OBJETO: "PRESTACIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS MEDIANTE PANTALLAS ELECTRÓNICAS TIPO VALLAS PARA DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA INFORMACIÓN DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA, EN EL MARCO DEL PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD DE LAS FINANZAS EN EL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS CARTAGENA DE INDIAS".

DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD

Que, la Administración Distrital como ente territorial debe dar cumplimiento a los fines del Estado, consagrados en el Artículo 2 de la Constitución Política de Colombia: "(…) Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo".

Que, para cumplir con la finalidad de la función pública, el Estado cuenta con instrumentos apropiados para alcanzar esos fines a través del ejercicio de la autonomía para contratar. De esta forma, los contratos de la administración pública representan un medio para la adquisición de bienes y servicios tendientes a lograr los fines del Estado en forma legal, armónica y eficaz.

Que, la Alcaldía Mayor de Cartagena, debe contar con medios idóneos, y ajustados a la ley, que le permitan cumplir satisfactoriamente su gestión administrativa, uno de los cuales es precisamente el contrato estatal.

Que, de igual manera en el Plan Anual de Adquisiciones para la vigencia 2023 del Distrito de Cartagena, se tienen prevista las contrataciones de este tipo, las cuales permiten y facilitan el normal funcionamiento de las actividades misionales de la administración y en especial se encuentra contemplado el objeto del presente estudio.

Que dentro del Plan de Desarrollo Distrital: Salvemos juntos a Cartagena 2020 - 2023, Pilar: Cartagena Transparente, Línea Estratégica: Finanzas públicas para salvar a Cartagena, Programa: "Finanzas sostenibles para salvar a Cartagena", se contempló el desarrollo del proyecto "IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD DE LAS FINANZAS EN EL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS CARTAGENA DE INDIAS", dicho proyecto tiene por objeto principalmente Implementar estrategias para el mejoramiento y sostenibilidad de las finanzas en el Distrito de Cartagena de Indias, de igual manera con él se busca:

- ✓ Fortalecer los procesos de cobros coactivo y persuasivo, así como los de fiscalización, para incrementar el recaudo de los impuestos.
- ✓ Desarrollar estrategia para el incentivo de la cultura de pago de impuestos e incremento de los ingresos Distritales.
- ✓ Desarrollar estrategia de fortalecimiento de las alternativas de incremento del recaudo de impuestos a través de la preparación de las apuestas para la implementación de catastro y plusvalía en el Distrito.
- ✓ Implementar una modernización integral de cultura organizacional, Transparencia, software y recurso humano que mejore los procesos y procedimientos al interior de la Hacienda Pública.

Para el cumplimiento de dicho objetivo se plantearon dos alternativas de solución:

Alternativa 1: Implementación de la estrategia "mejoramiento y sostenibilidad de las finanzas en el distrito

de Cartagena de Indias".
Alternativa 2: Implementación de la estrategia "Reforma tributaria para una mejor Cartagena".

En esta medida, se pretende recuperar las finanzas Distritales buscando que estas sean saludables y sostenibles. Enfocados en ello, se busca lograr una mayor eficiencia fiscal que permita; i) El aumento de los ingresos buscando impactar el recaudo potencial al que no estamos llegando y en consecuencia mejorar el índice de recaudo; ii) Gestionar otros ingresos propios a través de los cuales se propicie un crecimiento de los ingresos; iii) Actualización del estatuto tributario; iv) Implementación de un centro de pensamiento de las finanzas a través del cual se analicen las finanzas públicas de cara a la toma de decisiones en el corto, mediano y largo plazo; v) Implementación de sistemas modernos para la gestión de la Hacienda pública; vi) Racionalización del gasto para más inversión.

La Secretaría de Hacienda Distrital de Cartagena de Indias, tiene como función fundamental el recaudo y el cobro de los impuestos distritales, y de la misma manera, tiene como compromiso informar a la ciudadanía los proyectos, acciones y gestiones que se adelanten con ocasión a los recaudos obtenidos, y que los contribuyentes conozcan la inversión que se realiza con cada uno de sus pagos, generando así, confianza en la ciudadanía en general. La Secretaría de Hacienda Distrital, con la finalidad de seguir fortaleciendo los procesos necesarios para asegurar el cobro de los impuestos distritales, según lo establecido por la Constitución Política y la Ley, y con el propósito de garantizar un recaudo exitoso de los mismos, requiere contar con los medios idóneos para establecer una comunicación clara y abierta con la comunidad.

La difusión de mensajes institucionales de la Secretaría de Hacienda referida al pago de los impuestos distritales representa un motor dinamizador y un medio de comunicación que tiende un puente entre la comunidad y esta entidad, y amplía y fortalece los espacios de comunicación, información y participación que existen para las diferentes comunidades de la ciudad de Cartagena, logrando de esta manera la producción de contenidos de interés para la comunidad. Asimismo, La difusión de mensajes institucionales de la Secretaría de Hacienda Distrital tienen como objetivo el fortalecimiento de la cultura tributaria y el recaudo de los impuestos distritales, mediante la recordación de la obligación tributaria y la sensibilización permanente al contribuyente para realizar su pago oportuno, consciente de su compromiso con la ciudad y su aporte a un bienestar común.

La Secretaría de Hacienda como dependencia de la Administración Distrital apunta a garantizar la consolidación de los derechos de las personas y buscar dar respuesta a las necesidades de la comunidad mejorando su calidad de vida; esto es a través de la cultura de pago de todos los cartageneros, para cumplir con todos sus propósitos, para ello debe contar con el apoyo de la comunicación pública que garanticen la divulgación de los mensajes institucionales que se requieran.

