ESTUDIO DEL SECTOR

CONTENIDO

Objeto.

Clasificación UNSPSC.

Sector al cual pertenece.

A. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1. Económico.

2. Técnico.

3. Regulatorio.

4. Otros Aspectos.

B. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO

1. ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?

2. ¿Cómo adquieren otras Entidades Estatales este bien, obra o servicio?

C. ESTUDIO DE LA OFERTA

1. ¿A quién se va a comprar?

D. ESTUDIO DEL MERCADO

ESTUDIO DEL SECTOR

De conformidad con el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 el cual establece que la Entidad Estatal deberá hacer durante la etapa de planeación el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo.

La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso. El análisis del sector permite establecer el contexto del Proceso de Contratación, identificar algunos de los Riesgos y determinar los requisitos habilitantes.

La Gobernación de Córdoba con lo establecido en la guía para la elaboración de estudios del sector de Colombia Compra Eficiente **GEES – versión 2 del 24 de junio de 2022**. estructura el análisis del sector del siguiente proceso en las siguientes áreas.

A. Aspectos Generales

B. Comportamiento del Gasto Histórico

C. Estudio de la Oferta

D. Estudio del Mercado

OBJETO: CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA DESARROLLAR E IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE INFORMACIÓN EN SALUD DE LAS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES TRANSMISIBLES, PROGRAMA AMPLIADO DE INMUNIZACIÓN, SALUD AMBIENTAL, Y LOS DIFERENTES PROGRAMAS DE SALUD PÚBLICA EN EL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA.

CLASIFICACIÓN UNSPSC

De Conformidad con el clasificador de bienes y servicios de Naciones Unidas, versión 14 del UNSPSC, consultado en la página web. www.colombiacompra.gov.co/clasificacion, el objeto a contratar se encuentra codificado así:

CODIGO UNSPSC	GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE
821015	(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	(10) Publicidad	(15) Publicidad impresa
821016	(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	(10) Publicidad	(16) Publicidad difundida
821018	(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	(10) Publicidad	(18) Servicios de agencia de publicidad

SECTOR AL CUAL PERTENECE

El sector servicios o sector terciario es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales. Generan servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de cualquier población en el mundo. Incluye subsectores como comercio, comunicaciones, centro de llamadas, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), entre otros.

Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de los otros sectores (sector primario y sector secundario). Aunque se le considera un sector de la producción, propiamente su papel principal se encuentra en los dos pasos siguientes de la actividad económica: la distribución y el consumo. Recuperado en https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios

ASPECTOS GENERALES

Con una penetración del 91% de los hogares y un consumo diario de cuatro horas en promedio, la televisión es el sector más importante para los colombianos. Si se observa solamente las cifras de 800 operadores de televisión (nacional, regional, local, comunitaria y por suscripción) el sector parece muy diverso y pluralista. Pero al analizar las cuotas de audiencia se observa que el 80% de la audiencia de la televisión está concentrada en solamente dos canales nacionales privados: RCN y Caracol. Pero no siempre fue así; La televisión fue inaugurada en Colombia el 13 de junio de 1954, durante el gobierno del general Gustavo Rojas Pinilla, quien quedó impresionado por el nuevo invento durante su estadía en la Alemania nazi como agregado militar. Con la ayuda de técnicos extranjeros, especialmente cubanos, fue fundamental para el arranque de la televisión en Colombia, que se hizo con equipos traídos desde Alemania y Estados Unidos. En sus comienzos la televisión colombiana fue pública, con un énfasis en lo educativo y cultural, pero pronto surgiría un esquema de concesión mediante el cual el Estado se encargaba de la infraestructura televisiva y entregaba espacios dentro de los canales para que empresas privadas se encargaran de la programación por eso se les conocía como programadoras, esquema "mixto" similar al de la televisión estadounidense, en que las cadenas o canales emitían programación que no producían.

El Estudio de audiencias de Televisión de Kantar Ibope Media8 evidencia que, en el 2019, los canales públicos nacionales ganaron participación por primera vez en los últimos 5 años y que, en el mismo periodo, los regionales continuaron el proceso de recuperación de audiencias y llegaron a niveles máximos que no alcanzaba desde el 2014. Estos resultados se dan dentro del marco de la aprobación de la Ley 1978 de 2019 de modernización del sector TIC que garantiza los recursos para el fortalecimiento y modernización de la televisión pública y el desarrollo de producciones que reflejen los intereses y el patrimonio cultural de los colombianos. Es de resaltar la inversión hecha por el Gobierno Nacional en el 2019, la cual les permitió a los canales públicos aumentar el número de producciones y afianzar la calidad de sus contenidos, factor que reconoce la audiencia. Fueron $ 267.480 millones, entre los que se encuentran $ 42.100 millones aportados por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). Para 2020, el Gobierno destinó $ 291.500 millones para que la televisión pública continúe produciendo contenidos que cautiven a más colombianos. Esta es la inversión más grande hecha en la historia en los canales públicos nacionales y regionales. Adicionalmente al fortalecimiento de sus contenidos, la televisión se está transformando para pasar de analógica a digital. Esta nueva tecnología, más conocida como la Televisión Digital Terrestre (TDT), cuenta con una cobertura poblacional del 92,6%. Con la TDT, los colombianos cuentan ya con alta calidad en imagen y sonido, multicanalidad y mayor oferta de programas de manera totalmente gratuita. Para disfrutar de estos beneficios solo es necesario que los hogares adquieran un decodificador o un televisor con el sintonizador TDT incorporado y una antena de techo. Con el fortalecimiento de la televisión pública, el Gobierno le apuesta a garantizar esta importante herramienta de libertad de expresión y de salvaguarda del patrimonio cultural y audiovisual de los colombianos.

Como es de dominio público, la publicidad en televisión es actualmente y desde hace muchos años la publicidad líder. La que mayores impactos consigue; aunque actualmente ya empieza a ver su dominio atacado por la publicidad online; mucho más económica que la publicidad en televisión.

La publicidad en televisión es de alcance masivo, por tanto, publicidad ATL; siglas que corresponden a publicidad above the line y cuya definición viene a describir precisamente al grupo de medios (y soportes que la conforman) que utiliza medios masivos. La publicidad en televisión es el medio; y cada uno de los canales de televisión que la componen.

Este tipo de publicidad empezó en 1958 ya que los anunciantes la demandaban encarecidamente y tuvo un fuerte auge en 1959. Inicialmente no se llamaban spots a los anuncios de televisión sino cuñas en vivo. Con las televisiones privadas cayeron las tarifas de los spots de publicidad en televisión y, lógicamente se pasó a un claro aumento. Estos están expuestos a una verificación o examen para su aprobación de emisión que realiza cada canal - varían los días, aproximadamente entre el 3 y 15 en función del canal, y para contratar un espacio se ha de realizar una orden de contratación. Los anuncios publicitarios que se emiten en televisión, generalmente tienen una duración de 20 segundos aproximadamente, tienen un alto impacto, pero también una importante inversión en creatividad, desarrollo, producción y emisión que limitan este tipo de publicidad a los grandes anunciantes, aunque, con la irrupción de canales de televisión locales, principalmente, muchos anunciantes locales y PYMES ya aparecen en las televisiones de sus áreas de influencia con spots televisivos.

Soportes publicitarios propios de la publicidad televisiva

Patrocinio de programas televisivos o bartering. Es cuando el anunciante paga el costo total o parcial de la producción de un programa de televisión a cambio de la mención o promoción de su marca o producto durante la transmisión del mismo.

Posicionamiento de producto. También llamado product placement, es cuando los personajes de un programa de televisión utilizan, portan o mencionan un producto, su marca, su logo o sus beneficios de forma implícita dentro de la trama del mismo. Es común su uso en producciones dramatizadas, como series, telenovelas o películas.

Spots. Son mensajes audiovisuales contratados por empresas a los canales de televisión para transmitir su mensaje a la audiencia. Su duración se encuentra usualmente entre los 10 y los 60 segundos, aunque a veces estos anuncios se recortan a 5 segundos.

Infomerciales. Anuncios de más de un minuto de duración y que, por lo general, duran media hora e imitan los formatos de programas talk show comunes para promocionar un producto.

Promocionales o promos. Básicamente es la auto publicidad institucional de un canal de televisión.

La planificación de medios es la disciplina de la publicidad encargada de hacer llegar los mensajes publicitarios al mayor número de personas del público objetivo. Esto se hace por medio de la selección de los medios y soportes más adecuados para cada ocasión y buscando siempre el menor coste posible. La planificación de medios es la puesta en marcha de diferentes estrategias y tácticas para difundir un mensaje publicitario a través de los medios de comunicación que se tenga disponibles con un presupuesto limitado. Estas estrategias conllevan un conocimiento absoluto del cliente, anunciante, los productos, precios, estrategias de marketing y ventas, así como de los competidores. Intentando anticipar a la competencia siempre a través de los medios.

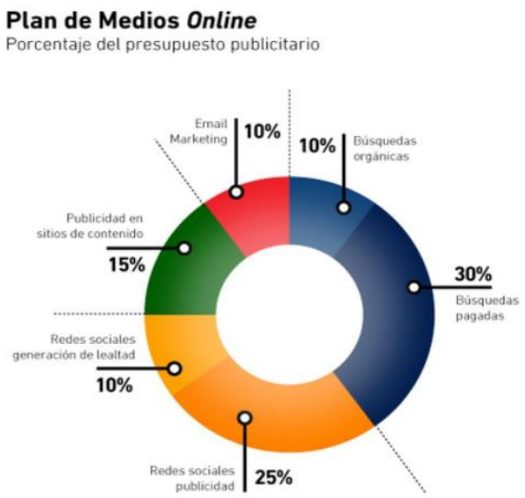
Se entiende como Medios:

Convencionales: televisión, radio, cine, prensa, revistas, suplementos, exterior Digitales: en línea (y todo lo que conlleva), redes sociales, buscadores, blogs, mobile, etc... Especiales: acciones de street marketing, stands, buzoneo, azafatas, acciones ad-hoc, etc...

Un planificador de medios tiene que formar parte del anunciante.

Un planificador observa constantemente lo que hace la competencia de los clientes, busca nuevas posibilidades para transmitir los mensajes, a veces de tiene que inventar canales, se posiciona con los resultados. Cuanta más información se pueda conseguir de los clientes, más útil y eficiente será la tarea

Fuente: https://www.ceupe.com/blog/planificacion-de-medios.html



Fuente: https://co.pinterest.com/pin/102597697733510785/

1. Económico. Se evidencia que la televisión nacional, la radio y la prensa son los medios que más han recibido dinero para publicidad en lo que va del año. Asomedios y la Asociación Colombiana de Medios de Información dieron a conocer la inversión publicitaria neta de los diferentes medios de comunicación en junio y en lo que va del año.

En el reporte, se evidencia que la televisión nacional, la radio y la prensa son los medios que más han recibido dinero para publicidad en lo que va del año, con $434.435 millones, $233.771 millones y $108.096 millones, respectivamente. Sin embargo, la pauta publicitaria cayó en todos los medios de comunicación, siendo las de prensa y televisión nacional las más pronunciadas, cada una con bajas de 13,9% y 12,8%.

En las que cayeron en recepción de publicidad durante el semestre, pero con menor fuerza, estuvo la publicidad en vía pública (0,1%), las revistas (-4,3%) y radio (-7,8%)

La televisión regional y la publicidad en vía pública fue donde más creció la inversión en junio. La primera reportó un alza de 30,1% frente al mismo periodo de 2022 y la segunda de 19,9%.

Por inversión en junio, los mayores montos de gasto en publicidad llegaron a la televisión nacional con $89.921 millones, luego a la radio con $49.272 millones, continúa la publicidad en calle con $ 22.221 millones y la televisión regional y local con una cifra de colocación de $6.241 millones. La más baja fue para las revistas, que recibieron $830 millones en publicidad en el sexto mes del año.

En total, la publicidad en medios dejó $187.898 de ingresos para los medios de comunicación mencionados al cierre de junio y de $ 916.521 al cierre del semestre, que es 10,1% menos que en 2022.1



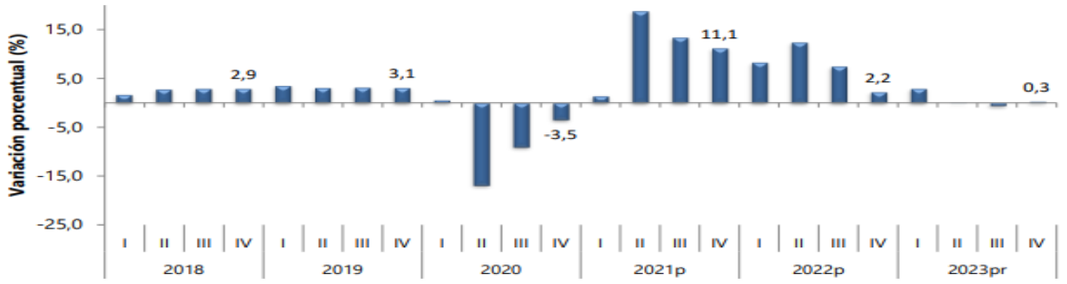
1 https://www.larepublica.co/empresas/asi-se-comporto-la-pauta-publicitaria-al-cierre-del-semestre-en-medios-de-comunicacion-3670452

Boletín técnico

Bogotá D.C.
15 de febrero de 2024

Producto Interno Bruto (PIB)
IV trimestre 2023 preliminar

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2018-I / 2023pr-IV



Fuente: DANE, CT

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2023pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2023pr/ 2022p	2023pr-IV / 2022p-IV	2023pr-IV/ 2023pr-III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,8	6,0	2,7
Explotación de minas y canteras	2,6	0,3	-3,5
Industrias manufactureras	-3,5	-4,8	-0,4
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	2,1	3,0	0,6
Construcción	-4,2	-1,6	1,6
Comercio al por mayor y al por menor[3]	-2,8	-2,3	1,6
Información y comunicaciones	1,4	3,1	1,8
Actividades financieras y de seguros	7,9	5,5	4,7
Actividades inmobiliarias	1,9	1,9	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	0,2	0,4	0,5
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	3,9	3,8	-0,6
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	7,0	-3,0	1,2
Valor agregado bruto	**0,6**	**0,4**	**-0,2**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	0,4	-0,5	0,9
Producto Interno Bruto	**0,6**	**0,3**	**0,04**

Fuente: DANE, CT

Información y comunicaciones

Para el año 2023pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 1,4%, respecto al año 2022p. En el cuarto trimestre de 2023pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 3,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2022p. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 1,8%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 8).2

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2023pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2023pr/ 2022p	2023pr-IV / 2022p-IV	2023pr-IV/ 2023pr-III
Información y comunicaciones	**1,4**	**3,1**	**1,8**

Fuente: DANE, CT

Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios

Para el año 2023pr, el valor agregado de las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no

2 https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-IVtrim2023.pdf

diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 7,0%, respecto al año 2022p .

Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 13):

• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 7,9%.

• 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 2,4%.

En el cuarto trimestre de 2023pr, el valor agregado de las 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 decrece 3,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2022p.

Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 13):

• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios decrece 3,3%.

• 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 decrece 1,9%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las 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 en 1,2%, explicado por:

• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 0,3%.

• 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 0,3%.

Tabla 13. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Cuarto trimestre 2023pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2023pr/ 2022p	2023pr-IV / 2022p-IV	2023pr-IV/ 2023pr-III
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	7,9	-3,3	0,3
Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores[3]	2,4	-1,9	0,3
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades[1]	**7,0**	**-3,0**	**1,2**

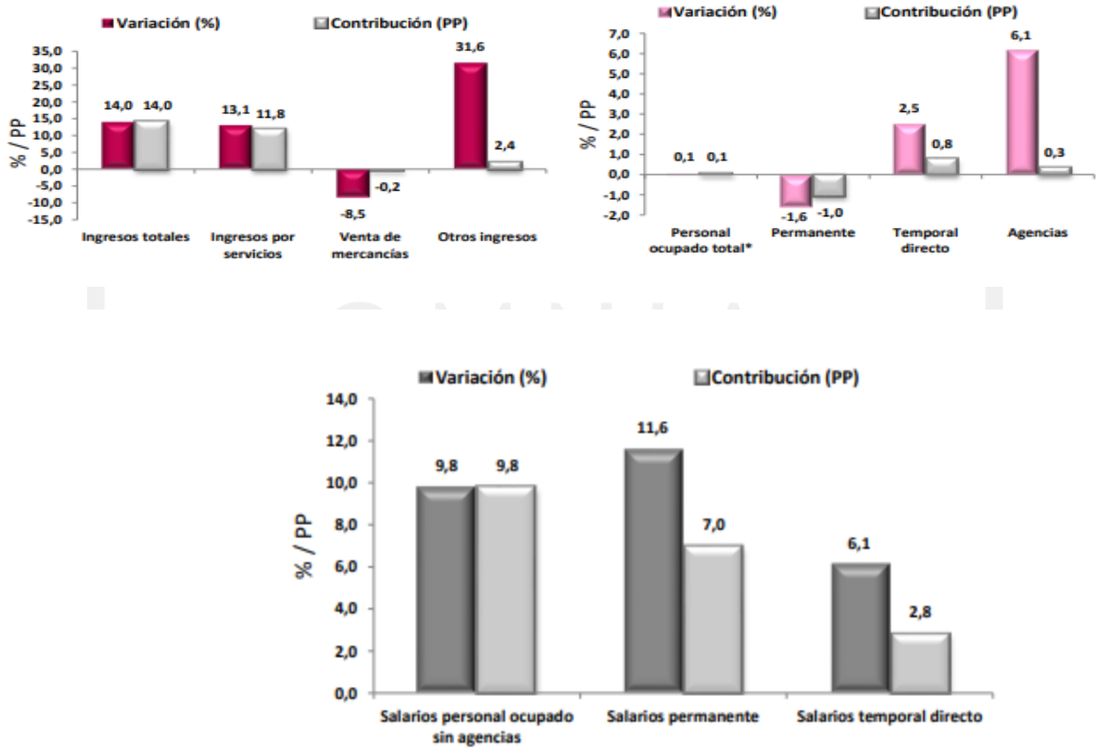
Fuente: DANE, CT

Otros servicios de entretenimiento y otros servicios

Variación anual: febrero 2024 / febrero 2023

En febrero de 2024, los servicios de otros servicios de entretenimiento y otros servicios registraron una variación positiva de 14,0% en los ingresos nominales, el personal ocupado total presentó un crecimiento de 0,1% y los salarios registraron un aumento de 9,8%, en comparación con febrero de 2023. (Gráfico 3)

Gráfico 3. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación
Otros servicios de entretenimiento y otros servicios
Total nacional
Febrero 2024ᵖ



Fuente: DANE – EMS

En comparación con el mismo mes de 2023, en febrero de 2024 los ingresos totales presentaron un aumento de 14,0%, que se explica por el incremento de 13,1% en los ingresos por servicios y de 31,6% en otros ingresos operacionales. Por su parte, la venta de mercancías registró una disminución de 8,5%.

En febrero de 2024 el personal ocupado total presentó una variación positiva de 0,1%, en comparación con febrero de 2023, que se explica por el incremento de 2,5% en el personal temporal directo y de 6,1% en el personal contratado a través de agencias. Por su parte, el personal permanente presentó una disminución de 1,6%.

