerales anteriores, se concluye lo siguiente:

- El objeto contractual se enmarca en un sector claramente identificable (promoción turística, comunicación estratégica y producción audiovisual y fotográfica), con dinámica nacional favorable Colombia recibió más de 24 millones de visitantes no residentes entre agosto de 2022 y junio de 2026 y con un potencial diferencial concreto para Mistrató en el nicho de aviturismo y biodiversidad, lo que sustenta la conveniencia y oportunidad de la contratación.
- El Municipio no cuenta con antecedentes contractuales propios para este objeto al ser la primera vez que adquiere este tipo de servicio, por lo que el estudio se apoyó en procesos de otras entidades y en las cotizaciones recibidas para identificar las condiciones del mercado.

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR

- El presupuesto oficial de $ 4.275.000.000 (IVA y descuentos de Ley incluidos) se enmarca en el proyecto de inversión BPIN 2026664560002 y en la clasificación UNSPSC definida, lo que evidencia trazabilidad entre la necesidad, el objeto y los recursos asignados.
- El mercado cuenta con pluralidad de proveedores especializados en publicidad, producción audiovisual, gestión de medios y logística de eventos y viajes, concentrados principalmente en Bogotá, Antioquia y el Eje Cafetero, lo que permite esperar la participación de varios oferentes.
- Los requisitos habilitantes, los factores de ponderación, la forma de pago, la interventoría y las garantías descritos en este documento son concordantes con el pliego de condiciones definitivo del proceso LP-002-2026.

JUAN ALEJANDRO SANCHEZ MORALES
Secretario de Planeación y Desarrollo Económico

CONTRATACIÓN ESTATAL -ANALISIS DEL SECTOR