En ese orden de ideas, una manera de complementar la difusión de mensajes institucionales para socializar mediante estrategias publicitarias a la comunidad cartagenera información y contenido institucional es a través de servicios publicitarios de pantallas electrónicas tipo vallas, ya que, las mismas se han convertido en parte habitual del paisaje urbano e interurbano presentando anuncios o mensajes y que por sus especiales características, se suelen instalar en lugares con determinadas concurrencias como vías principales, cerca de instalaciones deportivas, centros educativos, institutos, universidades. aeropuertos, estaciones de autobús, avenidas anchas, plazas, parques, lotes baldíos, etc.

Por lo anterior, se hace necesario que la Secretaría de Hacienda socialice mediante estrategias publicitarias en la comunidad cartagenera, la importancia del pago de los impuestos distritales, conociendo de primera mano que su contribución es la base para el desarrollo de la ciudad, con la intención de que esta información motive e incentive a la ciudadanía a pagar los impuestos, esto es mediante la transmisión y difusión de mensajes institucionales mediante pantallas electrónicas tipo vallas,

en diferentes sectores de la Cartagena, que lleguen a la comunidad y así poder abarcar toda la ciudadanía, con el objeto de difundir la información acerca de los beneficios generados con el pago de los impuestos distritales y el incentivo al pago de estos.

CODIGOS UNSPSC

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	NOMBRE
82000000	82100000	82101500	82101501	PUBLICIDAD EN VALLAS
83000000	83120000	83121700	83121700	SERVICIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

El artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 indica el deber de las entidades estatales de 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. Así mismo, la guía de Colombia Compra Eficiente-CCE, para los estudios del sector establece algunas recomendaciones para definir el sector y realizar su análisis correspondiente, en este sentido, propones tres áreas de estudio: Aspectos Generales, Oferta y Demanda, lo cual se acoge en el presente análisis.

1. ASPECTOS GENERALES

Los aspectos generales están referidos a los distintos contextos (Económico, social, político, ambiental, regulatorio, técnico, etc.) que pudieren incidir o tener relación con el presente proceso contractual, entendiendo el sector de los servicios.

1.1. Contexto Económico

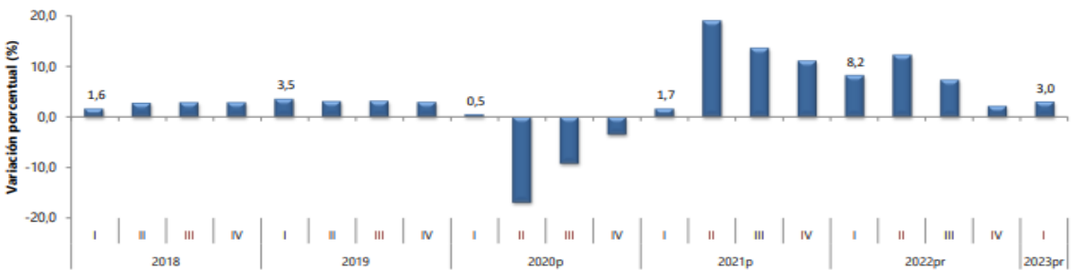
Las variables macroeconómicas describen cómo es el comportamiento de la actividad económica de un país, su análisis permite a los expertos prever como va a evolucionar la economía y su incidencia en diferentes sectores, determinando cuales tienen más potencial o qué empresas están mejor situadas.

Los indicadores nos ayudan a conocer la situación de la economía, su estructura, su nivel de competitividad y hacia dónde se dirige.

1.1.1. Producto Interno Bruto -PIB

Es el valor total de los bienes y servicios finales producidos por el país durante un trimestre definido. Sirve para encontrar la evolución, la tendencia y las transformaciones estructurales de la economía, a partir de datos comparables entre sí y con aquellos calculados para el año base.

Gráfico 1. *Producto Interno Bruto (PIB). Tasas de crecimiento en volumen[1] 2018-I-2023[pr]-I*



Fuente: DANE, Cuentas nacionales
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

[pr]preliminar
[p]provisiona

En el primer trimestre de 2023pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 3,0% respecto al mismo periodo de 2022pr (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Actividades financieras y de seguros crece 22,8% (contribuye 1,0 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; Actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 18,7% (contribuye 0,7 puntos porcentuales a la variación anual).
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 1,9% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 1,4%. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

- Explotación de minas y canteras crece 4,5%.
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; Actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 4,4%.
- Actividades financieras y de seguros crece 4,4%.

Tabla 1 *Valor agregado por actividad económica. Tasas de crecimiento en volumen[1]. Primer Trimestre 2023[pr]*

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2023[pr]-I / 2022[pr]-I	2023[pr]-I / 2022[pr]-IV
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	0,3	1,2
Explotación de minas y canteras	3,6	4,5
Industrias manufactureras	0,7	-0,6
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	1,4	0,2
Construcción	-3,1	-1,3
Comercio al por mayor y al por menor[3]	0,5	0,6
Información y comunicaciones	3,2	1,4
Actividades financieras y de seguros	22,8	4,4
Actividades inmobiliarias	1,9	0,6
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	2,3	1,8
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	1,9	2,8
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	18,7	4,4
Valor agregado bruto	**2,9**	**1,7**
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	4,4	0,3
Producto Interno Bruto	**3,0**	**1,4**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales
[p]provisional
[pr]preliminar
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.
[2]Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental.

[3]Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida.
[4]Actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades de servicios administrativos y de apoyo.
[5]Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la
salud humana y de servicios sociales.
[6]Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio.