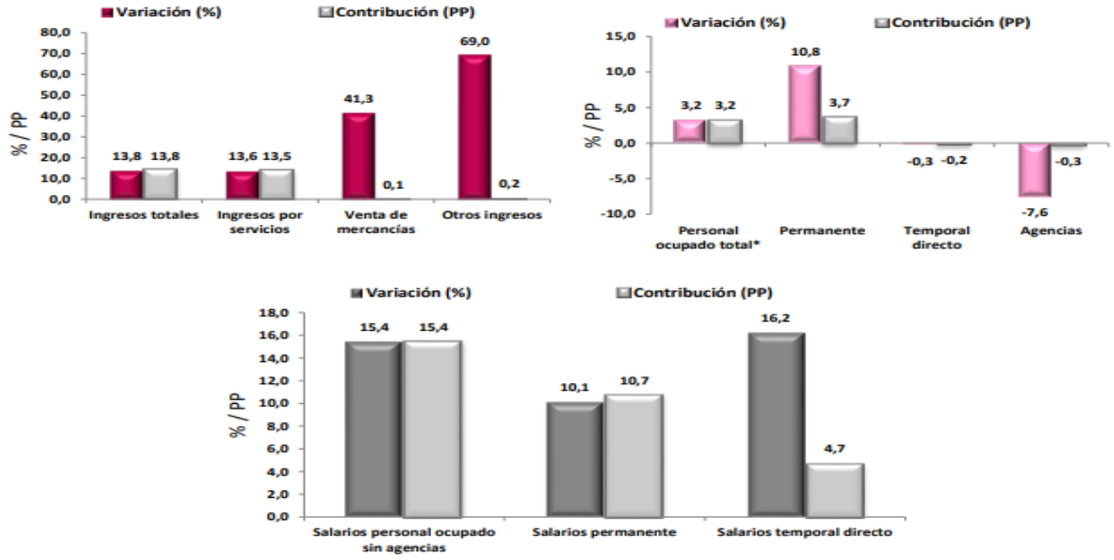
Mientras que los salarios en febrero de 2024 presentaron un aumento de 9,8%, en comparación con febrero de 2023, que se explica por el incremento de 11,6% en los salarios del personal permanente y de 6,1% en los salarios del personal temporal directo.

Publicidad

Variación anual: febrero 2024 / febrero 2023

En febrero de 2024, los servicios de publicidad registraron una variación positiva de 13,8% en los ingresos nominales, el personal ocupado total presentó un crecimiento de 3,2% y los salarios registraron un aumento de 15,4%, en comparación con febrero de 2023. (Gráfico 4).

Gráfico 4. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación
Publicidad
Total nacional
Febrero 2024ᵖ



Fuente: DANE – EMS

En comparación con el mismo mes de 2023, en febrero de 2024 los ingresos totales presentaron un aumento de 13,8%, que se explica por el incremento de 13,6% en los ingresos por servicios, de 69,0% en otros ingresos operacionales y de 41,3% en la venta de mercancías.

En febrero de 2024 el personal ocupado total presentó una variación positiva de 3,2%, en comparación con febrero de 2023, que se explica por el incremento de 10,8% en el personal permanente. Por su parte, el personal contratado a través de agencias presentó una disminución de 7,6% y el personal temporal directo una variación negativa de 0,3%.

Mientras que los salarios en febrero de 2024 presentaron un aumento de 15,4%, en comparación con febrero de 2023, que se explica por el incremento de 10,1% en los salarios del personal permanente y de 16,2% en los salarios del personal temporal directo.3

Actividades profesionales, científicas y técnicas.

Para el año 2023pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,2%, respecto al año 2022p.

Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 11):

• Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 0,6%.

• Actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 0,2%. En el cuarto trimestre de 2023pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,4% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2022p.

Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 11):

• Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 2,3%.

• Actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 1,3%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece en 0,5%, explicado por:

3 https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMS/bol-EMS-feb2024.pdf

• Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 1,3%.

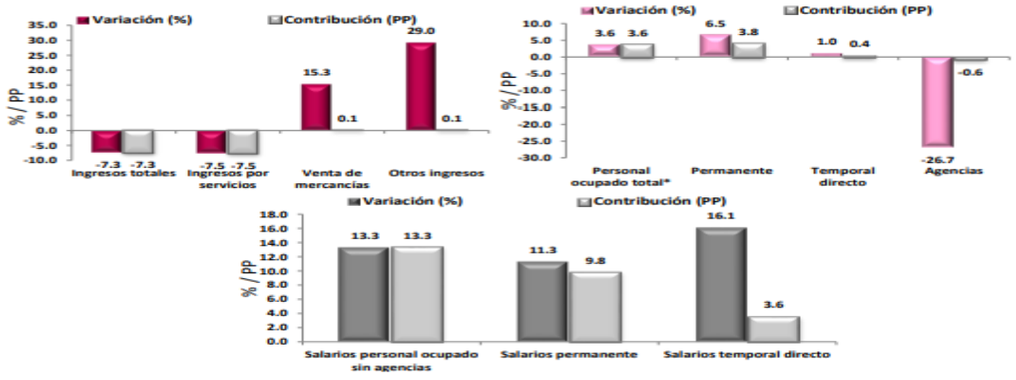
• Actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 1,2%.

Tabla 11. Actividades profesionales, científicas y tecnicas[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Cuarto trimestre 2023[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2023[pr]/ 2022[p]	2023[pr]-IV / 2022[p]-IV	2023[pr]-IV/ 2023[pr]-III
Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,6	2,3	1,3
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	-0,2	-1,3	-1,2
Actividades profesionales, científicas y técnicas[1]	**0,2**	**0,4**	**0,5**

Fuente: DANE, CT

Gráfico 5. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación
Actividades profesionales científicas y técnicas
Total nacional
Junio 2023[p]



Fuente: DANE – EMS

En comparación con el mismo mes de 2022, en junio de 2023 los ingresos totales presentaron una variación negativa de 7,3%, que se explica por una disminución de 7,5% en los ingresos por servicios.

Por su parte, se presentó un incremento de 15,3% en la venta de mercancías y de 29,0% en otros ingresos operacionales. En junio de 2023 el personal ocupado total presentó una variación de 3,6%, en comparación con junio de 2022, que se explica por el incremento de 6,5% en el personal permanente y de 1,0% en el personal temporal directo. Por su parte, se presentó una disminución de 26,7% en el personal contratado a través de agencias. Mientras que los salarios en junio de 2023 presentaron un aumento de 13,3%, en comparación con junio de 2022, que se explica por el incremento de 11,3% en los salarios del personal permanente y de 16,1% en los salarios del personal temporal directo.

Variación doce meses de los ingresos nominales, personal ocupado total y salarios, según subsector de servicios

En el año móvil hasta enero de 2024, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos, trece presentaron variación positiva en el personal ocupado total y todos los subsectores presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con el mismo periodo comprendido hasta enero de 2023.

Tabla 4. Variación doce meses de los ingresos nominales, personal ocupado total y salarios, según subsector de servicios
Febrero 2023 - Enero 2024[P] / febrero 2022 - enero 2023

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Variación (%) Doce meses		
Sección	División	Descripción	Ingresos	Personal Ocupado total*	Salarios**
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	-0,7	0,5	13,9
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	1,1	-7,8	11,9
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	14,8	3,1	12,2
J	División 58	Actividades de edición	1,1	-7,8	10,6
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	13,6	12,6	3,8
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	5,4	3,8	9,9
J	División 61	Telecomunicaciones	-1,7	-8,5	17,4
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	13,8	0,1	14,0
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	17,9	2,9	12,0
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	4,7	1,9	13,1
M	Clase 7310	Publicidad	11,0	4,7	12,2
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	7,3	-5,2	16,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-0,2	-4,6	11,6
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	4,4	1,9	9,8
P	Grupo 854	Educación superior privada	10,5	0,8	10,6
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	15,2	5,0	14,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	16,8	2,1	10,8
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	7,9	3,3	14,9

Fuente: DANE – EMS

Población ocupada según rama de actividad

En el mes de enero de 2024, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 22.025 miles de personas. Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (1,1 puntos porcentuales); Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana (0,8 puntos porcentuales) e Industrias manufactureras (0,5 puntos porcentuales).

Tabla 1. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad*
Total nacional
Enero (2023 - 2024)

Rama de actividad	Total nacional				
	Enero 2023	Enero 2024	Distribución % 2024	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**21.492**	**22.025**	**100**	**533**	
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	2.957	3.202	14,5	244	1,1
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.244	2.418	11,0	174	0,8
Industrias manufactureras	2.270	2.385	10,8	115	0,5
Actividades artísticas, entretenimiento recreación y otras actividades de servicios	1.849	1.958	8,9	110	0,5
Construcción	1.402	1.454	6,6	51	0,2
Actividades financieras y de seguros	380	423	1,9	42	0,2
Actividades inmobiliarias	245	284	1,3	38	0,2
Transporte y almacenamiento	1.662	1.671	7,6	8	0,0
Comercio y reparación de vehículos	3.913	3.898	17,7	-15	-0,1
Alojamiento y servicios de comida	1.592	1.548	7,0	-44	-0,2
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos^	628	571	2,6	-57	-0,3
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.914	1.852	8,4	-62	-0,3
Información y comunicaciones	431	362	1,6	-69	-0,3

Fuente: DANE, GEIH.

Población ocupada según posición ocupacional

En enero de 2024, Jornalero o peón y Obrero, empleado particular fueron las posiciones ocupacionales que más aportaron positivamente a la variación de los ocupados en el total nacional con 1,2 y 0,8 puntos porcentuales, respectivamente.4

4 https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIH-ene2024.pdf

Tabla 2. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según posición ocupacional^
Total nacional
Enero (2023 - 2024)

Posición ocupacional	Total nacional				
	Enero 2023	Enero 2024	Distribución % 2024	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**21.492**	**22.025**	**100**	**533**	
Jornalero o Peón	586	844	3,8	258	1,2
Obrero, empleado particular	9.648	9.811	44,5	163	0,8
Patrón o empleador	552	605	2,7	53	0,2
Trabajador por cuenta propia	8.734	8.776	39,8	41	0,2
Empleado doméstico	637	668	3,0	31	0,1
Obrero, empleado del gobierno	893	886	4,0	-6	0,0
Trabajador familiar sin remuneración	441	433	2,0	-8	0,0

Fuente: DANE, GEIH.

Ranking de ciudades según tasa de desocupación

Para el trimestre móvil noviembre 2023 - enero 2024, de las 23 ciudades y áreas metropolitanas, las que presentaron mayores tasas de desocupación fueron: Quibdó (26,3%), Riohacha (18,0%) y Florencia (14,8%). Las ciudades con menor tasa de desocupación fueron: Manizales A.M. (10,0%), Barranquilla A.M. (9,7%) y Medellín A.M. (8,9%).5

Gráfico 6. Tasa de desocupación según ciudades
23 ciudades y áreas metropolitanas A.M.
Noviembre 2023 - enero 2024



www.dataconceptos.com

SALARIO MÍNIMO COLOMBIA 2024

Costos de contratar un trabajador con el salario mínimo

Salario mínimo	$	1.300.000,00
Subsidio de Transporte	$	162.000,00
Pensión (12%)	$	156.000,00
Salud (8.5%)	$	110.500,00
Parafiscales (9% si aplica según normatividad)	$	117.000,00
Cesantías (8.33%)	$	108.290,00
Intereses Cesantías (1%)	$	13.000,00
ARL (Riesgo 1: 0.522%)	$	6.786,00
Prima de Servicios (8.33%)	$	108.290,00
Vacaciones (4,17%)	$	54.210,00
Dotación (2.5% aprox.)	$	32.500,00
TOTAL	**$**	**2.168.576,00**

Salario que recibirá el empleado en el 2024 $1.300.000 + $162.000 de subsidio de transporte = $1.462.000

5 https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIH-ene2024.pdf

¿Cuál es la TRM del día de hoy?

Esta es la TRM vigente del domingo 5 de mayo de 2024, y su vigencia cubre los días 4 al 6 de mayo. Un (1) dólar estadounidense equivale a $3,895.41 (tres mil ochocientos noventa y cinco pesos con cuarenta y un centavos colombianos).

1 USD = $3,895.41 COP

Variación: $-3.21 (-0.08) Ver detalles

Comparar con la TRM anterior

Generar certificado oficial de la TRM

Descargar imagen de la TRM

Análisis VS períodos anteriores

La Tasa Representativa del Mercado (TRM) para el dólar en Colombia actualmente se sitúa en **$3,895.41** pesos, vigente para los días 4 al 6 de mayo. En comparación con la TRM anterior, se ha observado una ligera reducción de $3.21 pesos, representando un descenso del 0.08%.

Al cierre de la semana, se registró un descenso de $30.61 pesos, lo que implica una variación del 0.78%. En lo que va del mes, se ha perdido $3.66 pesos, equivalente al 0.09%. Durante los últimos 30 días, la TRM ha experimentado un incremento del 3.18%, reflejando un aumento de $120.04 pesos.

Dólar en Casas de Cambio

Precios en Casas de Cambio en Colombia

5 de mayo (9:30 am)

Estado: Descuento Volátil	Spread: Promedio (114)

TE LO COMPRAN	TE LO VENDEN	GANAS MÁS	PAGAS MENOS
$3,704.04*	$3,818.27*	$3,900.00 Alliance Trade	$3,770.00 Cambios Salvador Torres

** Son los precios promedios de compra y venta del dólar en Colombia. Conozca las cotizaciones actualizadas del dólar en casas de cambio.*

En el mercado cambiario de las ciudades, **Bogotá** se posiciona como la ciudad con el precio promedio de compra del dólar más alto, situándose en **$3,776** por dólar. Esta información puede ser de interés para aquellos que buscan vender dólares en esta ciudad y sacar el mayor provecho. Por otro lado, **Cúcuta** se destaca por ofrecer la tasa de cambio promedio de venta de dólares más competitiva, con un precio de **$3,770** por dólar. Esta ciudad se convierte en una opción atractiva para quienes buscan adquirir dólares a un precio más favorable.

Fuente: https://dolar.wilkinsonpc.com.co/

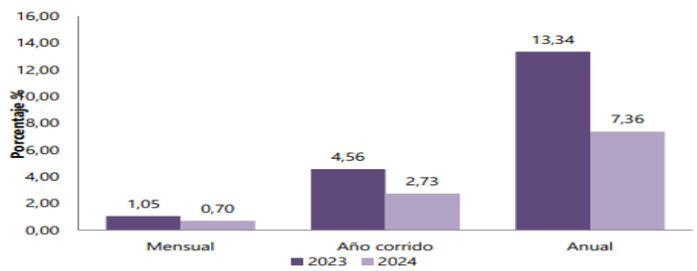
Boletín técnico

Bogotá
5 de abril de 2024

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Marzo 2024

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Marzo 2023 - 2024



Fuente: DANE, IPC.

(IPC) Índice de Precios al Consumidor

Variación mensual, año corrido y anual - total nacional - 2023 - 2024 (marzo)

IPC	Marzo					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
IPC total	1,05	**0,70**	4,56	**2,73**	13,34	**7,36**

Fuente: DANE, IPC

Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases

Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En el mes de marzo de 2024, el IPC registró una variación de 0,70% en comparación con febrero de 2024, seis divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,70%): Transporte (1,14%), Salud (1,13%), Restaurantes y hoteles (0,94%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,83%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,78%) y por último, Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,75%). Por debajo se ubicaron: Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,25%), Bienes y servicios diversos (0,24%), Educación (0,18%), Prendas de vestir y calzado (0,12%), Información y comunicación (-0,01%) y por último, Recreación y cultura (-0,54%).

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Marzo 2023 - 2024

		2023		2024	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Transporte	12,93	1,37	0,18	1,14	0,15
Salud	1,71	1,41	0,02	1,13	0,02
Restaurantes y hoteles	9,43	1,34	0,14	0,94	0,10
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	1,01	0,30	0,83	0,26
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	1,31	0,02	0,78	0,01
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,91	0,18	0,75	0,14
TOTAL	100,00	1,05	1,05	0,70	0,70
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	1,47	0,06	0,25	0,01
Bienes y servicios diversos	5,36	1,62	0,09	0,24	0,01
Educación	4,41	0,23	0,01	0,18	0,01
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,73	0,02	0,12	0,00
Información y comunicación	4,33	0,04	0,00	-0,01	0,00
Recreación y cultura	3,79	0,66	0,02	-0,54	-0,02

Fuente: DANE, IPC

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,70%), se ubicaron en las divisiones de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Transporte, Alimentos y bebidas no alcohólicas y Restaurantes y hoteles, las cuales aportaron 0,65 puntos porcentuales a la variación total.

Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (enero 2024 / enero 2023)

En enero de 2024, catorce de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con enero de 2023.

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Enero 2024ᵖ / enero 2023

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros Ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)		Contribución (pp)	
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	0,0	-0,5	-0,2	0,6
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	9,9	10,9	0,0	-1,0
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	10,0	10,0	-0,2	0,2
J	División 58	Actividades de edición	7,0	7,6	-0,3	-0,3
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	-32,2	-23,5	-4,8	-3,9
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	9,0	4,9	0,0	4,1
J	División 61	Telecomunicaciones	-2,3	0,4	-2,6	-0,1
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	4,3	3,4	0,7	0,2
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	14,2	10,1	3,8	0,3
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	4,4	4,8	-0,3	-0,1
M	Clase 7310	Publicidad	19,7	19,6	0,0	0,1
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	9,1	9,4	-0,2	0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-6,3	-6,3	0,0	-0,1
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	-1,4	-0,4	-0,6	-0,4
P	Grupo 854	Educación superior privada	10,6	8,8	0,1	1,7
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	14,2	14,1	-0,2	0,2
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	13,6	11,8	1,7	0,0
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	3,6	2,9	0,3	0,3

Fuente: DANE – EMS

Gremios y Asociaciones que participan en el sector.

Proimágenes Colombia

El Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica busca consolidar y solidificar el sector cinematográfico colombiano, convirtiéndose en un escenario privilegiado para la concertación de políticas públicas y sectoriales, y para la articulación de reglas del juego que concreten e impulsen la industria cinematográfica del país.

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico

Es una entidad privada sin ánimo de lucro, de orden gremial, que tiene como propósito promover y fortalecer la industria e Commerce en Colombia a través del entendimiento y centralización de las cifras que determinan el comportamiento del comercio electrónico en el país, la incidencia en políticas públicas y la promoción del conocimiento y confianza en el sector.

UCEP

Asociación Gremial Nacional del Sector Publicitario en Colombia. Sus objetivos están orientados hacia la representación y defensa de intereses colectivos de la industria creativa y de contenidos que integra la Economía Naranja, así como aquellos individuales de nuestros afiliados.

Cámara Colombiana del Libro

La Cámara Colombiana del Libro – CCL, es un gremio sin ánimo de lucro que representa y defiende los intereses de editores, libreros y distribuidores, con el objetivo de promover el desarrollo del sector del libro en Colombia.

Alianza In

El primer gremio en Latinoamérica que impulsa la innovación, la tecnología y la economía digital. Trabajar unidos y coordinados para avanzar en la construcción de ciudades inteligentes.