1.1.2. EVOLUCIÓN GENERAL DE LOS SUBSECTORES DE SERVICIOS

***Tabla 2**. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de Servicios. Mayo 2023p / Mayo 2022*

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros Ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)		Contribución (PP)	
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	9,0	8,1	0,1	0,8
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	8,9	8,9	0,0	0,0
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	14,7	13,8	0,6	0,3
J	Divsión 58	Actividades de edición	-9,3	-11,3	-0,1	2,0
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	34,9	23,1	13,9	-2,1
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	3,0	0,6	0,0	2,4
J	División 61	Telecomunicaciones	-0,9	-0,5	0,2	-0,6
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	14,5	15,1	-0,5	-0,1
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	22,2	21,1	0,3	0,8
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-10,1	-10,4	0,3	0,1
M	Clase 7310	Publicidad	12,0	12,3	0,1	-0,4
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	11,9	11,9	0,0	0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	9,5	9,6	0,0	0,0
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	6,6	6,6	-0,4	0,4
P	Grupo 854	Educación superior privada	10,5	9,5	0,0	0,9
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	19,9	19,5	0,4	0,0
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	20,4	21,0	0,6	-1,2
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	14,8	12,0	1,2	1,6

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

En mayo de 2023, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con mayo de 2022

Para este estudio del sector se analizará la División 73, que incluye la clase 7310 "*Publicidad*". En esta división, los ingresos operacionales presentaron una variación positiva del 12,0%.

***Tabla 3**.Variación anual del personal ocupado total y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios. Mayo 2023p / Mayo 2022*

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado total*	Permanente	Temporal directo	Agencias	Misión** Hora cátedra***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)			
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	1,1	3,3	-2,1	-0,1	- -
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	-5,1	-0,3	-1,9	-2,9	- -
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	2,3	6,2	-3,3	-0,5	- -
J	Divsión 58	Actividades de edición	-5,4	-1,8	-3,8	0,2	- -
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	23,3	11,2	3,8	8,3	- -
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	6,1	1,2	2,7	2,2	- -
J	División 61	Telecomunicaciones	-9,8	-7,4	-0,7	-1,8	- -
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	0,5	1,6	-0,7	-0,5	- -
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	1,6	1,9	-0,3	-0,1	- -
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	2,2	3,4	0,0	-1,2	- -
M	Clase 7310	Publicidad	4,6	2,2	3,0	-0,6	- -
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	-1,8	0,0	-1,0	0,5	-1,3
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-1,1	8,5	-8,6	-1,1	- -
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	2,7	0,7	3,8	-1,8	- -
P	Grupo 854	Educación superior privada	2,0	0,3	1,8	-0,1	0,0
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	5,0	2,3	3,0	-0,3	- -
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	2,6	3,8	-0,9	-0,3	- -
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	4,7	3,4	1,8	-0,4	- -

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

En mayo de 2023, trece de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con mayo de 2022.

La División 73 presento una variación positiva del 4,6%, en el personal total ocupado. Para el caso del personal permanente presento una variación positiva del 2,2%. Mientras que el personal temporal directo presento una variación positiva del 3,0% y las agencias presento una variación negativa del -0,6% .

Tabla 4. *Variación anual de los salarios y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios. Mayo 2023p / mayo 2022*

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado sin agencias*	Permanente	Temporal directo	Misión** Hora cátedra***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	15,9	14,6	1,3	- -
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	13,5	6,3	7,2	- -
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	14,2	13,8	0,4	- -
J	Divsión 58	Actividades de edición	10,8	11,2	-0,4	- -
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	1,8	0,7	1,1	- -
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	10,1	7,2	2,9	- -
J	División 61	Telecomunicaciones	14,0	12,1	1,9	- -
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	18,6	18,3	0,3	- -
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	14,8	10,8	4,0	- -
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	15,1	10,4	4,7	- -
M	Clase 7310	Publicidad	11,7	6,7	5,0	- -
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	15,6	3,1	6,3	6,2
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	13,5	17,0	-3,5	- -
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	9,1	1,8	7,3	- -
P	Grupo 854	Educación superior privada	9,8	4,0	4,7	1,1
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	15,2	9,7	5,5	- -
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	9,8	9,8	0,1	- -
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	15,1	12,0	3,1	- -

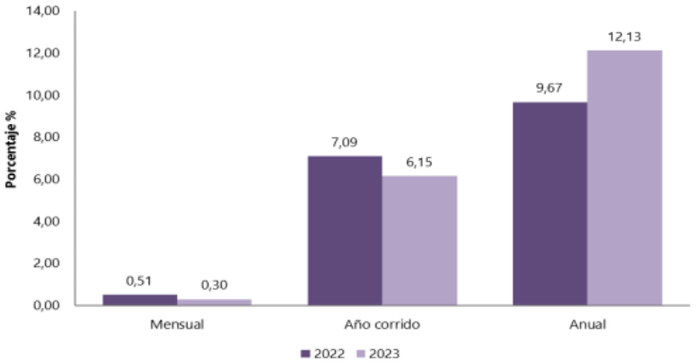
Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
***** Hace referencia a la variación de los salarios promedio del personal ocupado total excluyendo al personal contratado
a través de agencias de suministro de personal.
****** Personal en misión aplica para la sección N, divisiones 78,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

En mayo de 2023, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con mayo de 2022.

La División 73 presento una variación positiva del 11,7%, en el personal ocupado. Para el caso del personal permanente presento una variación positiva del 6,7%.

1.1.3. ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR- IPC

Gráfico 2. *IPC Variaciones Total nacional. Junio 2022 - 2023*



Fuente: DANE, IPC

En el mes de junio de 2023, el IPC registró una variación de 0,30% en comparación con mayo de 2023, siete divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,30%): Transporte (1,08%), Restaurantes y hoteles (0,56%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,48%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,48%), Salud (0,39%), Prendas de vestir y calzado (0,36%) y, por último, Bienes y servicios diversos (0,35%). Por debajo se ubicaron: Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,16%), Recreación y cultura (0,09%), Información y comunicación (0,04%), Educación (0,01%) y por último, Alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,53%).

Tabla 5. *IPC Variación y contribución año corrido. Según divisiones de gasto. Junio 2022 – 2023*

		2022		2023	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Transporte	12,93	5,14	0,66	11,36	1,44
Educación	4,41	4,98	0,20	8,89	0,33
Restaurantes y hoteles	9,43	9,75	0,97	8,72	0,91
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	11,09	0,44	7,67	0,32
Bienes y servicios diversos	5,36	6,14	0,32	7,35	0,39
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	4,14	0,07	7,34	0,12
Salud	1,71	5,09	0,09	6,75	0,11
TOTAL	100,00	7,09	7,09	6,15	6,15
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	4,00	1,30	5,10	1,57
Recreación y cultura	3,79	3,65	0,13	3,94	0,14
Prendas de vestir y calzado	3,98	4,27	0,14	3,62	0,12
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	15,76	2,77	3,53	0,70
Información y comunicación	4,33	-0,18	-0,01	0,17	0,01

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

En lo corrido del año, (enero - junio), siete divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (6,15%): Transporte (11,36%), Educación (8,89%), Restaurantes y hoteles (8,72%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (7,67%), Bienes y servicios diversos (7,35%), Bebidas alcohólicas y tabaco (7,34%) y por último, Salud (6,75%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (5,10%), Recreación y cultura (3,94%), Prendas de vestir y calzado (3,62%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (3,53%) y, por último, Información y comunicación (0,17%).

Los mayores aportes a la variación en lo corrido del año (enero - junio), se ubicaron en las divisiones de Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Transporte, Restaurantes y hoteles, Alimentos y bebidas no alcohólicas y Bienes y servicios diversos, las cuales en conjunto contribuyeron con 5,00 puntos porcentuales a la variación total.

Tabla 6. *IPC. Variaciones Porcentuales. 2003-2023*

Colombia, Indice de Precios al Consumidor (IPC)

Variaciones porcentuales
2003 - 2023

AÑO 2023, MES 6 — **Base Diciembre de 2018 = 100,00**

Mes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	1,17	0,89	0,82	0,54	0,77	1,06	0,59	0,69	0,91	0,73	0,30	0,49	0,64	1,29	1,02	0,63	0,60	0,42	0,41	1,67	1,78
Febrero	1,11	1,20	1,02	0,66	1,17	1,51	0,84	0,83	0,60	0,61	0,44	0,63	1,15	1,28	1,01	0,71	0,57	0,67	0,64	1,63	1,66
Marzo	1,05	0,98	0,77	0,70	1,21	0,81	0,50	0,25	0,27	0,12	0,21	0,39	0,59	0,94	0,47	0,24	0,43	0,57	0,51	1,00	1,05
Abril	1,15	0,46	0,44	0,45	0,90	0,71	0,32	0,46	0,12	0,14	0,25	0,46	0,54	0,50	0,47	0,46	0,50	0,16	0,59	1,25	0,78
Mayo	0,49	0,38	0,41	0,33	0,30	0,93	0,01	0,10	0,28	0,30	0,28	0,48	0,26	0,51	0,23	0,25	0,31	-0,32	1,00	0,84	0,43
Junio	-0,05	0,60	0,40	0,30	0,12	0,86	-0,06	0,11	0,32	0,08	0,23	0,09	0,10	0,48	0,11	0,15	0,27	-0,38	-0,05	0,51	**0,30**
Julio	-0,14	-0,03	0,05	0,41	0,17	0,48	-0,04	-0,04	0,14	-0,02	0,04	0,15	0,19	0,52	-0,05	-0,13	0,22	0,00	0,32	0,81	
Agosto	0,31	0,03	0,00	0,39	-0,13	0,19	0,04	0,11	-0,03	0,04	0,08	0,20	0,48	-0,32	0,14	0,12	0,09	-0,01	0,45	1,02	
Septiembre	0,22	0,30	0,43	0,29	0,08	-0,19	-0,11	-0,14	0,31	0,29	0,29	0,14	0,72	-0,05	0,04	0,16	0,23	0,32	0,38	0,93	
Octubre	0,06	-0,01	0,23	-0,14	0,01	0,35	-0,13	-0,09	0,19	0,16	-0,26	0,16	0,68	-0,06	0,02	0,12	0,16	-0,06	0,01	0,72	
Noviembre	0,35	0,28	0,11	0,24	0,47	0,28	-0,07	0,19	0,14	-0,14	-0,22	0,13	0,60	0,11	0,18	0,12	0,10	-0,15	0,50	0,77	
Diciembre	0,61	0,30	0,07	0,23	0,49	0,44	0,08	0,65	0,42	0,09	0,26	0,27	0,62	0,42	0,38	0,30	0,26	0,38	0,73	1,26	
En año corrido	6,49	5,50	4,85	4,48	5,69	7,67	2,00	3,17	3,73	2,44	1,94	3,66	6,77	5,75	4,09	3,18	3,80	1,61	5,62	13,12	**6,15**

Fuente: DANE.
Nota: La diferencia en la suma de las variables, obedece al sistema de aproximación y redondeo.
Actualizado el 10 de julio de 2023

1.1.4. TASA DE CAMBIO

La Tasa de Cambio Representativa del Mercado–TRM– es el promedio ponderado por monto de las operaciones de compra y venta de dólares de los Estados Unidos de América a cambio de moneda legal colombiana, pactadas para cumplimiento en ambas monedas el mismo día de su negociación, efectuadas por los Intermediarios del Mercado Cambiario dentro del horario que establezca el Banco de la República mediante reglamentación general. Para el cálculo de la TRM se deberán excluir las operaciones de derivados, así como las operaciones efectuadas por los Intermediarios del Mercado

Cambiario con entidades diferentes de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia y de la Nación - Ministerio de Hacienda y Crédito Público. La TRM es calculada diariamente y certificada por la Superintendencia Financiera de Colombia con base en la información disponible y la reglamentación expedida por el Banco de la República.