UNEMEC

La Unión Nacional de Empresas de Marketing Estratégico y Comunicaciones - es el gremio que representa los intereses generales de la industria de la publicidad, el marketing y las comunicaciones estratégicas, estableciendo vínculos de cooperación entre sus miembros para dar solución a los retos del sector y promover altos estándares en las prácticas de negocios de la industria.

ANDIGRAF

La Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica, Andigraf, es el único gremio que reúne a las empresas del sector gráfico en el país. Promuebe la productividad, competitividad e innovación de las compañías que participan en la cadena de valor de segmentos como: editorial, publicomerciales, gran formato, empaques, visibilidad, impresión digital, impresión textil, textiles impresos, acabados, diseño, entre otros.

ASIFA

Trabaja por el fomento, desarrollo y promoción de la animación, promover oportunidades para los animadores y su entorno con el fin de compartir información e interconectarnos globalmente.

Asomedios

La Asociación Nacional de Medios de Comunicación, tiene por objeto, defender la libertad de expresión e información y propende por el desarrollo del sector de los medios de comunicación en Colombia.

IAB Colombia

Es la asociación que representa la industria de la comunicación, el marketing y la publicidad en la era digital y la más grande y representativa en estos temas en el mundo.

Asocinde

La Asociación de Productores Independientes de Cine y Audiovisual, trabaja por el mejoramiento de las prácticas empresariales propendiendo por ambientes saludables y sostenibles de trabajo en la producción cinematográfica y audiovisual en Colombia y la región.

AMI

Al cumplir 55 años de trabajo, en septiembre de 2017, la Asociación Colombiana de Medios de Información, AMI (antes Andiarios) reenfoca su oferta de valor frente a la dinámica actual de la información, caracterizada por la multiplicidad de canales y formatos.

Asociación MECA

MECA es una asociación unida para trabajar por la industria audiovisual, tener mayor visibilidad, fortalecer esta industria y generar oportunidades para sus empresas.

AFAP

La Asociación Colombiana de Facultades, Escuelas y Programas de Publicidad, está conformada por Instituciones de Educación Superior, que promueven la calidad académica, docente e investigativa de los programas de Publicidad y afines en el país.

GEMA

Es un grupo de 16 empresas del país dedicadas a crear, diseñar y producir contenido propio en animación, su diferencial está en la creación de propiedad intelectual.6

Cadena de producción y distribucción.

La distribución tiene como objetivo relacionar la producción con el consumo, es decir, poner en contacto a productores con consumidores o compradores, de forma que los productos puedan adquirirse en la cantidad que se desee, en el momento preciso y en el lugar adecuado.

2. Técnico.

Los estipulados en los estudios previos.

3. Regulatorio.

La radiodifusión pública son los servicios de radio, televisión y otros medios de comunicación electrónicos que reciben financiación de los contribuyentes y tienen vocación de servicio público. Dependiendo de cada país, las empresas pueden financiar su mantenimiento con impuestos generales, una tasa específica o donaciones voluntarias, y en algunos casos también se acepta la emisión de publicidad. La Radiodifusión Sonora es un servicio que se rige en Colombia por normas que lo regulan para garantizar su prestación conforme a unos principios y fines definidos y normas que regulan el uso del espectro radioeléctrico en el que se soporta la transmisión del servicio con criterios de calidad y eficiencia. En el siguiente cuadro encontrará un listado de las diferentes normas que aplican para la prestación del Servicio de Radiodifusión en Colombia con una breve descripción de su aplicación para este servicio.7

6 https://piccolombia.com/gremios-y-entidades-de-apoyo

7 https://es.wikipedia.org/wiki/Radiodifusi%C3%B3n_p%C3%BAblica

Norma	Título Norma	Aplicación en Radiodifusión Sonora
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 del Espectro y se dictan otras disposiciones	Establece: • Lineamientos generales para la prestación de los servicios de Radiodifusión Sonora • Obligación de pago de contraprestaciones por concesión y por uso del espectro del Servicio de Radiodifusión Sonora. • Obligación de registro TIC de Radiodifusión Sonora • Funciones del Ministerio TIC (Política, Reglamentación, planes técnicos e inspección vigilancia y control del Servicio de Radiodifusión Sonora). • Funciones de Agencia Nacional del Espectro (Vigilancia y control del Espectro radioeléctrico) • Principios de la radiodifusión Sonora. • Condiciones, clasificación y procedimiento para la prestación del servicio de Radiodifusión Sonora • Obligación de Licencia para transmisión de Programas informativos o periodísticos. • Condiciones para cesión y transferencia de derechos de concesión, arrendamiento de emisoras. • Régimen de infracciones y sanciones.
Ley 14 de 1991 Nivel Nacional	Se dictan normas sobre el servicio de televisión y radiodifusión oficial	Establece: • Naturaleza jurídica del servicio • Fines del servicio • Principios de la prestación del servicio • Obligación de protección al menor • Derecho de rectificación • Acceso del Gobierno Nacional a los canales de televisión
		• Objeto general de Inravisión • Integración del Consejo Nacional de Televisión • Objeto de las organizaciones regionales de televisión • Utilización de redes y servicios satelitales • Comisiones para la vigilancia de la televisión • Concesionarios • Contrato de concesión de espacios de televisión • Reserva de canales

Ley 335 de 1996 Nivel Nacional	Por el cual se crea la televisión privada en Colombia.	• Reserva de tiempo para programas de interés público y social, Art. 10. • Funciones, Art. 10 a 15. • Régimen contractual, Art. 25 a 28. • Clasificación del servicio en función de su nivel de cubrimiento, Art. 24.
Ley 680 de 2001 Nivel Nacional	Por el cual se autoriza la inversión extranjera.	• Fusión de consorcios que no tengan participación en los canales privados, Art. 1 y 2. • Duración de concesiones, Art. 3. Porcentajes mínimos de producción nacional, Art. 4. • Plazo para reglamentación de condiciones para las concesiones, Art., 5. • Autorización para modificar los contratos, Art. 6. • Adjudicación, Art. 7. Franjas horarias, Art. 8. • Igualdad de condiciones, Art. 9. • Separación de información y publicidad, Art. 10. • Recepción de los canales de operación pública y privada a todos los habitantes del territorio nacional sin costo, garantía,
		disposición de infraestructura, Art. 11 a 14. Vigencia, Art. 15.
Decreto 4948 de 2009	Por el cual se reglamenta la habilitación general para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones y el registro de TIC	• Establece que la inscripción en el registro de TIC, por parte de los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora, se sujetará a la reglamentación especial establecida para esta clase de servicios. • Dicha reglamentación especial está contenida en la Resolución 415 de 2010 en los artículos 98 a 101. • Según esta reglamentación especial Son aplicables a los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora las normas sobre procedimiento, reformas y cancelación del registro a que hace referencia la reglamentación general sobre el registro de proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones.
Ley 1150 de 2007	Por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con Recursos Públicos.	• Artículo 27. De la prórroga de los contratos de concesión para la prestación de servicios de telecomunicaciones y de televisión. El término de duración de las concesiones actuales y futuras para la prestación de los servicios y actividades de telecomunicaciones, incluidas las de televisión, será de diez (10) años prorrogables por lapsos iguales. En ningún caso habrá prórrogas automáticas ni gratuitas.

4. Otros Aspectos.

La Gobernación de Córdoba revisara si resulta obligatorio aplicar Documentos Tipo, Acuerdos Marcos de Precios o de instrumentos de Agregación de Demanda, así como los incentivos para la promoción del desarrollo en la contratación pública para las MiPymes, emprendimientos y empresas de mujeres, población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional, en los términos establecidos por la ley 2069 de 2020.

Que de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 310 del 2021[8], expedido por el Departamento Nacional de Planeación, las Entidades Estatales sometidas al Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, están obligadas a adquirir Bienes y Servicios de Características Técnicas Uniformes de Común Utilización a través de los Acuerdos Marco de Precios previamente justificados, diseñados, organizados y celebrados por la Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente.

8 "Por el cual se reglamenta el artículo 41 de la Ley 1955 de 2019, sobre las condiciones para implementar la obligatoriedad y aplicación de los Acuerdos Marco de Precios y se modifican los artículos 2.2.1.2.1.2.7. y 2.2.1.2.1.2.12. del Decreto 1082 de 2015, Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional"

Que el uso obligatorio de los Acuerdos Marco de Precios organizados y celebrados por la Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente- por parte de las Entidades Estatales sometidas al Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, se concibió de manera gradual y en ese entendido la Agencia dispuso mediante la Circular 004-2021, un plan operativo de despliegue detallado para el ingreso gradual de las entidades, indicándose que a más tardar el 7 de octubre del 2021 y previo un programa de capacitación, los entes territoriales que sean capitales de departamento, como es el caso del Municipio de Montería, deberían ingresar a la Tienda Virtual del Estado Colombiano – TVEC.

Que por todo lo anterior, La Gobernación de Córdoba, siguiendo los lineamientos de la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente -, validó si existe un Acuerdo Marco de Precios que contemble los bienes y servicios que la entidad pretende contratar, constatando que no existe un acuerdo marco para tal servicio. Por lo anterior, se utilizará el proceso de Mínima Cuabtia de acuerdo al Decreto 1082 de 2015.

No es obligatorio aplicar Documentos Tipo, Acuerdos Marcos de Precios o de instrumentos de Agregación de Demanda, porque no hay acuerdo vigente para la prestación del servicio que la entidad pretende contratar.

P. 8 Mecanismos de agregación de demanda

GRUPO
Servicios administrativos y personales

Nombre del Acuerdo Marco / IAD	Fecha de Inicio de Operación	Fecha Final para Suscripción OC	Número de proveedores
Grandes Almacenes	1/01/14	31/12/30	8
Elementos para la Atención, Prevención y Mitigación del Riesgo y de Emergencias	1/09/21	1/09/24	21
Compraventa y/o Suministro de Materiales de Construcción y Ferretería	30/03/22	30/03/25	12
Adquisición de Ayudas Humanitarias	30/03/22	30/03/25	7
Adquisición de Alimentos y Medicamentos para Animales	26/04/22	26/04/25	3
IAD compraventa y/o suministro de material vegetal de propagación	1/03/23	1/03/25	5
Servicio Integral de Aseo y Cafetería IV (Café Social)	7/03/23	7/03/24	38
Modelo de Gestión Territorial	2/12/22	2/12/25	3



www.colombiacompra.gov.co

P. 9 Mecanismos de agregación de demanda

GRUPO
Servicios administrativos y personales

Nombre del Acuerdo Marco / IAD	Fecha de Inicio de Operación	Fecha Final para Suscripción OC	Número de proveedores
IAD Mipymes - 004 -Catálogo para la Adquisición panela y otras bebidas aromaticas			
IAD Mipymes - 002 -Catálogo para la Adquisición de Canastas Populares de Productos Agropecuarios en el Departamento de Nariño	6/12/23	6/12/25	
IAD Mipymes - 001 -Catálogo de Materiales de Construcción y Ferretería	29/12/23	29/12/25	
IAD Mipymes - 003 - Catálogo de Café Social proveniente de Pequeños Productores			
IAD para los Servicios Exclusivos del Operador Postal Oficial 4-72	28/12/23	10/06/24	



www.colombiacompra.gov.co

Incentivos para la promoción del desarrollo en la contratación pública para las MiPymes, emprendimientos y empresas de mujeres.

Determinación de criterios diferenciales emprendimientos y empresas de mujeres.

No aplica modalidad de contratación directa.

Determinación de criterios diferenciales para MiPymes.

No aplica modalidad de contratación directa.

Fomento a la ejecución de contratos estatales por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional – artículo 3 decreto 1860 de 2021.

En aplicación al Artículo 3 del Decreto 1860 de 2021, la entidad deberá indicar previo análisis, la participación de los sujetos de especial protección de que habla el artículo antes mencionado, en la ejecución del contrato. En el evento en que se determine que existen personas de especial protección constitucional que suministren estos bienes o servicios, se deberá incluir la obligación a cargo del contratista en los estudios previos y el contrato, y la obligación por parte del supervisor en el contrato.

En cumplimiento de lo anterior, y dada la naturaleza del contrato a suscribir, el cual se enmarca en un contrato de FORTALECIMIENTO DEL PLAN DE PRENSA Y COMUNICACIONES DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y CONOCIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA ENTIDAD Y PLAN DE MEDIOS DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA, este **no requiere** la provisión de un bien o servicio susceptible de ser prestado por una población en particularidad, dado que dentro de su presupuesto se contratara personal para realizar diversas labores, este presupuesto será utilizado en un porcentaje en la prestación del servicio de personal, con unos conocimientos específicos en determinadas areas, razón por la cual, la dependencia estructuradora considera que **no es pertinente y necesario** la vinculación del 5% de mano de obra tanto calificada como no calificada, por parte de población bien sea de extrema pobreza, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación u otro sujeto de especial protección constitucional tales como: adultos mayores, madres cabeza de hogar, personas en condición de discapacidad, miembros de comunidades indígena o afrocolombiana, entre otros.

B. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO

La Gobernación de Córdoba implementa el Análisis de Datos de Compra Pública, El Modelo de Abastecimiento Estratégico desarrollado por la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, busca mejorar las buenas prácticas en la planeación y gestión de los procesos contractuales para que los participantes del Sistema de Compra Pública lo adopten y se destaquen por sus niveles de transparencia, eficiencia y generación de mayor valor por dinero.

MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO – MAE

Herramienta de Visualización para el Análisis de la Demanda

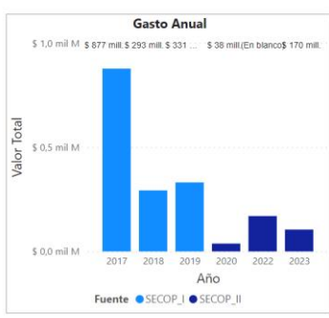
La Agencia Nacional de Contratación – Colombia Compra Eficiente pone a disposición de las entidades estatales, la herramienta de visualización para el Análisis de demanda, la cual permite de manera integral visualizar el comportamiento de compras histórico de la entidad. Esta herramienta consolida la información que reposa en el SECOP (I, II y TVEC), presenta de manera organizada y estructurada datos históricos relacionados con las compras de la entidad. Es una herramienta dinámica que permite realizar filtros y búsquedas para hacer más robustos los análisis correspondientes.

Colombia COMPRA EFICIENTE
Agencia Nacional de Contratación Pública

ANÁLISIS DE DEMANDA

Atrás
Reiniciar



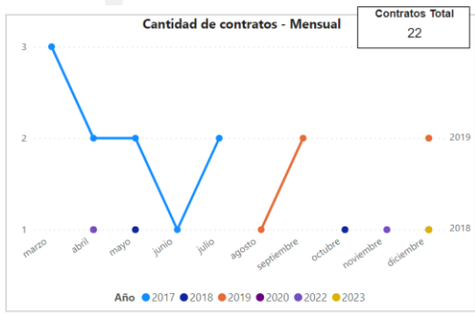


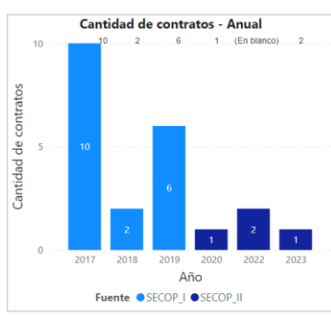
FILTROS:

Seleccione el año:
2017 2018 2019 2020 2021 2022

Seleccione la Fecha
01/01/2017 29/12/2023

Nombre de Entidad (agregado)
* ingrese el nombre sin tilde
cordoba
CORDOBA - GOBERNACION
CORDOBA - INSTITUCION EDUCATIVA AUGUSTO E...
CORDOBA - INSTITUCION EDUCATIVA CAMILO TO...
CORDOBA - INSTITUCION EDUCATIVA CRISTOBAL ...
CORDOBA - INSTITUCION EDUCATIVA EL DORAD...
CORDOBA - INSTITUCION EDUCATIVA GUASIMAL ...

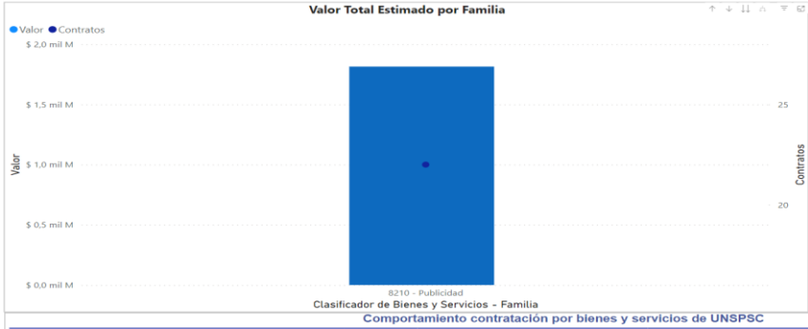




Plataforma:
SECOP_I SECOP_II

Nombre de Entidad (plataforma)
* ingrese el nombre sin tilde
Buscar
Seleccionar todo
CÓRDOBA GOBERNACIÓN
DEPARTAMENTO DE CORDOBA

Seleccione una categoría:
(Segmento / Familia / Clase)
Buscar
81 - Servicios Basados en Ingeniería, Investigac...
82 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes G...
8210 - Publicidad
821015 - Publicidad impresa
821016 - Publicidad difundida
821018 - Servicios de agencia de publici...
821019 - Colocacion y cumplimiento de ...
8212 - Servicios de reproduccion
8213 - Servicios fotograficos
8215 - Artistas e interpretes profesionales

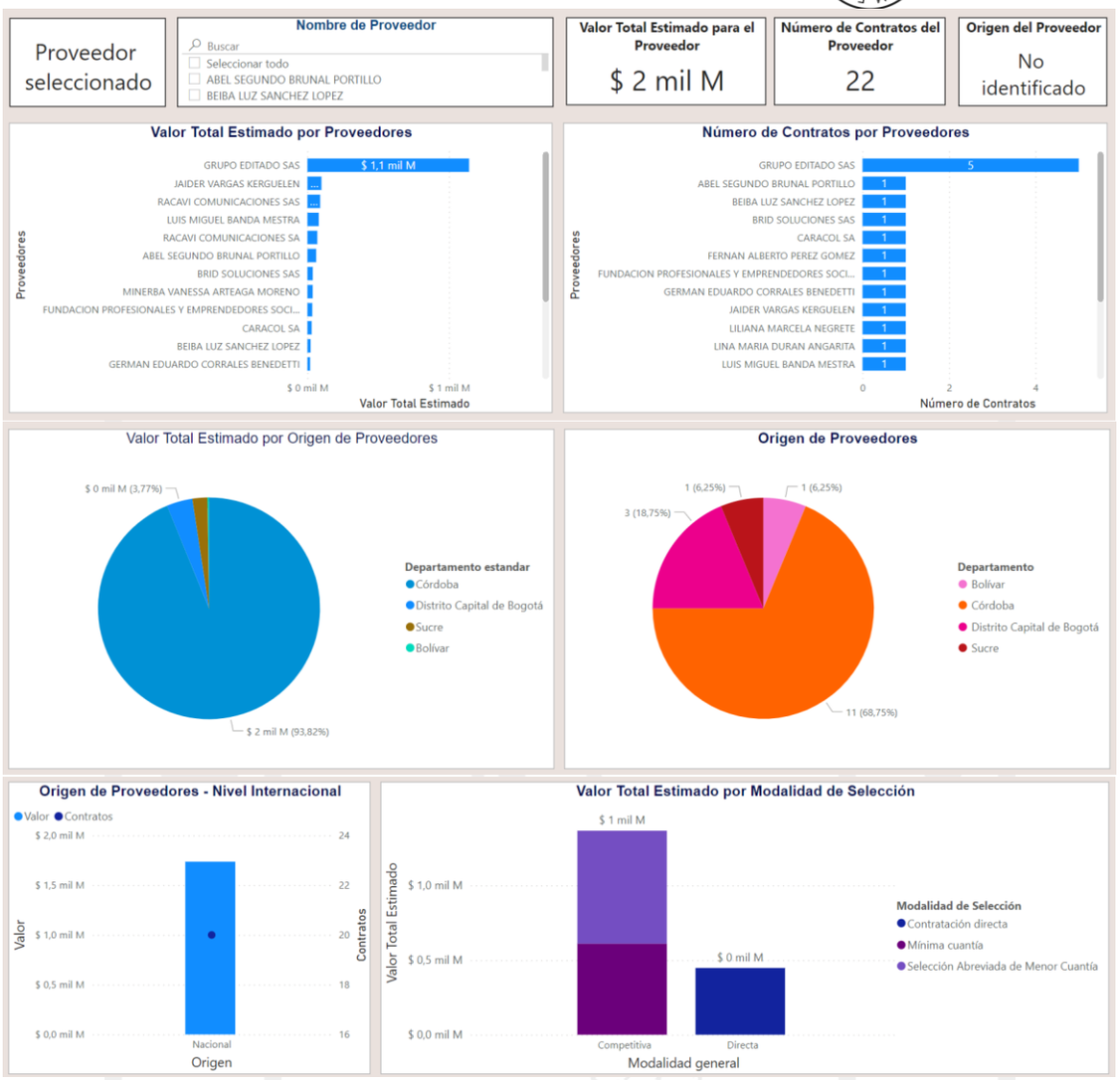


Valor contratado:
$ 4.000.000 $ 368.000.000

Modalidad de selección
Competitiva Enajenación
Directa Especial

Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2020			2022			2023			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8210 - Publicidad	2,08%	2	$ 169.999.994	9,37%	1	$ 105.000.000	5,79%	22	$ 1.814.383.727	100,00%			
Total	**2,08%**	**2**	**$ 169.999.994**	**9,37%**	**1**	**$ 105.000.000**	**5,79%**	**22**	**$ 1.814.383.727**	**100,00%**			



1. ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?