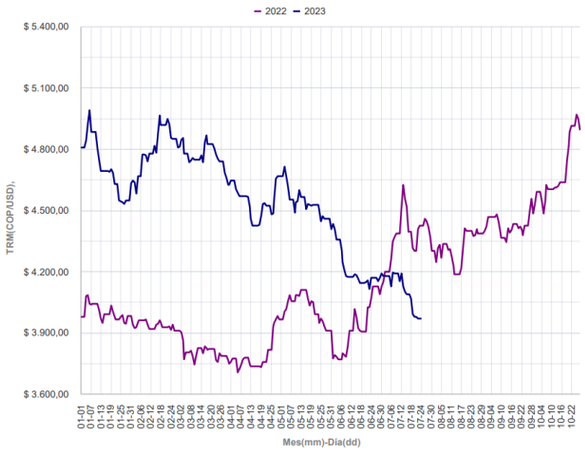
La Superintendencia Financiera de Colombia tiene la obligación de calcular y certificar la TRM y divulgarla al mercado y al público en general, conforme a lo dispuesto en el artículo 40 de la Resolución Externa No. 1 de 2018, expedida por la Junta Directiva del Banco de la República, la metodología establecida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

Tabla 7. Tasa de Cambio Representativa del Mercado (TRM). Serie histórica periodicidad mensual

Año - Mes (aaaa -mm)	Promedio mensual	Fin de mes
2023-08	4.066,87	4.085,33
2023-07	4.067,63	3.923,49
2023-06	4.213,53	4.191,28
2023-05	4.539,54	4.408,65
2023-04	4.526,03	4.669,00
2023-03	4.760,96	4.627,27
2023-02	4.802,75	4.808,14
2023-01	4.712,18	4.632,20
2022-12	4.787,89	4.810,20
2022-11	4.922,30	4.809,51
2022-10	4.714,96	4.819,42
2022-09	4.437,31	4.532,07
2022-08	4.326,77	4.400,16

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (www.superfinanciera.gov.co).

Gráfico 3. *Tasa de cambio representativa del mercado (TRM). Comparativo año actual y año anterior periodicidad diaria.*



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (www.superfinanciera.gov.co).

La variación de la TRM ha presentado en los últimos meses una tendencia a la baja, el precio de la divisa no ha logrado mantenerse estable, por lo que este aspecto es importante considerarlo toda vez que hay que adquirir bienes y servicios que están subordinados al precio del dólar.

1.2. CONTEXTO TÉCNICO

1.2.1. PUBLICIDAD EN VALLAS

El artículo 74 de la Constitución Política establece: "Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la Ley…", el artículo precedente hace posible el ejercicio del derecho a la información, y de esta manera los demás derechos fundamentales ligados al mismo. Según la Corte Constitucional en Sentencia No. T-473 de 1992expresa: "El derecho a la información no es solamente el derecho a informar, sino también el derecho a estar informado. El artículo 74 de la Constitución Nacional, al consagrar el derecho de acceder a los documentos públicos, hace posible el ejercicio del derecho a la información, y de esta manera los demás derechos fundamentales ligados al mismo. El acceso a los documentos públicos no se traduce necesariamente en una petición o en la adquisición de nueva información. Es, pues, independiente tanto de la petición como de la información y, como tal, plenamente autónomo y con universo propio".

Adicionalmente la Ley 1712 de 2014 "Por medio del cual se crea la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional", establece en su artículo 3 (…) el Principio de divulgación proactiva de la información, en los siguientes términos: "El derecho de acceso a la información no radica únicamente en la obligación de dar respuesta a las peticiones de la sociedad, sino también en el deber de los sujetos obligados de promover y generar una cultura de transparencia, lo que conlleva la obligación de publicar y divulgar documentos y archivos que plasman la actividad estatal y de interés público, de forma rutinaria y proactiva, actualizada, accesible y comprensible, atendiendo a límites razonables del talento humano y recursos físicos y financieros".

En ese orden de ideas y con el fin de aprovechar todo tipo de elementos de publicidad que permitan informar a los contribuyentes, la Secretaría de Hacienda está interesada en contratar los servicios publicitarios mediante pantallas electrónicas tipo vallas, como estrategia de fortalecimiento institucional, las cuales deberán estar ubicadas en lugares con grandes flujos de personas, lo cual se definirá en el presente estudio previo teniendo en cuenta los recursos económicos con los que se cuentan, entre otras variables significativas que se identifiquen, con el fin de generar un alto impacto de comunicación con la comunidad.

Así las cosas, en desarrollo del derecho fundamental de acceso a la información pública y el principio de divulgación proactiva de la información, se requiere que el ciudadano este informado permanentemente de la información institucional, asegurando herramientas al ciudadano para el control social y la

participación ciudadana.

SERVICIOS	HORARIOS	OPCIONES DE UBICACIÓN DE LAS PANTALLAS	DESCRIPCION	TIEMPO DE EJECUCIÓN
PANTALLAS ELECTRONICAS TIPO VALLA CON TECNOLOGIA LED DE ALTO IMPACTO, DISTANCIA DE VISION ÓPTIMA MINIMO 10 MTS.	6:00 A.M a 10:00 P.M	- SECTOR LA CASTELLANA NORTE - LOS EJECUTIVOS - AMPARO - COREANO - GORETTI - BOCAGRANDE	PAUTA EN 10 VALLAS DIGITALES POR 15 SEGUNDOS CON REPETICIONES CADA 5 MINUTOS FORMATO MP4, TAMAÑO MÍNIMO DE 45 METROS CUADRADOS Y 1920 X 640 PIXELES	DOS (2) MESES

i. **Destinación:** Las pantallas Electrónicas tipo vallas prestarán sus servicios a la Secretaría de Hacienda de la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias de Lunes a Domingo las de 6:00 A.M a 10:00 P.M, 1 pauta publicitaria que será transmitida cada 5 Minutos con una duración de 15 segundos por pantalla.
ii. **Mantenimiento:** La oferta de servicios deberá incluir dentro de su propuesta el mantenimiento preventivo y correctivo que se requiera durante la vigencia del contrato.
iii. El proponente deberá garantizar la oportuna y satisfactoria utilización de las pantallas electrónicas.
iv. **Lugar de ejecución:** Dentro de la jurisdicción del Distrito de Cartagena en especial SECTOR LA CASTELLANA NORTE, LOS EJECUTIVOS, AMPARO, COREANO, GORETTI, BOCAGRANDE.

1.3. MARCO REGULATORIO

LEY 182 DE 1965 que se encuentra vigente en aquellos aspectos que no contraríen LEY 1341 DE 2009: Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.

Ley 1341 de 2009, define principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–.

LEY 1474 DE 2011, Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. Art. 10- Presupuesto de publicidad.

LEY 1712 DE 2014: ´Por la cual se crea la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional; con la cual se busca regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de la información.

LEY 1978 DE 2019: “por la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones”

DECRETO 1078 DE 2015: "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones".

La Comisión de Regulación de Telecomunicaciones (CRT), de que trata la Ley 142 de 1994, se denominará Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Unidad Administrativa Especial, con independencia administrativa, técnica y patrimonial, sin personería jurídica adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

La Comisión de Regulación de Comunicaciones es el órgano encargado de promover la competencia, evitar el abuso de posición dominante y regular los mercados de las redes y los servicios de comunicaciones; con el fin que la prestación de los servicios sea económicamente eficiente, y refleje altos niveles de calidad.

La Superintendencia de Industria y Comercio es el organismo encargado del control y vigilancia administrativa y contable, así como de lo referente a la protección de la libre competencia del sector. La actividad de la SIC está orientada a fortalecer los procesos de desarrollo empresarial y los niveles de satisfacción del consumidor colombiano.

Comercialmente está regulado por el Código de Comercio, por cuanto se establecen características especiales para el cumplimiento del objeto del presente proceso de licitación pública, y son servicios que se encuentran en el mercado regulado por las normas de comercio colombiano

RESOLUCIÓN 3066 DE 2011, Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones.

Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria: Expedido por la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (Conarp), el Código es una regulación ponderada, con principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio. • Ley 1474 de 2011, Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. Art. 10- Presupuesto de publicidad.

2. OFERTA

Este servicio puede ser ofrecido por diferentes empresas las cuales van desde las dueñas de las vallas o espacios publicitarios hasta agencias de publicidad que subcontratan el servicio. Algunas de estas empresas se encuentran afiliadas a la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias “UCEP”.
La UCEP es la asociación gremial colombiana que representa a la industria publicitaria y, en particular, a las agencias creativas y de medios.

La UCEP cuenta con un Consejo Directivo el cual se encuentra integrado por 7 miembros principales y sus respectivos suplentes y las asambleas sectoriales quienes cuentan con un Consejo Sectorial.

2.1. Clasificación de las Empresas

En Colombia la normatividad fija rangos en tres macrosectores (manufactura, servicio y comercio) para clasificar a las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.

La nueva clasificación establecida por el Gobierno Nacional permite al fortalecer el alcance de los diferentes instrumentos de política pública, especialmente los enfocados en el segmento Mipyme.

El Decreto 957 de 2019 por medio del cual se establece una nueva clasificación del tamaño empresarial basada en el criterio único de ingresos por actividades ordinarias, señala una nueva clasificación para

las empresas.

Lo primero que establece este decreto es la definición de ingresos por actividades ordinarias, que son aquellos que se originan en el curso de las actividades ordinarias de la empresa, tales como las actividades de operación y otras que no son consideradas como actividades de inversión o financiación, de conformidad con el marco de información financiera aplicado por la empresa.

De acuerdo con la anterior, definición se hace una clasificación de acuerdo al sector económico así:

SECTOR	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
Manufacturero	Inferior o igual a 23.563 UVT.	Superior a 23.563 UVT e inferior o igual a 204.995 UVT.	Superior a 204.995 UVT e inferior o igual a 1’736.565 UVT.
Servicios	Inferior o igual a 32.988 UVT.	Superior a 32.988 UVT e inferior o igual a 131.951 UVT.	Superior a 131.951 UVT e inferior o igual a 483.034 UVT.
Comercio	Inferior o igual a 44.769 UVT.	Superior a 44.769 e inferior o igual a 431.196 UVT.	Superior a 431.196 UVT e inferior o igual a 2’160.692 UVT.

Fuente: Decreto 957 de 2019

Considerando el alcance del tipo de servicio que se requiere el tamaño de la empresa juega un papel importante en los niveles de costos, el sector micro empresarial y pyme constituyen una oferta importante considerando además que evidencian indicadores financieros importantes que dan garantía a la contratación.

2.2. ANALISIS DE OFERENTES

Para establecer quienes pueden ser los posibles oferentes para el proceso contratación que se pretende adelantar se revisara la CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS Revisión 4 adaptada para Colombia CIIU Rev. 4 A.C.

DIVISIÓN 73 PUBLICIDAD Y ESTUDIOS DE MERCADO

Esta división comprende la creación de campañas de publicidad y la inserción de anuncios publicitarios en revistas, periódicos, programas de radio y televisión u otros medios de difusión, así como también el diseño de estructuras y sitios de exposición. También se incluye la realización de estudios de mercado.

731 7310 PUBLICIDAD

Esta clase incluye:

- ✓ El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.
- ✓ La creación y la realización de campañas de publicidad que incluyen:
  - Creación y colocación de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio, televisión, Internet y otros medios de difusión.