De conformidad a lo establecido en el manual para el Análisis del sector, se realiza el correspondiente análisis del comportamiento de los procesos de contrataciones anteriores en el Departamento de Córdoba, así:

Información

DEPARTAMENTO DE CORDOBA

Precio estimado total:	1.500.000.000 COP
Número del proceso	SG-409-2023
Título:	FORTALECIMIENTO A LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRENSA Y COMUNICACIONES DE LA GOBERNACION DE CORDOBA
Fase:	Presentación de oferta
Estado:	Proceso adjudicado y celebrado
Descripción:	FORTALECIMIENTO A LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRENSA Y COMUNICACIONES DE LA GOBERNACION DE CORDOBA
Tipo de proceso	Contratación directa (con ofertas)

Datos del contrato

Tipo de contrato	Otro
Justificación de la modalidad de contratación	Contratos o convenios Interadministrativos (con valor)
Duración del contrato:	206 (Días)
Fecha de terminación del contrato:	31/12/2023 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Dirección de ejecución del contrato	CALLE 27 # 3-28 PALACIO DE NAIN Montería Córdoba COLOMBIA
Código UNSPSC	80111623 - Servicios temporales de compras y logística
Lista adicional de códigos UNSPSC	82101600 - Publicidad difundida 82101800 - Servicios de agencia de publicidad 82101900 - Colocación y cumplimiento de medios
Lotes?	Sí ○ No ●

Valor total estimado de adquisiciones: 1.500.000.000 COP

Adquisiciones planeadas

Código UNSPSC	Descripción	Tipo	Fuente de los recursos	Valor total estimado	Unidad de contratación
80111623 82101500 82101600 82101800 82101900	1861-FORTALECIMIENTO DEL PLAN DE PRENSA Y COMUNICACIÓN DE LA GOBERNACION DE CORDOBA A TRAVES DE LA DIFUSION, PROMOCIÓN Y CONOCIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA ENTIDAD Y PLAN DE MEDIOS DE LA GOBERNACION DE CORDOBA PARA LOGRAR MAYOR EFECTIVIDAD EN LA DIVULGACION DE LOS PROGRAMAS, PLANES, ACCIONES, PROYECTOS INSTITUCIONALES Y DE SALUD DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA	Contratación directa.	Recursos propios	1.500.000.000,00 COP	GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Identificación

Dar publicidad al proceso Sí

Documentos Tipo

Documentos Tipo No — Documentos tipo adoptados por la ANCP-CCE en virtud de la Ley 2022 del 2026

Decreto 248 de 2021

¿Debe cumplir con invertir mínimo el 30% de los recursos del presupuesto destinados a comprar alimentos, cumpliendo con lo establecido en la Ley 2046 de 2020, reglamentada por el Decreto 248 de 2021? No — El decreto 248 de 2021, obliga a las entidades que manejen recursos públicos, a adquirir alimentos comprados a pequeños productores agropecuarios y/o de la Agricultura Campesina, Familiar o Comunitaria locales y sus organizaciones, mínimo el (30%) del presupuesto destinados a la compra de alimentos

Sentencia T-302 de 2017

Proceso asociado a las órdenes impartidas por la Corte Constitucional en la Sentencia T-302 de 2017 No — Sentencia que declara el estado de Cosas Inconstitucionales en relación con los derechos de los niños del pueblo Wayúu.

Cronograma

Zona horaria: (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito

Plazo de validez de las ofertas: 90 (Días)

Publicación Estudios y Documentos Previos 8/06/2023 6:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Fecha prevista para registro de ofertas 13/06/2023 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Firma del Contrato 13/06/2023 3:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Fecha de creación 8/06/2023 9:09:24 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Configuración financiera

Definir Plan de Pagos? No

¿Solicitud de garantías? Sí

Garantías por lotes, grupos o etapas? No

Seriedad de la oferta No

Cumplimiento Sí

- ☑ Devolución del pago anticipado
  - ◉ % del anticipo 100,00 — Fecha de vigencia (desde) 13/06/2023 12:00:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
  - ○ Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta) 30/06/2024 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
- ☑ Cumplimiento del contrato
  - ◉ % del valor del contrato 10,00 — Fecha de vigencia (desde) 13/06/2023 12:00:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
  - ○ Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta) 30/06/2024 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
- ☑ Pago de salarios
  - ◉ % del valor del contrato 5,00 — Fecha de vigencia (desde) 13/06/2023 12:00:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
  - ○ Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta) 31/12/2026 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
- ☑ Calidad del servicio
  - ◉ % del valor del contrato 10,00 — Fecha de vigencia (desde) 13/06/2023 12:00:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
  - ○ Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta) 30/06/2024 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Responsabilidad civil extra contractual No

Adjudicatario	Valor Adjudicado	Documentos	
TELECARIBE LTDA	1.500.000.000 COP	Descargar Descargar	Ver contrato

Visita al lugar de ejecución

¿Permitir visitas al lugar de ejecución? No

Información presupuestal

Proyecto del Plan Marco para la Implementación del Acuerdo de Paz o asociado al Acuerdo de Paz ○ Sí ◉ No

Destinación del gasto Funcionamiento

Fuente de los recursos:

	Valor
Presupuesto General de la Nación - PGN	0
Sistema General de Participaciones - SGP	0
Sistema General de Regalías - SGR	0
Recursos Propios (Alcaldías y Gobernaciones)	1.500.000.000
Recursos de Crédito	0
Otros Recursos (Especie, Privados, Cooperación, Propios Entidades Autónomas)	0
Valor total	1.500.000.000

Entidad Estatal registrada en el SIIF ○ Sí ◉ No

CDP/Vigencias Futuras (Recuerde que es necesario agregar al menos un CDP o una AVF Extraordinaria si es el caso)

Código	Tipo	Estado	Saldo	Saldo a comprometer	Código unidad/subunidad ejecutora
1369	CDP	No validado	1.500.000.000 COP	1.500.000.000 COP	00-00-00

Saldo de CDP 1.500.000.000 COP

Saldo de vigencias futuras 0 COP

Saldo total a comprometer 1.500.000.000 COP

Última consulta a SIIF

Fecha de consulta SIIF -

Información

DEPARTAMENTO DE CORDOBA

Precio estimado total: 1.200.000.000 COP

Número del proceso SG-492-2022

Título: FORTALECIMIENTO A LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRENSA Y COMUNICACIONES DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA

Fase: Presentación de oferta

Estado: Proceso adjudicado y celebrado

Descripción: FORTALECIMIENTO A LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRENSA Y COMUNICACIONES DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA

Tipo de proceso Contratación directa (con ofertas)

Datos del contrato

Tipo de contrato Obra

Justificación de la modalidad de contratación Contratos o convenios Interadministrativos (con valor)

Duración del contrato: 119 (Días)

Fecha de terminación del contrato: 31/12/2022 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Dirección de ejecución del contrato Calle 27 Nº 3-28, Palacio de Naín, Piso 3 Montería Córdoba COLOMBIA

Código UNSPSC 80111623 - Servicios temporales de compras y logística

Lista adicional de códigos UNSPSC
- 82101500 - Publicidad impresa
- 82101600 - Publicidad difundida
- 82101900 - Colocación y cumplimiento de medios
- 82101800 - Servicios de agencia de publicidad

Lotes? ○ Sí ◉ No

Valor total estimado de adquisiciones: 1.200.000.000 COP

Adquisiciones planeadas

Código UNSPSC	Descripción	Tipo	Fuente de los recursos	Valor total estimado	Unidad de contratación
80111623 82101500 82101600 82101900 82101800	1457-FORTALECIMIENTO DEL PLAN DE PRENSA Y COMUNICACIÓN DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y CONOCIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA ENTIDAD Y PLAN DE MEDIOS DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA PARA LOGRAR MAYOR EFECTIVIDAD EN LA DIVULGACIÓN DE LOS PROGRAMAS, PLANES, ACCIONES, PROYECTOS INSTITUCIONALES Y DE SALUD DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA	Contratación directa.	Recursos propios	1.200.000.000,00 COP	GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Identificación

Dar publicidad al proceso Sí

Documentos Tipo

Documentos Tipo No — Documentos tipo adoptados por la ANCP-CCE en virtud de la Ley 2022 del 2026

Decreto 248 de 2021

¿Debe cumplir con invertir mínimo el 30% de los recursos del presupuesto destinados a comprar alimentos, cumpliendo con lo establecido en la Ley 2046 de 2020, reglamentada por el Decreto 248 de 2021? No — El decreto 248 de 2021, obliga a las entidades que manejen recursos públicos, a adquirir alimentos comprados a pequeños productores agropecuarios y/o de la Agricultura Campesina, Familiar o Comunitaria locales y sus organizaciones, mínimo el (30%) del presupuesto destinados a la compra de alimentos

Cronograma

Zona horaria: (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito

Plazo de validez de las ofertas: 90 (Días)

Publicación Estudios y Documentos Previos 2/09/2022 3:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Fecha prevista para registro de ofertas 2/09/2022 5:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Firma del Contrato 2/09/2022 7:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Fecha de creación 2/09/2022 10:10:11 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Configuración financiera

Definir Plan de Pagos? No

¿Solicitud de garantías? Sí

Garantías por lotes, grupos o etapas? No

Seriedad de la oferta No

Cumplimiento Sí

☑ Devolución del pago anticipado
- ◉ % del anticipo 100,00 — Fecha de vigencia (desde) 2/09/2022 1:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
- ○ Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta) 30/06/2023 11:59:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

☑ Cumplimiento del contrato
- ◉ % del valor del contrato 10,00 — Fecha de vigencia (desde) 2/09/2022 1:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
- ○ Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta) 30/06/2023 11:59:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

☑ Pago de salarios
- ◉ % del valor del contrato 5,00 — Fecha de vigencia (desde) 2/09/2022 1:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
- ○ Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta) 2/09/2025 11:59:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

☑ Calidad del servicio
- ◉ % del valor del contrato 10,00 — Fecha de vigencia (desde) 2/09/2022 1:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
- ○ Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta) 30/06/2023 11:59:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Responsabilidad civil extra contractual No

Adjudicatario	Valor Adjudicado	Documentos	
TELECARIBE LTDA	1.200.000.000 COP	Descargar Descargar	Ver contrato

Visita al lugar de ejecución

¿Permitir visitas al lugar de ejecución? No

Información presupuestal

Proyecto del Plan Marco para la Implementación del Acuerdo de Paz o asociado al Acuerdo de Paz ○ Sí ◉ No

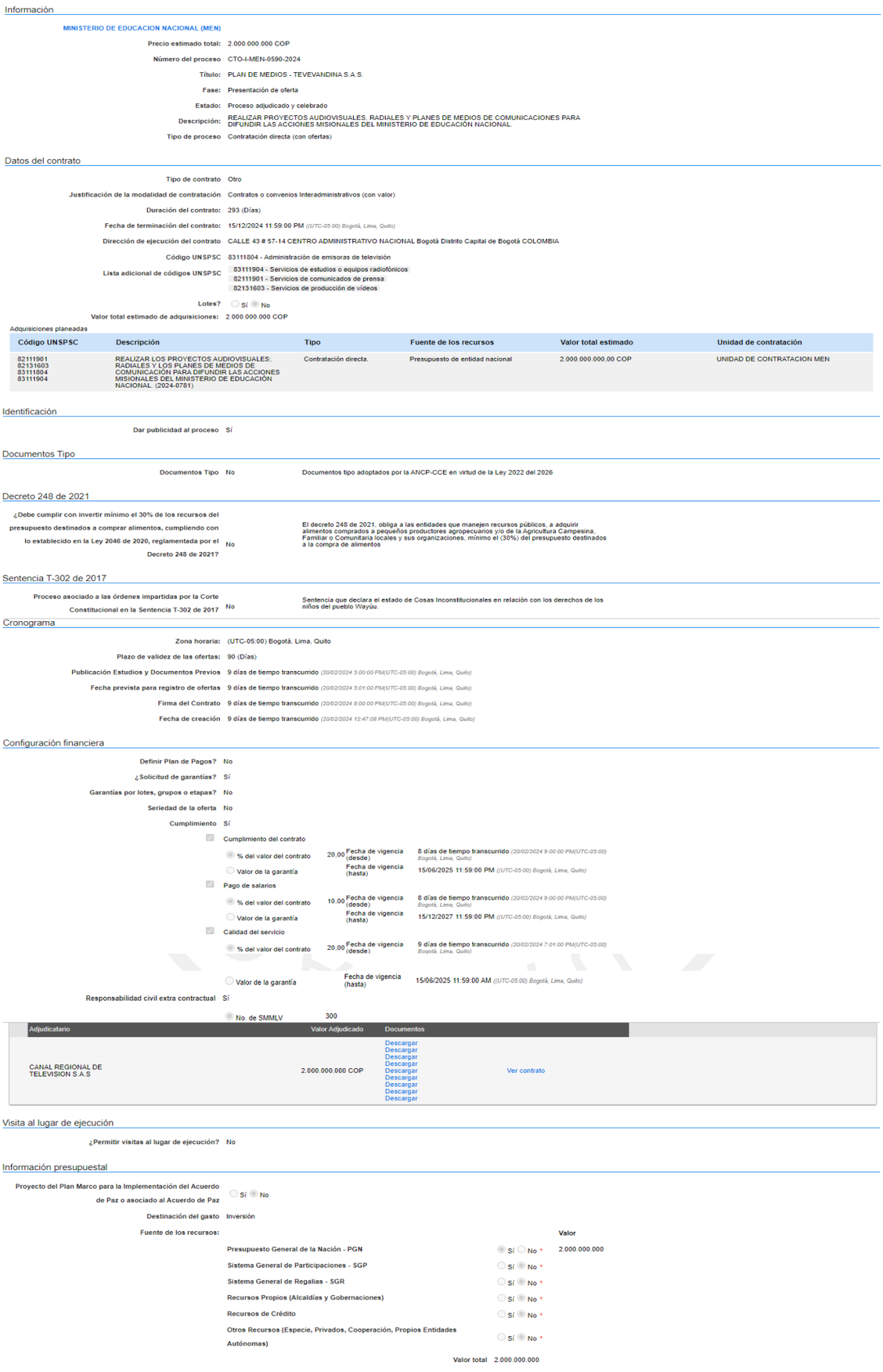
Destinación del gasto Inversión

Fuente de los recursos:

	Valor
Presupuesto General de la Nación - PGN	0
Sistema General de Participaciones - SGP	0
Sistema General de Regalías - SGR	0
Recursos Propios (Alcaldías y Gobernaciones)	1.200.000.000
Recursos de Crédito	0
Otros Recursos (Especie, Privados, Cooperación, Propios Entidades Autónomas)	0
Valor total	1.200.000.000

2. ¿Cómo adquieren las Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?

Al revisar los archivos históricos del SECOP en https://www.contratos.gov.co/consultas/resultadoListadoProcesos.jsp#, se observan contrataciones con similitud o igualdad en el objeto del presente estudio del sector.



Información

MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL (MEN)

Precio estimado total: 2.000.000.000 COP
Número del proceso: CTO-I-MEN-0590-2024
Título: PLAN DE MEDIOS - TEVEVANDINA S.A.S.
Fase: Presentación de oferta
Estado: Proceso adjudicado y celebrado
Descripción: REALIZAR PROYECTOS AUDIOVISUALES, RADIALES Y PLANES DE MEDIOS DE COMUNICACIONES PARA DIFUNDIR LAS ACCIONES MISIONALES DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL.
Tipo de proceso: Contratación directa (con ofertas)

Datos del contrato

Tipo de contrato: Otro
Justificación de la modalidad de contratación: Contratos o convenios Interadministrativos (con valor)
Duración del contrato: 293 (Días)
Fecha de terminación del contrato: 15/12/2024 11:59:00 PM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)
Dirección de ejecución del contrato: CALLE 43 # 57-14 CENTRO ADMINISTRATIVO NACIONAL Bogotá Distrito Capital de Bogotá COLOMBIA
Código UNSPSC: 83111804 - Administración de emisoras de televisión
Lista adicional de códigos UNSPSC: 83111904 - Servicios de estudios o equipos radiofónicos; 82111901 - Servicios de comunicados de prensa; 82131603 - Servicios de producción de vídeos
Lotes? Sí / No
Valor total estimado de adquisiciones: 2.000.000.000 COP

Adquisiciones planeadas

Código UNSPSC	Descripción	Tipo	Fuente de los recursos	Valor total estimado	Unidad de contratación
82111901 82131603 83111804 83111904	REALIZAR LOS PROYECTOS AUDIOVISUALES; RADIALES Y LOS PLANES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA DIFUNDIR LAS ACCIONES MISIONALES DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. (2024-0781)	Contratación directa.	Presupuesto de entidad nacional	2.000.000.000,00 COP	UNIDAD DE CONTRATACION MEN

Identificación

Dar publicidad al proceso: Sí

Documentos Tipo

Documentos Tipo: No — Documentos tipo adoptados por la ANCP-CCE en virtud de la Ley 2022 del 2026

Decreto 248 de 2021

¿Debe cumplir con invertir mínimo el 30% de los recursos del presupuesto destinados a comprar alimentos, cumpliendo con lo establecido en la Ley 2046 de 2020, reglamentada por el Decreto 248 de 2021?: No — El decreto 248 de 2021, obliga a las entidades que manejen recursos públicos, a adquirir alimentos comprados a pequeños productores agropecuarios y/o de la Agricultura Campesina, Familiar o Comunitaria locales y sus organizaciones, mínimo el (30%) del presupuesto destinados a la compra de alimentos

Sentencia T-302 de 2017

Proceso asociado a las órdenes impartidas por la Corte Constitucional en la Sentencia T-302 de 2017: No — Sentencia que declara el estado de Cosas Inconstitucionales en relación con los derechos de los niños del pueblo Wayúu.

Cronograma

Zona horaria: (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito
Plazo de validez de las ofertas: 90 (Días)
Publicación Estudios y Documentos Previos: 9 días de tiempo transcurrido (20/02/2024 5:00:00 PM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)
Fecha prevista para registro de ofertas: 9 días de tiempo transcurrido (20/02/2024 5:01:00 PM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)
Firma del Contrato: 9 días de tiempo transcurrido (20/02/2024 8:00:00 PM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)
Fecha de creación: 9 días de tiempo transcurrido (20/02/2024 12:47:08 PM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)

Configuración financiera

Definir Plan de Pagos? No
¿Solicitud de garantías? Sí
Garantías por lotes, grupos o etapas? No
Seriedad de la oferta: No
Cumplimiento: Sí

Cumplimiento del contrato
- % del valor del contrato: 20,00 — Fecha de vigencia (desde): 8 días de tiempo transcurrido (20/02/2024 9:00:00 PM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)
- Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta): 15/06/2025 11:59:00 PM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)

Pago de salarios
- % del valor del contrato: 10,00 — Fecha de vigencia (desde): 8 días de tiempo transcurrido (20/02/2024 9:00:00 PM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)
- Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta): 15/12/2027 11:59:00 PM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)

Calidad del servicio
- % del valor del contrato: 20,00 — Fecha de vigencia (desde): 9 días de tiempo transcurrido (20/02/2024 7:01:00 PM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)
- Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta): 15/06/2025 11:59:00 AM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)

Responsabilidad civil extra contractual: Sí
- No. de SMMLV: 300

Adjudicatario	Valor Adjudicado	Documentos
CANAL REGIONAL DE TELEVISION S.A.S	2.000.000.000 COP	Descargar (x9) Ver contrato

Visita al lugar de ejecución

¿Permitir visitas al lugar de ejecución? No

Información presupuestal

Proyecto del Plan Marco para la Implementación del Acuerdo de Paz o asociado al Acuerdo de Paz: Sí / No
Destinación del gasto: Inversión
Fuente de los recursos:

		Valor
Presupuesto General de la Nación - PGN	Sí / No *	2.000.000.000
Sistema General de Participaciones - SGP	Sí / No *	
Sistema General de Regalías - SGR	Sí / No *	
Recursos Propios (Alcaldías y Gobernaciones)	Sí / No *	
Recursos de Crédito	Sí / No *	
Otros Recursos (Especie, Privados, Cooperación, Propios Entidades Autónomas)	Sí / No *	
Valor total		2.000.000.000

Información

GOBERNACION DE NARIÑO *

Precio estimado total: 852.000.000 COP

Número del proceso GN1952-2022

Título: CONVENIO PLAN DE MEDIOS

Fase: Presentación de oferta

Estado: Proceso adjudicado y celebrado

Descripción: El CONTRATISTA se obliga para con el DEPARTAMENTO a administrar el plan de medios para la emisión de pauta institucional de la Gobernación de Nariño en cumplimiento de su misión institucional, en medios radiales, televisivos, escritos, digitales y otros medios alternativos de difusión. Lo anterior de conformidad con los documentos del proceso que harán parte integral del contrato.

Tipo de proceso Contratación directa.

Datos del contrato

Tipo de contrato Otro

Justificación de la modalidad de contratación Contratos o convenios Interadministrativos (valor cero)

Duración del contrato: 119 (Días)

Fecha de terminación del contrato: 31/12/2022 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Dirección de ejecución del contrato PASTO Pasto Nariño COLOMBIA

Código UNSPSC 82101600 - Publicidad difundida

Lista adicional de códigos UNSPSC

Lotes? ○ Sí ◉ No

Valor total estimado de adquisiciones: 800.000.000 COP

Adquisiciones planeadas

Código UNSPSC	Descripción	Tipo	Fuente de los recursos	Valor total estimado	Unidad de contratación
82101600	Servicio de Administrar el plan de medios para la emisión de pauta institucional de la Gobernación de Nariño en cumplimiento de su misión institucional, en medios radiales, televisivos, escritos, digitales y otros medios alternativos de difusión	Contratación directa (con ofertas)	Recursos propios	800.000.000,00 COP	DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE CONTRATACIÓN

Identificación

Dar publicidad al proceso Sí

Documentos Tipo

Documentos Tipo No — Documentos tipo adoptados por la ANCP-CCE en virtud de la Ley 2022 del 2026

Decreto 248 de 2021

¿Debe cumplir con invertir mínimo el 30% de los recursos del presupuesto destinados a comprar alimentos, cumpliendo con lo establecido en la Ley 2046 de 2020, reglamentada por el Decreto 248 de 2021? No — El decreto 248 de 2021, obliga a las entidades que manejen recursos públicos, a adquirir alimentos comprados a pequeños productores agropecuarios y/o de la Agricultura Campesina, Familiar o Comunitaria locales y sus organizaciones, mínimo el (30%) del presupuesto destinados a la compra de alimentos

Cronograma

Zona horaria: (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito

Fecha de publicación del proceso 2/09/2022 11:29:25 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Firma del Contrato 2/09/2022 1:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Fecha de inicio de ejecución del contrato 2/09/2022 1:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Plazo de ejecución del contrato 31/12/2022 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Configuración financiera

Definir Plan de Pagos? No

¿Solicitud de garantías? Sí

Garantías por lotes, grupos o etapas? No

Cumplimiento Sí

☑ Buen manejo y correcta inversión del anticipo
- ◉ % del anticipo 100,00 — Fecha de vigencia (desde) 2/09/2022 1:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
- ○ Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta) 30/06/2023 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

☑ Cumplimiento del contrato
- ◉ % del valor del contrato 30,00 — Fecha de vigencia (desde) 2/09/2022 1:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
- ○ Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta) 30/06/2023 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

☑ Calidad del servicio
- ◉ % del valor del contrato 20,00 — Fecha de vigencia (desde) 2/09/2022 1:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
- ○ Valor de la garantía — Fecha de vigencia (hasta) 30/06/2023 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Responsabilidad civil extra contractual No

Entidad adjudicataria	Valor del contrato	Documento(s)	Evaluación
ETICNAR	852.000.000,00 COP	Descargar	Ver contrato

Visita al lugar de ejecución

¿Permitir visitas al lugar de ejecución? No

Información presupuestal

Proyecto del Plan Marco para la Implementación del Acuerdo de Paz o asociado al Acuerdo de Paz ○ Sí ◉ No

Destinación del gasto Funcionamiento

Fuente de los recursos:

	Valor
Presupuesto General de la Nación - PGN	0
Sistema General de Participaciones - SGP	0
Sistema General de Regalías - SGR	0
Recursos Propios (Alcaldías y Gobernaciones)	852.000.000
Recursos de Crédito	0
Otros Recursos (Especie, Privados, Cooperación, Propios Entidades Autónomas)	0
Valor total	852.000.000

Entidad Estatal registrada en el SIIF ○ Sí ◉ No

Saldo de CDP 852.000.000 COP

Saldo de vigencias futuras 0 COP

Saldo total a comprometer 852.000.000 COP

Última consulta a SIIF

Fecha de consulta SIIF -

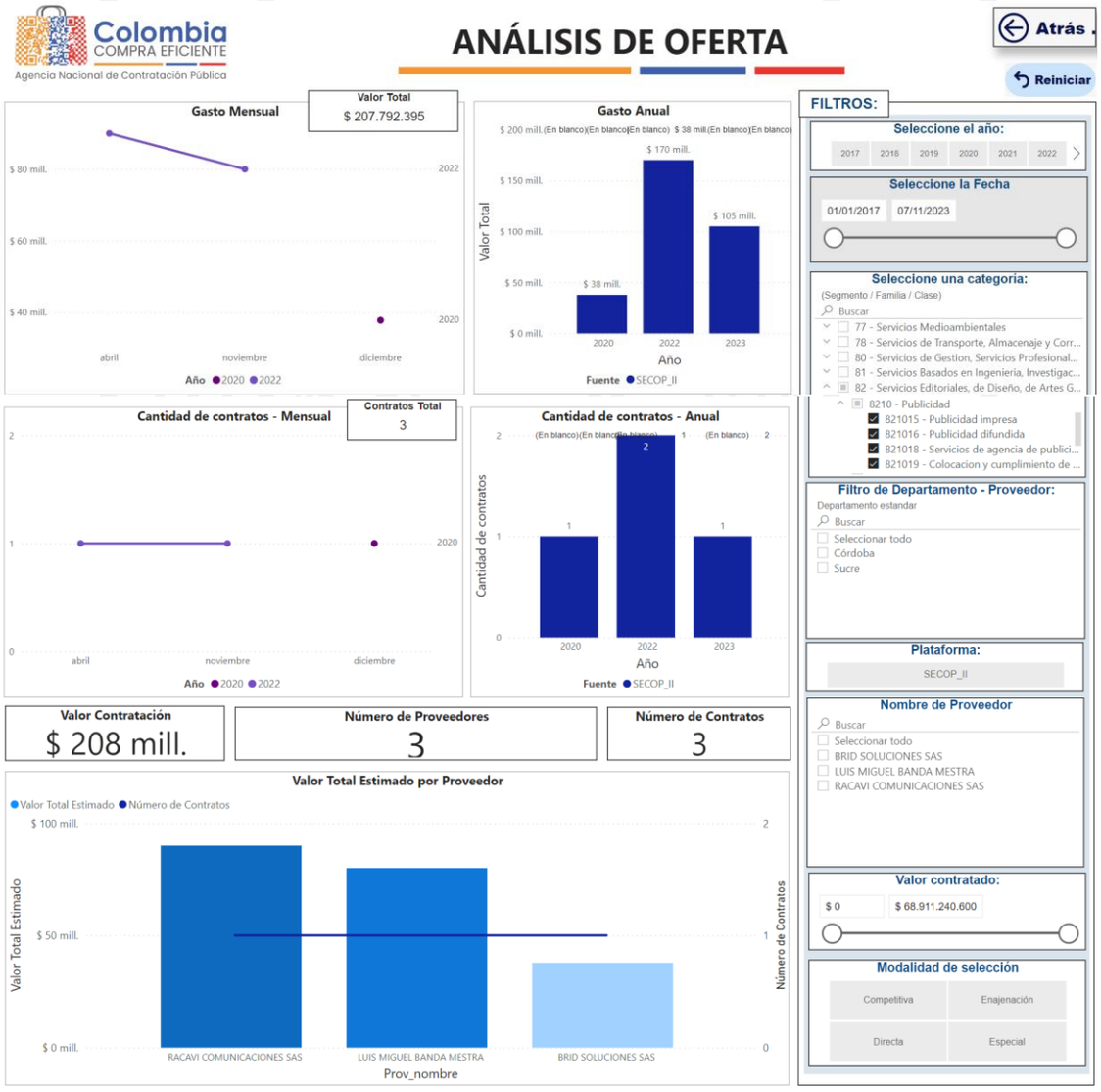
B. ESTUDIO DE LA OFERTA

La Gobernación de Córdoba implementa el Análisis de Datos de Compra Pública, El Modelo de Abastecimiento Estratégico desarrollado por la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, busca mejorar las buenas prácticas en la planeación y gestión de los procesos contractuales para que los participantes del Sistema de Compra Pública lo adopten y se destaquen por sus niveles de transparencia, eficiencia y generación de mayor valor por dinero.

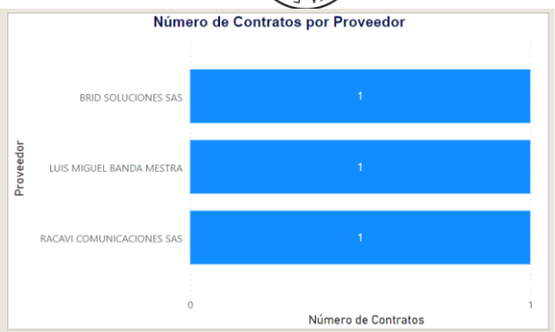
MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO – MAE

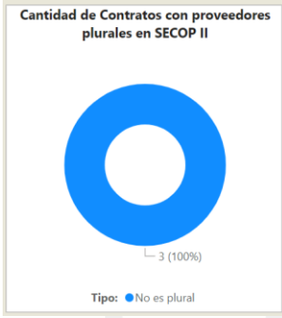
Herramienta de Visualización para el Análisis de la Oferta

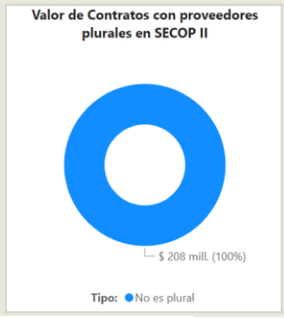
La Agencia Nacional de Contratación – Colombia Compra Eficiente pone a disposición de las entidades estatales, la herramienta de visualización para el Análisis de oferta, la cual permite de manera integral visualizar el comportamiento de compras histórico de la entidad. Esta herramienta consolida la información que reposa en el SECOP (I, II y TVEC), presenta de manera organizada y estructurada datos históricos relacionados con las compras de la entidad. Es una herramienta dinámica que permite realizar filtros y búsquedas para hacer más robustos los análisis correspondientes.

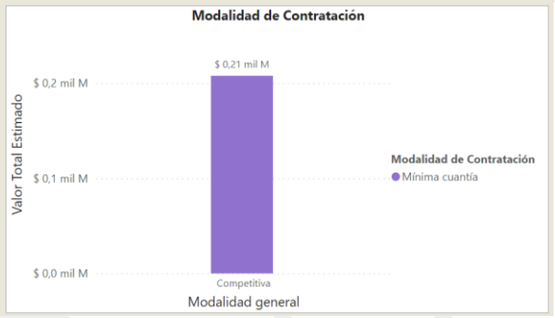




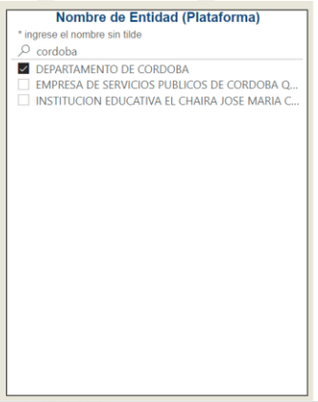












Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2020			2022			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8210 - Publicidad	1	$ 37.792.401	18,19%	2	$ 169.999.994	81,81%	3	$ 207.792.395	100,00%
Total	**1**	**$ 37.792.401**	**18,19%**	**2**	**$ 169.999.994**	**81,81%**	3	$ 207.792.395	100,00%

1. Identificación de Proveedores.

La guía para para la elaboración de estudio de sector, concierta qué; la Gobernación de Córdoba debe identificar los proveedores en el mercado del bien, obra o servicio, así como sus principales características como tamaño empresarial, ubicación, esquemas de producción y comportamiento financiero. Esta identificación permite determinar posibles Riesgos de colusión y también establecer el poder de negociación de los proveedores, el cual está relacionado con el número de competidores presentes en el mercado y las participaciones de cada uno en el mercado. Por consiguiente; se detalla a continuación algunos de los oferentes que pueden prestar el servicio.

Las agencias o centrales de medios. “Son empresas que gestionan para sus clientes la planificación y la compra de espacios publicitarios en los distintos medios de comunicación… Hoy en día es común ver centrales independientes que sólo se dedican a la compra de medios. Entre las funciones de una agencia de medios está el asegurarse de que el mensaje publicitario llegue a la audiencia adecuada, en el lugar y momento apropiados, y al menor coste posible para el anunciante. La compra de grandes volúmenes permite a las agencias tener un mejor poder de negociación para conseguir mejores costes.

Descripción de los servicios principales contratados de acuerdo al medio de comunicación:
¬ Televisión: Se compran segundos.
¬ Prensa: Se compran columnas por centímetros.
¬ Revistas: Se compran páginas o porciones de las mismas.

¬ Radio: Aquí se pueden comprar espacios (cuñas), contratar "chivos" y patrocinar programas.
¬ Exterior: Se compran circuitos, es decir, conjuntos de soportes (kioscos, marquesinas, carteleras, lonas, vallas, mupis etc.) distribuidos por las ciudades.
¬ Internet: Existen varias modalidades de compra, las más extendidas son:
- Se compran impresiones (CPM), cada vez que algún internauta descarga y ve el anuncio.
- Se compran clics (CPC), cada vez que algún internauta hace clic con el ratón sobre el anuncio.
- Se compra a porcentaje (CPA), en este caso se busca la venta de un producto y el anunciante paga a la agencia una cantidad por cada venta del producto que se consiga de un internauta que llegó a través de la publicidad online.9

De acuerdo con las condiciones del mercado, las centrales de medios derivan sus ingresos no solo de la comisión que reciben por la prestación del servicio, sino de los descuentos que reciben de los medios de comunicación con los cuales pautan, de otras operaciones financieras, incluso reciben pauta bonificada, reciben descuentos adicionales por montos de inversión relacionados con sus demás clientes y, en general, sus otras negociaciones, que son aspectos del estricto manejo comercial entre la Central de Medios y los Medios de Comunicación y a los cuales no tiene acceso los anunciantes.10

Empresas que proveen medios de comunicación.

Existen diferentes asociaciones y/o gremios que reúnen empresas del sector, entre ellas se encuentran Asomedios, la IAB Colombia (Asociación Internacional sin fines de lucro de Publicidad en Internet) y la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia – ANDA. Sin embargo, en el país funciona una asociación gremial del sector publicitario que vincula alrededor de 24 empresas de servicios publicitarios como agencias creativas, de Medios, BTL, Digitales, que participan en la estrategia de los clientes.

Dentro del análisis de la oferta, se pudo identificar que de acuerdo con la descripción de actividades económicas CIIU, el código 7310 corresponde a “Publicidad” y el código 7320 a “Estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública”. Con estas dos actividades se pudo consultar en la Superintendencia de Sociedades aquellas empresas que están vinculadas con esta clasificación.