- Creación y colocación de anuncios de publicidad exterior; por ejemplo, mediante carteles, carteleras, tableros, boletines, decoración de vitrinas, diseño de salas de exhibición con fines publicitarios, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, entre otros.
- Representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios.
- Publicidad aérea.
- Distribución y entrega de material publicitario o muestras.
- Alquiler de espacios publicitarios en vallas publicitarias, etc.
- Creación de stands y otras estructuras y sitios de exhibición con fines publicitarios.

✓ El manejo de campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios, dirigidos a atraer y retener clientes:
- Promoción de productos.
- Comercialización en puntos de venta.
- Publicidad directa vía correo.
- Consultoría en comercialización.

Esta clase excluye:

✓ La edición impresa o en formato electrónico de material publicitario. Se incluye en la clase 5819 «Otros trabajos de edición».
✓ La producción de avisos comerciales para radio, televisión y salas de cine o teatros. Se incluye en la clase 5911 «Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión».
✓ Las actividades de relaciones públicas. Se incluyen en la clase 7020 «Actividades de consultoría de gestión».
✓ Los estudios de mercados. Se incluye en la clase 7320 «Estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública».
✓ Las actividades de diseño gráfico se incluyen en la clase 7410 «Actividades especializadas de diseño».
✓ La fotografía publicitaria. Se incluye en la clase 7420 «Actividades de fotografía».
✓ La organización de convenciones y eventos comerciales. Se incluye en la clase 8230 «Organización de convenciones y eventos comerciales».

3. DEMANDA

Se buscaron procesos contractuales adelantados por la entidad encontrando la siguiente información:

Borrar búsqueda

País	Entidad Estatal	Referencia	Descripción	Fase actual	Fecha de publicación	Fecha de presentación de ofertas	Cuantía	Estado	
	ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	MC-SHD-008-2022	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS MEDIANTE PANTALLAS ELECTRONICAS TIPO VALLAS PARA DAR A CONOCER LA CAMPAÑA DE COBRO DE IMPUESTOS DISTRITALES A LA CIUDADANÍA	Presentación de oferta	21/11/2022 6:35 PM (UTC -5 horas)	25/11/2022 3:00 PM (UTC -5 horas)	49.639.500 COP	Proceso adjudicado y celebrado	Detalle
	ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	MC-SHD-006-2022	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS MEDIANTE PANTALLAS ELECTRONICAS TIPO VALLAS PARA DAR A CONOCER LA CAMPAÑA DE COBRO DE IMPUESTOS DISTRITALES A LA CIUDADANÍA INFORMACIÓN	Presentación de oferta	14/10/2022 5:41 PM (UTC -5 horas)	21/10/2022 5:00 PM (UTC -5 horas)	99.279.000 COP	Proceso cancelado	Detalle

País	Entidad Estatal	Referencia	Descripción	Fase actual	Fecha de publicación	Fecha de presentación de ofertas	Cuantía	Estado	
	ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	MC-SHD-003-2021	PRESTACION DE SERVICIOS DE PUBLICACION DE MENSAJES INSTITUCIONALES EN MEDIO DE COMUNICACION ESCRITA	Presentación de oferta	27/10/2021 12:53 PM (UTC -5 horas)	2/11/2021 3:00 PM (UTC -5 horas)	53.999.955 COP	Proceso adjudicado y celebrado	Detalle

∇	Número de Proceso	Tipo de Proceso	Estado	Entidad	Objeto	Departamento y Municipio de Ejecución	Cuantía	Fecha (dd-mm-aaaa)
1	SHD-008-2019	Contratación Mínima Cuantía	Celebrado	BOLÍVAR - ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	PRESTACION DE SERVICIOS DE TRANSMISION Y DIFUSION DE MENSAJES INSTITUCIONALES EN MEDIO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER INFORMACION RELACIONADA CON LOS INCENTIVOS TRIBUTARIOS EN LA SECRETARIA DE HACIENDA DE LA ALCALDIA MAYOR DE CARTAGENA DE INDIAS	Bolívar : Cartagena	$25.000.000,00	Fecha de Celebración del Primer Contrato 06-03-2019

1	SHD-002-2020	Contratación Mínima Cuantía	Celebrado	BOLÍVAR - ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	PRESTACION DE SERVICIOS DE TRANSMISION Y DIFUSION DE MENSAJES INSTITUCIONALES EN MEDIO DE COMUNICACIÓN RADIAL, PARA DAR A CONOCER LOS INCENTIVOS TRIBUTARIOS DENTRO DE LA CAMPAÑA DE "PRONTO PAGO DEL IMPUESTO PREDIAL UNIFICADO VIGENCIA 2020, EN LA SECRETARIA DE HACIENDA DE LA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA INDIAS	Bolívar : Cartagena	$85.067.839,00	Fecha de Celebración del Primer Contrato 09-03-2020
1	SHD-003-2020	Contratación Mínima Cuantía	Celebrado	BOLÍVAR - ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA PUBLICACIÓN DE AVISO EN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITA PARA DAR A CONOCER INFORMACION RELACIONADA CON LOS INCENTIVOS TRIBUTARIOS DENTRO DE LA CAMPAÑA DE "PRONTO PAGO DEL IMPUESTO PREDIAL UNIFICADO VIGENCIA 2020, EN LA SECRETARIA DE HACIENDA DE LA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA INDIAS	Bolívar : Cartagena	$29.367.999,00	Fecha de Celebración del Primer Contrato 13-03-2020

3.1. ACUERDOS COMERCIALES

De acuerdo con la definición contenida en el artículo 2.2.1.1.1.3.1. del Decreto 1082 de 2015, los Acuerdos Comerciales son tratados internacionales vigentes celebrados por el Estado colombiano, que contienen derechos y obligaciones en materia de compras públicas, en los cuales existe como mínimo el compromiso de trato nacional para: (i) los bienes y servicios de origen colombiano y (ii) los proveedores colombianos.

El Distrito realizó la aplicabilidad de los Acuerdos comerciales de acuerdo a las tres reglas emitidas en el Manual para el manejo de los Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación emitido por Colombia Compra:

Regla 1. Si la Entidad Estatal no hace parte de las Entidades Estatales incluidas en el Acuerdo Comercial, el Proceso de Contratación no está cubierto por este y en consecuencia, no es necesario hacer análisis adicional alguno.
Regla 2. Si la Entidad Estatal está incluida en el Acuerdo Comercial y el presupuesto oficial del Proceso de Contratación es inferior al valor a partir del cual el Acuerdo Comercial es aplicable, el Proceso de Contratación no está cubierto y en consecuencia, no es necesario hacer análisis adicional alguno.
Regla 3. Si la Entidad Estatal está incluida en el Acuerdo Comercial y el presupuesto oficial del Proceso de Contratación es superior al valor a partir del cual el Acuerdo Comercial es aplicable, la Entidad Estatal debe determinar si hay excepciones aplicables al Proceso de Contratación. Si no hay excepciones, el Acuerdo Comercial es aplicable al Proceso de Contratación

En observancia del numeral 8 del Artículo 2.2.1.1.2.1.1. del Decreto 1082 de 2015, a continuación, se muestra la aplicación de los Acuerdos Internacionales o Tratados de Libre Comercio para el Nivel Municipal (Anexo 2 –Manual Acuerdos Comerciales) de acuerdo a las reglas antes descritas, y teniendo en cuenta el Presupuesto Oficial del proceso que se deriva del presente Estudio de Mercado.

ACUERDOS COMERCIALES		ENTIDAD ESTATAL INCLUIDA	PRESUPUESTO DEL PROCESO DE CONTRATACION INFERIOR AL VALOR APLICABLE DEL ACUERDO COMERCIAL	EXCEPCION APLICABLE AL PROCESO DE CONTRATACION	PROCESO DE CONTRATACION CUBIERTO POR EL ACUERDO COMERCIAL
ALIANZA PACIFICO	CHILE	SI	SI		NO
	MEXICO	NO			NO
	PERU	SI	SI		NO
CANADA		NO			NO
CHILE		SI	SI		NO
COREA		NO			NO
COSTA RICA		SI	SI		NO

ACUERDOS COMERCIALES		ENTIDAD ESTATAL INCLUIDA	PRESUPUESTO DEL PROCESO DE CONTRATACION INFERIOR AL VALOR APLICABLE DEL ACUERDO COMERCIAL	EXCEPCION APLICABLE AL PROCESO DE CONTRATACION	PROCESO DE CONTRATACION CUBIERTO POR EL ACUERDO COMERCIAL
ESTADOS UNIDOS		NO			NO
ESTADOS AELC		SI	SI		NO
MEXICO		NO			NO
TRIANGULO NORTE	**EL SALVADOR**	NO			NO
	GUATEMALA	SI	NO	SI	NO
	HONDURAS	NO			NO
UNION EUROPEA		NO			NO
COMUNIDAD ANDINA		SI	NO	NO	SI

En conclusión, el Distrito de Cartagena por ser una Ente Territorial del nivel Distrital y atendiendo el presupuesto estimado para el presente proceso de selección y aplicando excepción al presente tipo de contratación, no puede recibir y aplicar trato nacional a los proponentes, bienes y servicios de los siguientes acuerdos comerciales: Alianza pacifico, Canadá, Chile, Corea, Costa Rica, Estados Unidos, Estados AELC, Triángulo Norte y Unión Europea. Sin embargo, si puede recibir y aplicar trato nacional a los proponentes, bienes y servicios de los siguientes acuerdos comerciales: Comunidad Andina.

Vale anotar que cuando haya lugar a la aplicación de alguna excepción, Colombia Compra Eficiente recomienda incluir en los Documentos del Proceso la excepción existente. Si el Proceso de Contratación está cubierto por el Acuerdo Comercial, la Entidad Estatal debe asegurarse de que el plazo entre la fecha de publicación del aviso de convocatoria y la fecha de presentación de ofertas sea mayor o igual al establecido en el Acuerdo Comercial. Adicionalmente, la Entidad Estatal debe dar aplicación al compromiso de Trato Nacional y, tratar como colombianos a los bienes y servicios del Estado con el cual Colombia suscribió el Acuerdo Comercial.

La Entidad Estatal también debe conceder el mismo trato que da a los bienes y servicios colombianos a aquellos bienes y servicios de Estados con los cuales, a pesar de no existir un Acuerdo Comercial, el Gobierno Nacional ha certificado reciprocidad. Es decir, cuando el Gobierno Nacional con base en la revisión y comparación de la normativa en materia de compra pública de dicho Estado, ha certificado que en ese Estado los bienes y servicios colombianos gozan del mismo trato que los bienes y servicios de dicho Estado o que no existe en dicho Estado ninguna medida que fomente el desarrollo local o mejore las cuentas de la balanza de pagos. Las certificaciones expedidas por el Ministerio de Relaciones Exteriores están publicadas en la página web de Colombia Compra Eficiente (https://www.colombiacompra.gov.co/compradores/secop-i/certificados-de-trato-nacional-por-reciprocidad), y su contenido debe ser verificado pues no en todos los casos la Entidad Estatal debe conceder dicho trato.

CERTIFICADOS DE TRATO NACIONAL POR RECIPROCIDAD

▼ Inexistencia de trato nacional

- Argentina
- Aruba
- Australia
- Brasil
- China
- Panamá
- Paraguay
- República Dominicana
- Turquía
- Uruguay

Cartagena, Septiembre 2023

LORENA VALECILLOS MOLINARES
Asesora Financiera Externa - UIC
Secretaría de Hacienda
Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias

Revisó: Jaisis Castro T. – Asesor Financiero Externo - UIC