RAZÓN SOCIAL	NIT	UBICACIÓN
UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA.	900.206.027	Bogotá
SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	890.801.783	Bogotá
GREY COLOMBIA SAS	860.008.355	Bogotá
WAVEMAKER COLOMBIA SAS	830.060.529	Cali
SISTOLE SAS	830.147.271	Bogotá
HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S	830.035.904	Bogotá
GEOMETRY GLOBAL COLOMBIA S.A.S.	830.101.217	Bogotá
OMD COLOMBIA SAS	830.058.056	Bogotá
MEDIACOM SAS	830.045.427	Bogotá
MULLEN LOWE SSP3 S.A	860.524.513	Bogotá
MINDSHARE COLOMBIA SAS	830.058.081	Bogotá

RAZÓN SOCIAL	NIT	UBICACIÓN
MCCANN-ERICKSON CORPORATION S.A.	860.006.628	Bogotá
EFECTIMEDIOS S A	860.015.547	Bogotá
MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	900.057.522	Bogotá
MILLWARD BROWN COLOMBIA S.A.S.	830.108.866	Bogotá
IPSOS NAPOLEON FRANCO & CIA S A S	890.319.494	Bogotá
FOX CHANNELS COLOMBIA LTDA	830.140.775	Bogotá
INVESTIGACIÓN ASESORÍA MERCADEO S.A.S.	890.909.099	Medellín
PUBLIMETRO COLOMBIA SAS	900.438.134	Bogotá
PHD COLOMBIA S A S	900.284.732	Bogotá
MERCADEO RELACIONAL S.A.S	830.077.417	Bogotá
RMG CONNECT COLOMBIA S.A.S.	830.005.943	Bogotá
IMAGEN Y RELACIONES PUBLICAS S.A.S.	811.043.389	Bogotá
C&C ACTION MARKETING S.A.S.	830.061.561	Bogotá

9 https://es.wikipedia.org/wiki/Agencias_de_medios

10 https://www.ucepcol.com/contratacin-y-remuneracin-de-servicios

Por otra parte, también se consultaron los proveedores que participaron en algunos procesos anteriores del Departamento de Córdoba y de otras entidades, entre los que se pudo identificar a:

STAMPA COMUNICACIONES
TRES TERCIOS
LINK COMUNICACIONES
CARACOL S.A.
REVISTA EL CONGRESO SIGLO XXI LIMITADA
FUNDACION PROFESIONALES Y EMPRENDEDORES SOCIALES

2. Indicadores Financieros y Organizacionales.

Los indicadores financieros y de Capacidad Organizacional son herramientas que se diseñan utilizando la información financiera de la empresa, y son necesarias para medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, la capacidad de generar liquidez, los rendimientos y las utilidades de la entidad, a través de la interpretación de las cifras, de los resultados y de la información en general. Los indicadores financieros permiten el análisis de la realidad financiera, de manera individual, y facilitan la comparación de la misma con la competencia y con la entidad u organización que lidera el mercado. Recuperado en: https://actualicese.com/2015/02/26/definicion-de-indicadores-financieros/

La Gobernación de Córdoba para el análisis de los indicadores financieros y organizacionales contenidos en el artículo 2.2.1.1.1.5.3. Del Decreto 1082 de 2015, tomo la capacidad financiera y organizacional de los posibles oferentes en Colombia se acudió a la consulta de los indicadores financieros de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) del año 2019

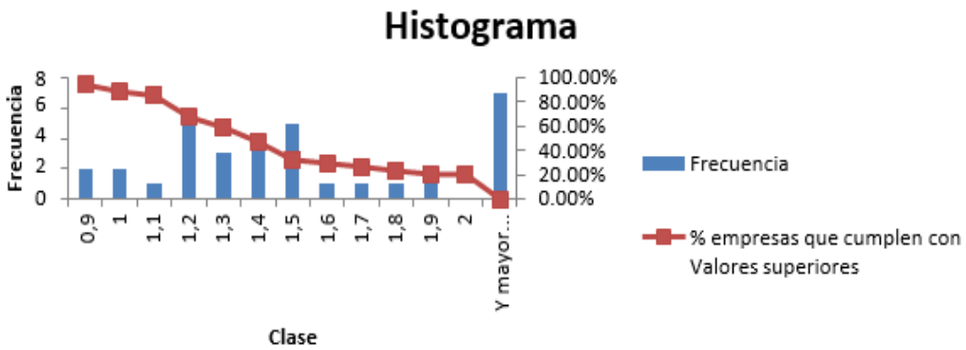
Para realizar un análisis comparativo, se obtuvo una frecuencia de los valores de 34 de las empresas que podrían cumplir con el objeto del presente proceso y se consultó el indicador del sector, con los siguientes resultados:

Liquidez

Nit	Razón social de la sociedad	Clasificación Industrial Internacional Uniforme Versión 4A.C	INDICADOR DE LIQUIDEZ
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS	M7310 - Publicidad	6,15171027
830028713	PEOPLE MARKETING SAS	M7310 - Publicidad	1,30519391
830136865	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	2,56213515
830075011	CENTURY MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	1,39135764
830137308	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TELEVISION SA	M7310 - Publicidad	0,61634461
900052405	OPEN MIND LTDA	M7310 - Publicidad	1,37881234
830047108	HAROLD ZEA & ASOCIADOS SAS	M7310 - Publicidad	1,21641382
900518245	CARAT COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,95394976
860076863	Ideamos Publicidad Lttda	M7310 - Publicidad	1,25371855
830039532	Central Regional De Medios SAS	M7310 - Publicidad	1,35463183
830059566	OPTIMA TM SAS	M7310 - Publicidad	3,19670804
802021183	RICARDO CHAMS Y CIA SIGNO 21 SAS	M7310 - Publicidad	1,47288808
800045878	SERVIMEDIOS SAS	M7310 - Publicidad	1,49878642
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO LTDA	M7310 - Publicidad	1,43807415
830125837	MASS DIGITAL SA	M7310 - Publicidad	1,12663263
800064773	PUBBLICA SAS	M7310 - Publicidad	2,07958259
890926395	PEREZ Y VILLA S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,15539228
860015547	MMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,89951036
830075502	J&M COMUNICACIONES SAS	M7310 - Publicidad	1,49136697

900426105	GROUPM TRADING COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	2,31810142
830045427	MEDIACOM S.A.S	M7310 - Publicidad	1,1644115
830104453	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES S A S	M7310 - Publicidad	1,58261022
830058081	Mindshare Colombia SAS	M7310 - Publicidad	1,05741007
900057522	MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	M7310 - Publicidad	1,24879587
900284732	PHD COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,43553631
860006628	Mccann Erickson Corporation S.A	M7310 - Publicidad	2,29747677
860504772	EFECTIMEDIOS SA	M7310 - Publicidad	1,73314062
890801783	SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	M7310 - Publicidad	1,69821806
830035904	HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,18743828
860008355	GREY COLOMBIA S.AS	M7310 - Publicidad	2,02249384
860001317	PUBLICAR PUBLICIDAD MULTIMEDIA SAS	M7310 - Publicidad	0,26098125
860524513	MULLEN LOWE SSP3 SA	M7310 - Publicidad	0,95274433
830058056	OMD COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,18161924
830000640	DDB WORLDWIDE COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,16855729

Clase	Frecuencia	% empresas que cumplen con valores superiores
0,9	2	94,12%
1	2	88,24%
1,1	1	85,29%
1,2	6	67,65%
1,3	3	58,82%
1,4	4	47,06%
1,5	5	32,35%
1,6	1	29,41%
1,7	1	26,47%
1,8	1	23,53%
1,9	1	20,59%
2	0	20,59%
y mayor...	7	0,00%



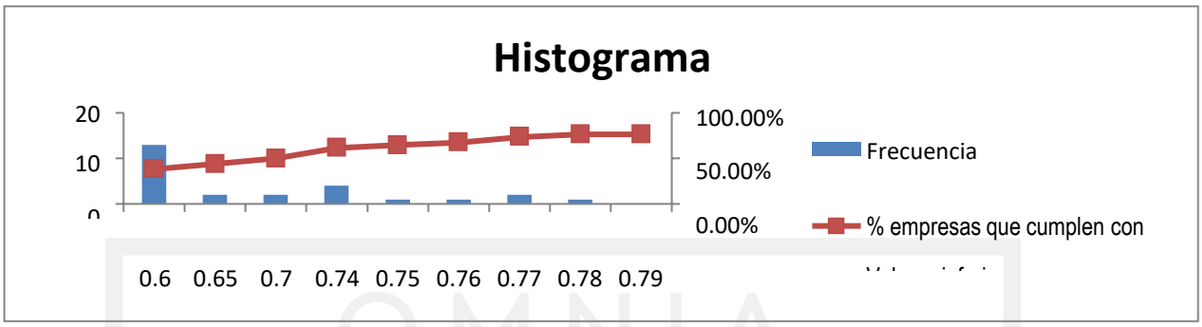
De acuerdo con el anterior análisis se determinó que el indicador de Liquidez es de 1,1, ya que este porcentaje está dado para que el 85,29% de las empresas del sector de comunicaciones cumplan con los criterios y consecuentemente puedan participar como oferentes sin poner en riesgo la solidez financiera. Además, garantizan la seguridad económica y financiera de los proponentes y el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

Endeudamiento

Nit	Razón social de la sociedad	Clasificación Industrial Internacional Uniforme Versión 4 A.C	INDICADOR DE ENDEUDAMIENTO
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS	M7310 - Publicidad	0,575804441
830028713	PEOPLE MARKETING SAS	M7310 - Publicidad	0,762452465
830136865	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	0,380028388
830075011	CENTURY MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	0,555251925
830137308	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TELEVISION SA	M7310 - Publicidad	0,708192338
900052405	OPEN MIND LTDA	M7310 - Publicidad	0,718988088
830047108	HAROLD ZEA & ASOCIADOS SAS	M7310 - Publicidad	0,814346649
900518245	CARAT COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,974375851
860076863	Ideamos Publicidad Lttda	M7310 - Publicidad	0,547576222
830039532	Central Regional De Medios SAS	M7310 - Publicidad	0,705674297
830059566	OPTIMA TM SAS	M7310 - Publicidad	0,286453245
802021183	RICARDO CHAMS Y CIA SIGNO 21 SAS	M7310 - Publicidad	0,742410111
800045878	SERVIMEDIOS SAS	M7310 - Publicidad	0,39222295
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO LTDA	M7310 - Publicidad	0,627212081
830125837	MASS DIGITAL SA	M7310 - Publicidad	0,846696792
800064773	PUBBLICA SAS	M7310 - Publicidad	0,575640886
890926395	PEREZ Y VILLA S.A.S.	M7310 - Publicidad	0,796288895
860015547	MMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,763782887
830075502	J&M COMUNICACIONES SAS	M7310 - Publicidad	0,711368864
900426105	GROUPM TRADING COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	0,450385358
830045427	MEDIACOM S.A.S	M7310 - Publicidad	0,815305487
830104453	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES S A S	M7310 - Publicidad	0,452725703
830058081	Mindshare Colombia SAS	M7310 - Publicidad	0,852378664
900057522	MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	M7310 - Publicidad	0,775758522
900284732	PHD COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,660531732
860006628	Mccann Erickson Corporation S.A	M7310 - Publicidad	0,477283929
860504772	EFECTIMEDIOS SA	M7310 - Publicidad	0,37338644
890801783	SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	M7310 - Publicidad	0,571945333
830035904	HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	0,759282786
860008355	GREY COLOMBIA S.AS	M7310 - Publicidad	0,310952818
860001317	PUBLICAR PUBLICIDAD MULTIMEDIA SAS	M7310 - Publicidad	1,119444956
860524513	MULLEN LOWE SSP3 SA	M7310 - Publicidad	1,024788011
830058056	OMD COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,659571933
830000640	DDB WORLDWIDE COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,64862862

Clase	Frecuencia	% empresas que cumplen con valoresinferiores
0,6	13	38,24%
0,65	2	44,12%
0,7	2	50,00%
0,74	4	61,76%
0,75	1	64,71%
0,76	1	67,65%
0,77	2	73,53%
0,78	1	76,47%
0,79	0	76,47%

0,8	1	79,41%
Y mayor...	7	100,00%



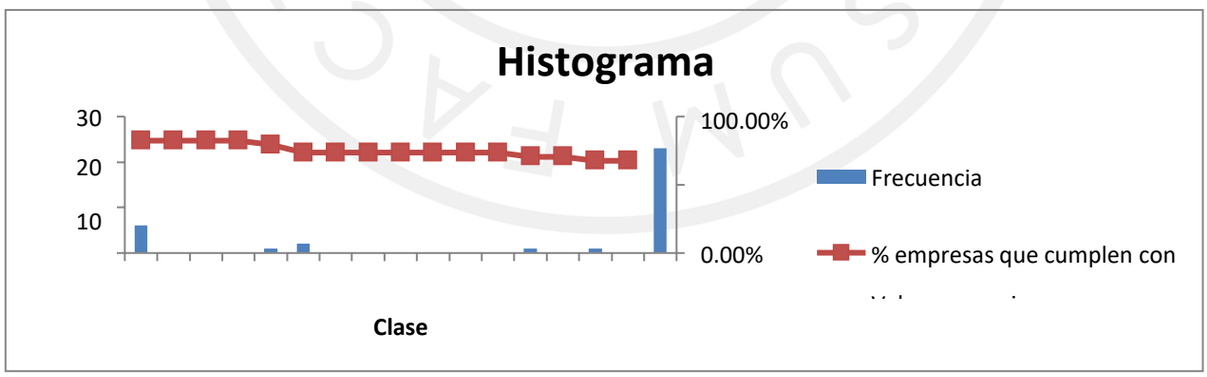
De acuerdo con el anterior análisis se determinó que el indicador de Endeudamiento es de 0,75, ya que este porcentaje está dado para que el 64.71% de las empresas del sector de comunicaciones cumplan con los criterios y consecuentemente puedan participar como oferentes sin poner en riesgo la solidez financiera. Además, garantizan la seguridad económica y financiera de los proponentes y el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

Razón Cobertura de Interés

Nit	Razón social de la sociedad	Clasificación Industrial Internacional Uniforme Versión 4A.C	COBERTURA DE INTERESES
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS	M7310 - Publicidad	**7,895713954**
830028713	PEOPLE MARKETING SAS	M7310 - Publicidad	**0,524217185**
830136865	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	**2,840919116**
830075011	CENTURY MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	**#¡DIV/0!**
830137308	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TELEVISION SA	M7310 - Publicidad	**3,034707487**
900052405	OPEN MIND LTDA	M7310 - Publicidad	**4,838757797**
830047108	HAROLD ZEA & ASOCIADOS SAS	M7310 - Publicidad	**111,0566284**
900518245	CARAT COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	**1,633021069**
860076863	Ideamos Publicidad Lttda	M7310 - Publicidad	**8,726575868**
830039532	Central Regional De Medios SAS	M7310 - Publicidad	**#¡DIV/0!**
830059566	OPTIMA TM SAS	M7310 - Publicidad	**#¡DIV/0!**
802021183	RICARDO CHAMS Y CIA SIGNO 21 SAS	M7310 - Publicidad	**2,670649539**
800045878	SERVIMEDIOS SAS	M7310 - Publicidad	**-4,918195979**
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO LTDA	M7310 - Publicidad	**#¡DIV/0!**
830125837	MASS DIGITAL SA	M7310 - Publicidad	**1,644863661**
800064773	PUBBLICA SAS	M7310 - Publicidad	**#¡DIV/0!**
890926395	PEREZ Y VILLA S.A.S.	M7310 - Publicidad	**0,814773734**
860015547	MMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	**1,45583787**
830075502	J&M COMUNICACIONES SAS	M7310 - Publicidad	**5,173419609**
900426105	GROUPM TRADING COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	**7,543245361**
830045427	MEDIACOM S.A.S	M7310 - Publicidad	**4,059129144**
830104453	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES S A S	M7310 - Publicidad	**5,625841074**
830058081	Mindshare Colombia SAS	M7310 - Publicidad	**5,191176495**

900057522	MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	M7310 - Publicidad	**3,635138564**
900284732	PHD COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	**19,11530674**
860006628	Mccann Erickson Corporation S.A	M7310 - Publicidad	**#¡DIV/0!**
860504772	EFECTIMEDIOS SA	M7310 - Publicidad	**#¡DIV/0!**
890801783	SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	M7310 - Publicidad	**3,918333421**
830035904	HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	**-5,06275103**
860008355	GREY COLOMBIA S.AS	M7310 - Publicidad	**#¡DIV/0!**
860001317	PUBLICAR PUBLICIDAD MULTIMEDIA SAS	M7310 - Publicidad	**-3,047410894**
860524513	MULLEN LOWE SSP3 SA	M7310 - Publicidad	**0,532525367**
830058056	OMD COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	**8,538256356**
830000640	**DDB WORLDWIDE COLOMBIA SAS**	**M7310 - Publicidad**	**3,943177626**

Clase	Frecuencia	% empresas que cumplen convalores superiores
1	6	82,35%
1,2	0	82,35%
1,3	0	82,35%
1,4	0	82,35%
1,5	1	79,41%
2	2	73,53%
2,1	0	73,53%
2,2	0	73,53%
2,3	0	73,53%
2,4	0	73,53%
2,5	0	73,53%
2,6	0	73,53%
2,7	1	70,59%
2,8	0	70,59%
2,9	1	67,65%
3	0	67,65%
Y mayor...	23	



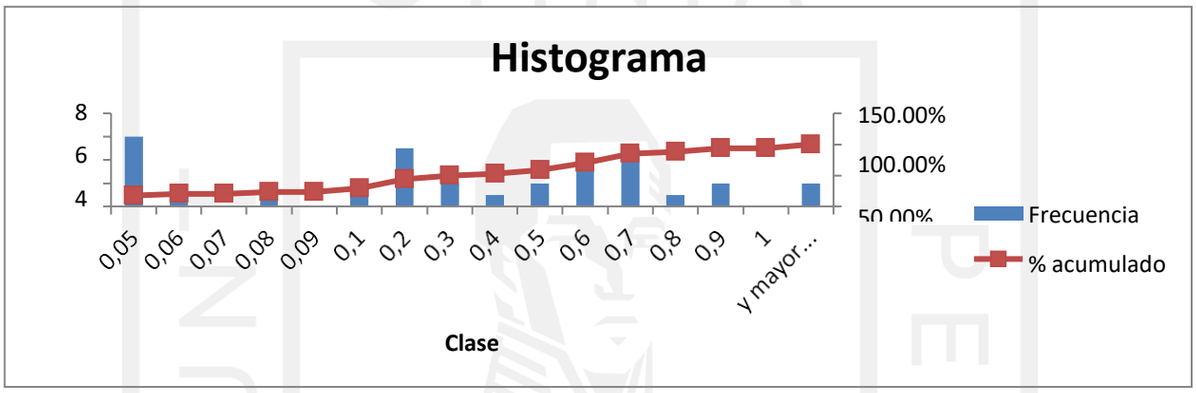
El indicador de cobertura de interés se estipula en es de 2, ya que este porcentaje está dado para que el 73.53% de las empresas del sector de comunicaciones cumplan con los criterios y consecuentemente pueda participar como oferentes sin poner en riesgo la solidez financiera. Además, garantizan la seguridad económica y financiera de los proponentes y el cumplimiento de las obligaciones contractuales

Rentabilidad del Patrimonio

Nit	Razón social de la sociedad	Clasificación Industrial Internacional Uniforme Versión 4 A.C	RENTABILIDAD DEL ACTIVO	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS	M7310 - Publicidad	0,031449629	0,074139458
830028713	PEOPLE MARKETING SAS	M7310 - Publicidad	0,146470768	0,616595614
830136865	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	0,059656764	0,096224994
830075011	CENTURY MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	0,004163648	0,009361813
830137308	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TELEVISION SA	M7310 - Publicidad	0,014586741	0,049987517
900052405	OPEN MIND LTDA	M7310 - Publicidad	0,215961351	0,768513154
830047108	HAROLD ZEA & ASOCIADOS SAS	M7310 - Publicidad	0,124538295	0,670810918
900518245	CARAT COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,044366113	1,731417997
860076863	Ideamos Publicidad Lttda	M7310 - Publicidad	0,151135574	0,334057539
830039532	Central Regional De Medios SAS	M7310 - Publicidad	0,177525088	0,603158631
830059566	OPTIMA TM SAS	M7310 - Publicidad	0,016737482	0,023456742
802021183	RICARDO CHAMS Y CIA SIGNO 21 SAS	M7310 - Publicidad	0,16211376	0,629348306
800045878	SERVIMEDIOS SAS	M7310 - Publicidad	-0,030255847	-0,049781161
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO LTDA	M7310 - Publicidad	0,092383785	0,247818612
830125837	MASS DIGITAL SA	M7310 - Publicidad	0,09128449	0,595450619
800064773	PUBBLICA SAS	M7310 - Publicidad	0,188051659	0,443142736
890926395	PEREZ Y VILLA S.A.S.	M7310 - Publicidad	0,022983178	0,112822412
860015547	MMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,139009561	0,588482178
830075502	J&M COMUNICACIONES SAS	M7310 - Publicidad	0,259030263	0,897443936
900426105	GROUPM TRADING COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	0,108353085	0,197143738
830045427	MEDIACOM S.A.S	M7310 - Publicidad	0,108011364	0,584810897
830104453	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES S A S	M7310 - Publicidad	0,099098811	0,181077042
830058081	Mindshare Colombia SAS	M7310 - Publicidad	0,120623723	0,817115775
900057522	MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	M7310 - Publicidad	0,044191314	0,197070204
900284732	PHD COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,204561719	0,602594522
860006628	Mccann Erickson Corporation S.A	M7310 - Publicidad	0,031042972	0,059387828
860504772	EFECTIMEDIOS SA	M7310 - Publicidad	0,128671654	0,20534451
890801783	SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	M7310 - Publicidad	0,220328363	0,514720151
830035904	HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	-0,111536996	-0,463352804
860008355	GREY COLOMBIA S.AS	M7310 - Publicidad	0,0677077	0,098262793
860001317	PUBLICAR PUBLICIDAD MULTIMEDIA SAS	M7310 - Publicidad	-0,200891555	1,681875579
860524513	MULLEN LOWE SSP3 SA	M7310 - Publicidad	0,022493483	-0,907433956
830058056	OMD COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,148621822	0,436573351
830000640	DDB WORLDWIDE COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,047958678	0,136489996

RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO		
Clase	*Frecuencia*	*% empresas que cumplen con valores superiores*
0,05	6	82,35%
0,06	1	79,41%
0,07	0	79,41%
0,08	1	76,47%
0,09	0	76,47%

0,1	2	70,59%
0,2	5	55,88%
0,3	2	50,00%
0,4	1	47,06%
0,5	2	41,18%
0,6	4	29,41%
0,7	5	14,71%
0,8	1	11,76%
0,9	2	5,88%
1	0	5,88%
Y mayor...	2	0,00%



Esto significa que el 70.59% de las empresas analizadas cumplen con un indicador de rentabilidad del patrimonio igual o mayor al 0.1 y así sucesivamente.

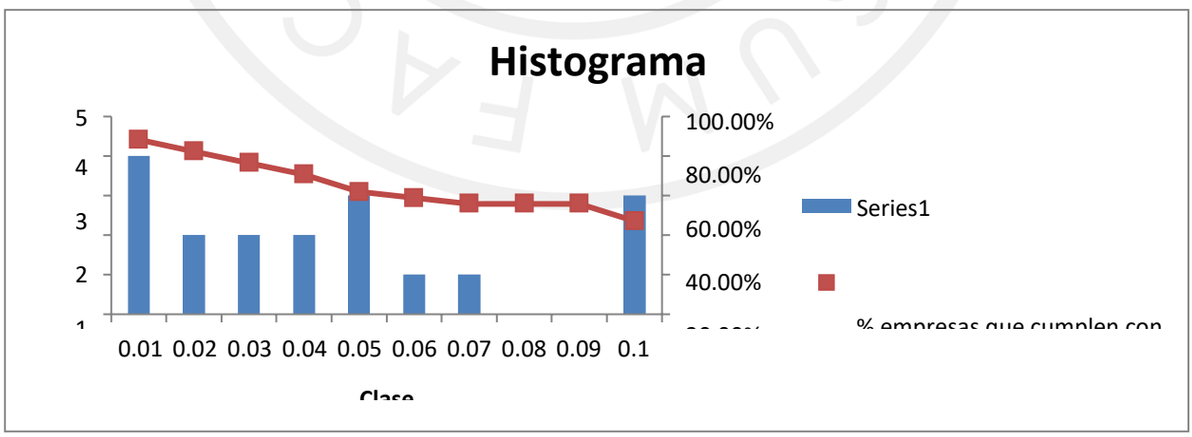
Asimismo, se analizó la frecuencia de los valores para definir un indicador de la rentabilidad del Activo para establecer el porcentaje de empresas que cumplen con valores iguales o superiores límite con el cual se permita la pluralidad de participación.

Rentabilidad del Activo

Nit	Razón social de la sociedad	Clasificación Industrial Internacional Uniforme Versión 4 A.C	RENTABILIDAD DEL ACTIVO	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS	M7310 - Publicidad	0,031449629	0,074139458
830028713	PEOPLE MARKETING SAS	M7310 - Publicidad	0,146470768	0,616595614
830136865	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	0,059656764	0,096224994
830075011	CENTURY MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	0,004163648	0,009361813
830137308	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TELEVISION SA	M7310 - Publicidad	0,014586741	0,049987517
900052405	OPEN MIND LTDA	M7310 - Publicidad	0,215961351	0,768513154
830047108	HAROLD ZEA & ASOCIADOS SAS	M7310 - Publicidad	0,124538295	0,670810918
900518245	CARAT COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,044366113	1,731417997
860076863	Ideamos Publicidad Lttda	M7310 - Publicidad	0,151135574	0,334057539
830039532	Central Regional De Medios SAS	M7310 - Publicidad	0,177525088	0,603158631
830059566	OPTIMA TM SAS	M7310 - Publicidad	0,016737482	0,023456742
802021183	RICARDO CHAMS Y CIA SIGNO 21 SAS	M7310 - Publicidad	0,16211376	0,629348306
800045878	SERVIMEDIOS SAS	M7310 - Publicidad	-0,030255847	-0,049781161
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO LTDA	M7310 - Publicidad	0,092383785	0,247818612

830125837	MASS DIGITAL SA	M7310 - Publicidad	0,09128449	0,595450619
800064773	PUBBLICA SAS	M7310 - Publicidad	0,188051659	0,443142736
890926395	PEREZ Y VILLA S.A.S.	M7310 - Publicidad	0,022983178	0,112822412
860015547	MMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,139009561	0,588482178
830075502	J&M COMUNICACIONES SAS	M7310 - Publicidad	0,259030263	0,897443936
900426105	GROUPM TRADING COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	0,108353085	0,197143738
830045427	MEDIACOM S.A.S	M7310 - Publicidad	0,108011364	0,584810897
830104453	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES S A S	M7310 - Publicidad	0,099098811	0,181077042
830058081	Mindshare Colombia SAS	M7310 - Publicidad	0,120623723	0,817115775
900057522	MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	M7310 - Publicidad	0,044191314	0,197070204
900284732	PHD COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,204561719	0,602594522
860006628	Mccann Erickson Corporation S.A	M7310 - Publicidad	0,031042972	0,059387828
860504772	EFECTIMEDIOS SA	M7310 - Publicidad	0,128671654	0,20534451
890801783	SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	M7310 - Publicidad	0,220328363	0,514720151
830035904	HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	-0,111536996	-0,463352804
860008355	GREY COLOMBIA S.AS	M7310 - Publicidad	0,0677077	0,098262793
860001317	PUBLICAR PUBLICIDAD MULTIMEDIA SAS	M7310 - Publicidad	-0,200891555	1,681875579
860524513	MULLEN LOWE SSP3 SA	M7310 - Publicidad	0,022493483	-0,907433956
830058056	OMD COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,148621822	0,436573351
830000640	DDB WORLDWIDE COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,047958678	0,136489996

RENTABILIDAD DEL ACTIVO		
Clase	Frecuencia	% empresas que cumplen con valores superiores
0,01	4	88,24%
0,02	2	82,35%
0,03	2	76,47%
0,04	2	70,59%
0,05	3	61,76%
0,06	1	58,82%
0,07	1	55,88%
0,08	0	55,88%
0,09	0	55,88%
0,1	3	47,06%



Esto significa que el 76.47% de las empresas analizadas cumplen con un indicador del activo igual o mayor al de 0,03 y así sucesivamente.

Como conclusión, se establece 10% como indicador de rentabilidad del Patrimonio y 3% en el caso de rentabilidad del Activo.

CAPACIDAD FINANCIERA

NOMBRE DEL INDICADOR	ÍNDICE REQUERIDO
Índice de Liquidez	Mayor o igual a 1.1
Índice de Endeudamiento	Menor o Igual a 75%
Razón de Cobertura de Intereses	Mayor o igual a 2

CAPACIDAD ORGANIZACIONAL

NOMBRE DEL INDICADOR	ÍNDICE REQUERIDO
Rentabilidad del Patrimonio (utilidad operacional/patrimonio)	Mayor o igual a 10%
Rentabilidad del Activo (utilidad operacional/activo)	Mayor o igual a 3%

D. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

El estudio de mercado permite comprender la dinámica de los precios y establecer el presupuesto oficial de la contratación. Este comprende la realización de un análisis de los diferentes precios de los bienes o servicios a contratar que se registran en el mercado, los cuales pueden consultarse a través de mecanismos como la solicitud de cotizaciones, la consulta de bases de datos especializadas y el análisis de precios históricos. También involucra el análisis de las variables consideradas para calcular el presupuesto oficial o precio del contrato.

Para la elaboración del estudio de precios de mercado, del presente estudio de realizo por **revisión de precios por solicitud de cotizaciones.**

Se requiero a los potenciales proveedores de los bienes y servicios para que remitieran la información necesaria para determinar, entre otros aspectos el valor del servicio o del bien correspondiente. Para estos efectos, se sugirió incluir en la comunicación toda aquella información pertinente del contrato a ejecutar que permita estructurar una cotización integral y ajustada a las necesidades de la entidad, así como toda aquella información relevante que incida en el precio del bien o servicio.

El valor del contrato a celebrar es por la suma de **MIL SETENTA Y OCHO MILLONES OCHOCIENTOS TREINTA Y SIETE MIL CIENTO SETENTA Y TRES PESOS M/CTE ($ 1.078.837.173,40),** incluidos todos los costos directos e indirectos.

Cantidad	Plazo en meses	DESCRIPCION	Valor Unit	Valor Total
2	2,5	Fotógrafo/ Videografo	$ 2.937.804,00	$ 14.689.020,00
2	2,5	Diseñador Gráfico	$ 2.937.804,00	$ 14.689.020,00
2	2,5	Realizador Audiovisual	$ 2.937.804,00	$ 14.689.020,00
2	2,5	Comunicador Social	$ 4.465.462,00	$ 22.327.310,00
1	2,5	Psicólogo	$ 4.465.462,00	$ 11.163.655,00
1	2,5	Trabajador Social	$ 4.465.462,00	$ 11.163.655,00
SUBTOTAL				**$ 88.721.680,00**
Campaña	**Cantidad**	**Servicio**	**Valor Unit**	**Valor Total**

Actividades de comunicación Salud Ambiental:	1	Creación de estrategia de comunicación, la cual contendrá: - Establecer los objetivos de la campaña identificando claramente qué se desea lograr. - Producir la imagen gráfica de la campaña. - Definir el estilo del lenguaje para la creación del contenido de la campaña. - Crear la línea de mensaje de divulgación para medios de comunicación y redes sociales. - Identificar el público objeto de la campaña	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM	$ 119.000,00	$ 5.950.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM	$ 158.000,00	$ 7.900.000,00
	4	avisos de media página formato tabloide en medios impresos de circulación departamental	$ 3.654.000,00	$ 14.616.000,00
	5	Poster tipo araña informativos de 180x100, Inlcuye el soporte, el diseño y la impresión digital en lonna tipo banner	$ 355.000,00	$ 1.775.000,00
	1000	Diseño e impresión digital de volantes 4.0, tamaño media carta (21.5 cm x 13.9cm), en papel bond	$ 155,00	$ 155.000,00
	5	Videos informativos y pedagógicos con duración max 1,30 minutos para redes sociales para redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, X)	$ 640.000,00	$ 3.200.000,00
	1	Diseño y produccipon de una cartilla digital en formato PDF sobre normativas sanitarias vigentes, incluye conceptualización, diagramción, ilustración. 6 paginas minimo, 10 páginas máximo	$ 775.000,00	$ 775.000,00
	5	PRODUCCIÓN de cuñas radiales, guión institucional con un mensaje de impacto, grabación a 2 voces musicalización y entrega final	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00
	5	PRODUCCIÓN de guión institucional para video con mensaje de impacto	$ 800.000,00	$ 4.000.000,00
	5	Contenidos generados por creadores digitales (influencer) Contenido generados por creadores digitales (influencer), 4 historias en Instagram por influencer, mensual, una smeana; son 32 historias en total: contenido organico y acorde al estilo del creador, guardando siempre los lineamientos de comunicación institucional, sobre entornos saludables con enfoque diferencial: residuos, manejo de aguas, manejo de excretas, tenencia de mascotas	$ 1.550.000,00	$ 7.750.000,00
	5	Pauta Digital en Redes sociales	$ 1.550.000,00	$ 7.750.000,00
SUBTOTAL				**$ 71.191.000,00**

Campaña	Cantidad	Servicio	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Actividades de comunicación programa ETV y zoonosis:	1	Creación de estrategia de comunicación, la cual contendrá: - Establecer los objetivos de la campaña identificando claramente qué se desea lograr. - Producir la imagen gráfica de la campaña. - Definir el estilo del lenguaje para la creación del contenido de la campaña. - Crear la línea de mensaje de divulgación para medios de comunicación y redes sociales. - Identificar el público objeto de la campaña	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM	$ 119.000,00	$ 5.950.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM	$ 158.000,00	$ 7.900.000,00

	10	Espacios de 20 minutos en emisoras AM en vivo o pregrabado para hacer promoción y prevención de Enfermedades Transmitidas por Vectores	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00
	10	Espacios de 20 minutos en emisoras FM en vivo o pregrabado para hacer promoción y prevención de Enfermedades Transmitidas por Vectores	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00
	5	Diseño, impresión digital en lona tipo banner e instalación de vallas informativas en puntos estratégicos del departamento, medidas 4 m x 2 m	$ 3.875.000,00	$ 19.375.000,00
	10	Diseño e impresión digital en lona tipo banner de poster informativos tipo araña de 100x180. Inlcuye el soporte	$ 355.000,00	$ 3.550.000,00
	10000	Diseño e impresión digital de volantes 4.0, tamaño media carta (21.5 cm x 13.9cm), en papel bond 115g	$ 155,00	$ 1.550.000,00
	1	Diseño y produccipon de una cartilla digital en formato PDF sobre normativas sanitarias vigentes, incluye conceptualización, diagramción, ilustración. 6 paginas minimo, 10 páginas máximo	$ 775.000,00	$ 775.000,00
	5	Diseño de piezas infográficas con mensajes de prevención y control de Enfermedades Transmitidas por Vectores, ETV	$ 542.500,00	$ 2.712.500,00
	75	Diseño e impresión afiches de rutas de atención y atención integral de Dengue 43.2 x 27.9 full collor	$ 38.750,00	$ 2.906.250,00
	870	Diseño e impresión de cartillas impresas (cartillas con los contenidos relacionados a promoción y mantenimiento de enfermedades de zoonóticas de interés en salud pública. La cartilla debe ser impresa a todo color, tamaño media carta, en papel propalcote de 150 gramos, 20 páginas, carátula incluida.	$ 25.625,00	$ 22.293.750,00
	6	Producción de contenidos de video informativos y pedagógicos cortos de entre 1 minuto y 1.30 para redes sociales (Facebook, Instagram, YouTobe, X)	$ 640.000,00	$ 3.840.000,00
	5	Producción y difusión de mensajes de audio para perifoneo con mensajes sobre prevención control de ETV y Zoonosis en los 10 municipios con mayor incidencia.	$ 496.000,00	$ 2.480.000,00
	5	PRODUCCIÓN de cuñas radiales, guión institucional con un mensaje de impacto, grabación a 2 voces musicalización y entrega final	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00
	6	PRODUCCIÓN y postproducción de guión institucional para video con mensaje de impacto	$ 800.000,00	$ 4.800.000,00
	4	Contenido generados por creadores digitales (influencer), 4 historias en Instagram por influencer, mensual, una smeana; son 32 historias en total: contenido organico y acorde al estilo del creador, guardando siempre los lineamientos de comunicación institucional.	$ 1.550.000,00	$ 6.200.000,00
	5	Pauta digital y sitios web	$ 1.550.000,00	$ 7.750.000,00
SUBTOTAL				**$ 122.081.500,00**

AREA	CANT.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Actividades de comunicación programa PAI	1	Creación de estrategia de comunicación, la cual contendrá: - Establecer los objetivos de la campaña identificando claramente qué se desea lograr. - Producir la imagen gráfica de la campaña. - Definir el estilo del lenguaje para la creación del contenido de la campaña. - Crear la línea de mensaje de divulgación para medios de comunicación y redes sociales. - Identificar el público objeto de la campaña	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM promocionado la vacunación del Plan Ampliado de Inmunización (PAi)	$ 119.000,00	$ 5.950.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM promocionado la vacunación del Plan Ampliado de Inmunización (PAi)	$ 158.000,00	$ 7.900.000,00

	4	Diseño, impresión digital en lona tipo banner e instalación de vallas informativas en puntos estratégicos del departamento, medidas 4 m x 2 m	$ 3.875.000,00	$ 15.500.000,00
	5	Diseño e impresión digital en lona tipo banner de poster informativos tipo araña de 100x180. Inlcuye el soporte	$ 355.000,00	$ 1.775.000,00
	5	Producción de contenidos de video informativos y pedagógicos cortos de entre 1 minuto y 1.30 para redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, X), con mensajes para promocionar la vacunación	$ 640.000,00	$ 3.200.000,00
	5	PRODUCCIÓN de cuñas radiales, guión institucional con un mensaje de impacto, grabación a 2 voces musicalización y entrega final	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00
	5	PRODUCCIÓN y postproducción de guión institucional para video con mensaje de impacto	$ 800.000,00	$ 4.000.000,00
	4	Contenido generados por creadores digitales (influencer), 4 historias en Instagram por influencer, mensual, una smeana; son 32 historias en total: contenido organico y acorde al estilo del creador, guardando siempre los lineamientos de comunicación institcuional.	$ 1.550.000,00	$ 6.200.000,00
SUBTOTAL				**$ 61.845.000,00**

AREA	CANT.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Actividades de comunicación salud pública	1	Creación de estrategia de comunicación, la cual contendrá: - Establecer los objetivos de la campaña identificando claramente qué se desea lograr. - Producir la imagen gráfica de la campaña. - Definir el estilo del lenguaje para la creación del contenido de la campaña. - Crear la línea de mensaje de divulgación para medios de comunicación y redes sociales. - Identificar el público objeto de la campaña	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM	$ 119.000,00	$ 5.950.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM	$ 158.000,00	$ 7.900.000,00
	1	PRODUCCIÓN de cuñas radiales, guión institucional con un mensaje de impacto, grabación a 2 voces musicalización y entrega final	$ 864.000,00	$ 864.000,00
	20	PRODUCCIÓN y postproducción de guión institucional para video con mensaje de impacto	$ 720.000,00	$ 14.400.000,00
	10	Espacios de 20 minutos cada uno en emisoras AM, en vivo o pregrabado, con cobertura departamental para que expertos puedan divulgar información relacionada con: habilidades socioemocionales, Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), violencia basada en género, cuidado de la salud mental	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00
	10	Espacios de 20 minutos cada uno en emisoras FM, en vivo o pregrabado, con cobertura departamental para que expertos puedan divulgar información relacionada con: habilidades socioemocionales, Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), violencia basada en género, cuidado de la salud mental	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00
	2	Diseño y publicación de avisos de una página formato tabloide (25.8 cm x 27 cm de alto) en medios impresos de circulación departamental sobre beneficios de la actividad física para la salud y, estilos de vida saludables, prevención del cáncer- cáncer de mama, cáncer de cuello uterino, cáncer de próstata y colo rectal, prevención y consecuencias del consumo de tabaco vaper y alcohol.	$ 8.265.000,00	$ 16.530.000,00
	2	Diseño y publicación de avisos de media página (24.8 cm de ancho x 13.5) formato tabloide en medios impresos de circulación departamental sobre Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), prevención de la Enfermedad Diarreica Aguda (EDA), violencia basada en género y cuidado de la salud mental.	$ 3.906.000,00	$ 7.812.000,00

	1	Diseño, impresión digital en lona tipo banner e instalación de vallas informativas en puntos estratégicos del departamento, medidas 4 m x 2 m, con mensaje de con líneas de atención de salud mental y violencias	$ 3.875.000,00	$ 3.875.000,00
	15	Diseño e impresión digital en lona tipo banner de poster informativos tipo araña de 100x180. Inlcuye el soporte con temas de lactancia materna, prevención de mortalidad infantil, crianza amorosa, Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA)	$ 355.000,00	$ 5.325.000,00
	100000	Diseño e impresión digital de volantes 4.0, tamaño media carta (21.5 cm x 13.9cm), en papel bond 115g. Los contenidos son variados y acorde a la necesidad de intervención, en los siguientes temas: lactancia materna, prevención de mortalidad infantil, crianza amorosa, violencia basada en género, Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA)	$ 155,00	$ 15.500.000,00
	7	Diseño de 7 cartillas digitales en formato PDF de minimo 6 página, maximo 10, con contenidos sobre los siguientes temas: 1) lactancia materna, crianza amorosa, 2) violencia basada en género, 3)Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), Enfermedad Diarreica Aguda (EDA) e Infección Respiratoria Aguda (IRA), 4) cuidado de la salud mental, 5)derechos sexuales y reproductivos, 6)beneficios de la actividad física para la salud y estilos de vida saludables, 7) prevención y consecuencias del consumo de tabaco vaper y alcohol.por Alimentos (ETA), etc.Incluye conceptualización, diagramción e ilustración.	$ 775.000,00	$ 5.425.000,00
	15	Diseño de 15 piezas infográficas animadas con mensajes para redes sociales como Facebook e Instagram, con mensajes de promoción y prevención de: 1)lactancia materna, 2)prevención de mortalidad infantil, 3)crianza amorosa, 4)Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), 4) derechos sexuales y reproductivos, 5) control prenatal, 6) cuidados del embarazo, 7)alimentación saludable, 8)beneficios de la actividad física para la salud y estilos de vida saludables, 9)prevención del cáncer- cáncer de mama, cáncer de cuello uterino 10)cáncer de próstata y colo rectal, 11) prevención y consecuencias del consumo de tabaco vaper y alcohol, 12) enfermedades crónicas como la diabetes e hipertensión arterial, 13) educación en salud oral, 14) prevención de la Enfermedad Diarreica Aguda (EDA) e 15) Infección Respiratoria Aguda (IRA).	$ 465.000,00	$ 6.975.000,00
	20	Producción de 20 Contenidos audiovisuales, videos cortos entre 1 minuto y 1:30 para redes sociales (Facebook, Instagram, YouTobe, X), sobre los siguientes temas: lactancia materna, prevención de mortalidad infantil, crianza amorosa, violencia basada en género, Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), cuidado de la salud mental, derechos sexuales y reproductivos, control prenatal, cuidados del embarazo, alimentación saludable, beneficios de la actividad física para la salud y estilos de vida saludables, prevención del cáncer- cáncer de mama, cáncer de cuello uterino y la importancia de la tamización con ADNVPH, cáncer de próstata y colo rectal, prevención y consecuencias del consumo de tabaco vaper y alcohol, enfermedades crónicas como la diabetes e hipertensión arterial, educación en salud oral, Plan Ampliado de Inmunización (PAI), prevención de la Enfermedad Diarreica Aguda (EDA) e Infección Respiratoria Aguda (IRA).	$ 640.000,00	$ 12.800.000,00
	20	Producción y difusión de 8 mensajes de audio para perifoneo con mensajes sobre: 1)Violencia basada en género, 2)Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), 3)cuidado de la salud mental, 4)prevención del cáncer- cáncer de mama, cáncer de cuello uterino, cáncer de próstata y colo rectal, 5) prevención y consecuencias del consumo de tabaco vaper y alcohol, 6)prevención de la Enfermedad Diarreica Aguda (EDA) 7) Infección Respiratoria Aguda (IRA); 8) promoción de la actividad	$ 496.000,00	$ 9.920.000,00

		física. Esto se debe circular en los 29 municipios de Córdoba, 2 veces cada mensaje, para un total de 464 unidades de perifoneo.		
SUBTOTAL				**$ 138.955.000,00**
AREA	**CANT.**	**DESCRIPCION**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Actividades de comunicación Salud mental	1	Creación de estrategia de comunicación, la cual contendrá: - Establecer los objetivos de la campaña identificando claramente qué se desea lograr. - Producir la imagen gráfica de la campaña. - Definir el estilo del lenguaje para la creación del contenido de la campaña. - Crear la línea de mensaje de divulgación para medios de comunicación y redes sociales. - Identificar el público objeto de la campaña	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00
	25	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM	$ 119.000,00	$ 2.975.000,00
	25	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM	$ 158.000,00	$ 3.950.000,00
	10	Espacios de 20 minutos en emisoras AM en vivo o pregrabado con mensajes de promoción y prevención de violencia basada en género, cuidado de la salud mental, salud mental masculina, gestión de emociones.	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00
	10	Espacios de 20 minutos en emisoras FM en vivo o pregrabado con mensajes de promoción y prevención de violencia basada en género, cuidado de la salud mental, salud mental masculina, gestión de emociones.	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00
	5	Poster informativos tipo araña informativos de 100x180. Inlcuye el soporte, el diseño y la impresión digital en lonna tipo banner con información de líneas de atención de salud mental y cuidado de la salud mental y prevención de violencia basada en género.	$ 355.000,00	$ 1.775.000,00
	4	Diseño, impresión e instalación de avisos tipo totem (80 cm x 160 cm) ubicados en centros comerciales con información de líneas de atención de salud mental y cuidado de la salud mental	$ 2.154.420,00	$ 8.617.680,00
	50	Diseño e impresión de vinilos para branding en colegios públicos, con información de líneas de atención de salud mental y cuidado de la salud mental y líneas de atención para reportar violencia basada en género.	$ 897.500,00	$ 44.875.000,00
	1	Diseño, impresión digital en lona tipo banner e instalación de vallas informativas en puntos estratégicos del departamento, medidas 4 m x 2 m con mensajes de promoción y prevención de violencia basada en género	$ 3.875.000,00	$ 3.875.000,00
	10	Producción de 10 contenidos de videos informativos y pedagógicos cortos de entre 1 minuto y 1.30 para redes sociales (Facebook, Instagram, YouTobe, X), promocionando el cuidado de la salud mental y las líneas de atención.	$ 640.000,00	$ 6.400.000,00
	1	Foros con expertos. Un espacio académico donde se compartirán experiencisa o buenas prácticas en la promocion de la salud mental. Duración media jornada, dirigido a Directores locales de salud, equipos de salud mental de municioios, sicólogos, directores de Instituciones Educativas, entre otros.	$ 10.500.000,00	$ 10.500.000,00
	5	PRODUCCIÓN de cuñas radiales, guión institucional con un mensaje de impacto, grabación a 2 voces musicalización y entrega final	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00
	10	PRODUCCIÓN y postproducción de guión institucional para video con mensaje de impacto	$ 800.000,00	$ 8.000.000,00

	2	Unidades de impresión de Branding de buses municipales e intermunicipales con mensajes de cuidado de la salud mental, líneas de atención, violencia basada en género y líneas de atención para reportar.	$ 3.875.000,00	$ 7.750.000,00
	5	Pautas digitales y sitios web	$ 1.550.000,00	$ 7.750.000,00
	1	Diseño y desarrollo de una Aplicación móvil de salud mental, con mínimo dos años garantizados de funcionamiento, enfocada en la promoción de salud mental, que contenga información, líneas de ayudas, casos de ejemplo, mensajes de qué hacer en situaciones difíciles.	$ 32.000.000,00	$ 32.000.000,00
	4	Realización de actividades BTL disruptivas en espacios públicos de los municipios con mayor incidencia de intentos de suicidio. 4 actividades mensuales que consisten en acciones de comunicación que involucren a personas de la comunidad.	$ 7.750.000,00	$ 31.000.000,00
	1	Lanzamiento de campaña de salud mental a nivel departamental, una por cada capital subregión, debe incluir: Profesional en psicología invitado para una charla, Pantalla led, Planta eléctrica, sillas para los asistentes, sonido para voz y pc, tarima, mobiliario, pendones y estructura para look del evento	$ 38.000.000,00	$ 38.000.000,00
	10	Producción de 10 facebook live coordinados con equipo de salud mental del departamento, donde se promuevan rutas de atención de salud mental y violencia basada en género. Duración máxima 20 minutos, duración mínima, 10 minutos, para ser emitidos a través de las redes sociales de la secretaría de Desarrollo de la Salud de Córdoba.	$ 3.255.000,00	$ 32.550.000,00
	1	Estrategia Mentalízate : Lograr visibilizar a través de fotografías a gran formato cómo se ve y se sienten los problemas de salud mental que más nos aquejan. Se realizará una mesa de trabajo con jóvenes para hablar de salud mental y luego de esto se hará una sesión de fotografías representando las formas de ver las facetas de enfermedades de salud mental: Bipolaridad, Ansiedad, Depresión. Finalmente se hará una exposición de todas las fotogragias en gran formato en lugares abiertos de la ciudad.	$ 13.250.000,00	$ 13.250.000,00
	1	Estrategia Exprésate ! Pelao ! Construccion de un escenario tipo Capsula con medidas 300x200x200 para que los jóvenes entren a contarnos que los estresa ? Qué les preocupa Qué te hace feliz ? Qué te hace dar ira ? A cada una de estas emociones les daremos luego una respuesta con un especialista El material será usado para redes sociales. Esta estrategia será llevada a los colegios	$ 9.500.000,00	$ 9.500.000,00
	5	Estrategia "Calma para el Alma" Serán sesiones de meditacion guiadas por un profesional, en espacios abiertos como parques, zonas verdes e inclusive en un planchon. Para invitar a el equilibrio y balance, de la mente. Incluye la particiapación de un profesional en psicología con experiencia en salud mental	$ 3.200.000,00	$ 16.000.000,00
	5	Estrategia "Pared de las emociones" Consiste en murales ubicados en lugares estratégicos como Centros comerciales, parques y colegios, para que las personas se expresen libremente acerca de sus emociones y situaciones que afectan la salud mental. El mural será elaborado en banner con estrucuturas metalicas, con medidas 400x200 ancho x alto	$ 8.225.000,00	$ 41.125.000,00
	5	Estrategia "La Cabina de teléfono": Se ubicará una cabina telefonica diseñada según la identidad de la campaña, la cual será ubicada en distintos colegios y centros comerciales donde los jovenes y niños ,podrán acercarse a expresarse libremente acerca de temas de salud mental y también podrán recibir atención y asesoria por parte de profesionales	$ 5.500.000,00	$ 27.500.000,00

	5	Estrategia "Se abre el telón" Consiste en un escenario movil donde se presentará una obra de teatro con tematicas orientadas a la concientización y sensibilización con respecto a la importancia de la salud mental.	$ 9.280.000,00	$ 46.400.000,00
SUBTOTAL				**$ 423.791.680,00**
SUBTOTAL GENERAL				**$ 906.585.860,00**
IVA 19%				**$ 172.251.313,40**
TOTAL PRESUPUESTO				**$ 1.078.837.173,40**

Para el cálculo del valor estimado del contrato de los bienes, productos y servicios del objeto del presente proyecto, se tuvo en cuenta precios del mercado para obtener el **valor promedio unitario**, para ello, empresas presentaron listados de precios unitarios; una vez verificados y clasificados dichos valores se tomó el **valor promedio**, teniendo en cuenta que se cumpliera con las condiciones técnicas mínimas exigidas por la Entidad. La definición de los factores de verificación y costos del proyecto, se relacionan con la magnitud de la adquisición, dando cumplimiento a los preceptos, de transparencia, economía, celeridad, responsabilidad, buena fe, contemplados en la ley 80 de 1993. además se tuvo en cuenta para los honorarios la tabla de parámetros de referencia de los honorarios de contratistas de prestación de servicios de la Gobernación de Córdoba como techo según lo establecido en la resolución 00005 de fecha 19 de enero de 2024. Teniendo en cuenta lo dispuesto en el Decreto 1082 del 26 de mayo de 2015 y la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector **GEES – versión 2** emitida por Colombia Compra Eficiente el **24 de junio de 2022**, se procede a realizar un análisis del valor estimado del contrato y justificación de este.

El análisis de costos y precios del presente estudio se realizó con base en cotizaciones de empresas que representan el mercado.

Las tres empresas que presentaron listado de precios fueron las siguientes:

EMPRESA	VALOR
CLICK COMUNICACIONES	$960.214.570,00
LINK COMUNICACIONES Y ASESORIAS SAS	$994.626.216,50
PDT PRODUCCIONES SAS	$964.934.336,10

			COTIZACION 1		COTIZACION 2		COTIZACION 3			
Campaña	**Cantidad**	**Servicio**	**Valor Unit**	**Valor Total**	**Valor Unit**	**Valor Total**	**Valor Unit**	**Valor Total**	**PROMEDIO UNITARIO**	**PROMEDIO TOTAL**
Actividades de comunicación Salud Ambiental:	1	Creación de estrategia de comunicación, la cual contendrá: - Establecer los objetivos de la campaña identificando claramente qué se desea lograr. - Producir la imagen gráfica de la campaña. - Definir el estilo del lenguaje para la creación del contenido de la campaña. - Crear la línea de mensaje de divulgación para medios de comunicación y redes sociales. - Identificar el público objeto de la campaña	$ 12.500.000,00	$ 12.500.000,00	$ 13.500.000,00	$ 13.500.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM	$ 115.000,00	$ 5.750.000,00	$ 120.000,00	$ 6.000.000,00	$ 122.000,00	$ 6.100.000,00	$ 119.000,00	$ 5.950.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM	$ 155.000,00	$ 7.750.000,00	$ 160.000,00	$ 8.000.000,00	$ 159.000,00	$ 7.950.000,00	$ 158.000,00	$ 7.900.000,00
	4	avisos de media página formato tabloide en medios impresos de circulación departamental	$ 3.654.000,00	$ 14.616.000,00	$ 3.650.000,00	$ 14.600.000,00	$ 3.658.000,00	$ 14.632.000,00	$ 3.654.000,00	$ 14.616.000,00
	5	Poster tipo araña informativos de 180x100, Inlcuye el soporte, el diseño y la impresión digital en lonna tipo banner	$ 355.000,00	$ 1.775.000,00	$ 370.000,00	$ 1.850.000,00	$ 340.000,00	$ 1.700.000,00	$ 355.000,00	$ 1.775.000,00
	1000	Diseño e impresión digital de volantes 4.0, tamaño media carta (21.5 cm x 13.9cm), en papel bond	$ 160,00	$ 160.000,00	$ 155,00	$ 155.000,00	$ 150,00	$ 150.000,00	$ 155,00	$ 155.000,00
	5	Videos informativos y pedagógicos con duración max 1,30 minutos para redes sociales para redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, X)	$ 650.000,00	$ 3.250.000,00	$ 640.000,00	$ 3.200.000,00	$ 630.000,00	$ 3.150.000,00	$ 640.000,00	$ 3.200.000,00
	1	Diseño y produccipon de una cartilla digital en formato PDF sobre normativas sanitarias vigentes, incluye conceptualización, diagramción, ilustración. 6 paginas minimo, 10 páginas máximo	$ 770.000,00	$ 770.000,00	$ 775.000,00	$ 775.000,00	$ 780.000,00	$ 780.000,00	$ 775.000,00	$ 775.000,00
	5	PRODUCCIÓN de cuñas radiales, guión institucional con un mensaje de impacto, grabación a 2 voces musicalización y entrega final	$ 862.000,00	$ 4.310.000,00	$ 866.000,00	$ 4.330.000,00	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00
	5	PRODUCCIÓN de guión institucional para video con mensaje de impacto	$ 820.000,00	$ 4.100.000,00	$ 840.000,00	$ 4.200.000,00	$ 740.000,00	$ 3.700.000,00	$ 800.000,00	$ 4.000.000,00

	5	Contenidos generados por creadores digitales (influencer) Contenido generados por creadores digitales (influencer), 4 historias en Instagram por influencer, mensual, una smeana; son 32 historias en total: contenido organico y acorde al estilo del creador, guardando siempre los lineamientos de comunicación institucional, sobre entornos saludables con enfoque diferencial: residuos, manejo de aguas, manejo de excretas, tenencia de mascotas	$ 1.250.000,00	$ 6.250.000,00	$ 1.900.000,00	$ 9.500.000,00	$ 1.500.000,00	$ 7.500.000,00	$ 1.550.000,00	$ 7.750.000,00
	5	Pauta Digital en Redes sociales	$ 1.500.000,00	$ 7.500.000,00	$ 1.500.000,00	$ 7.500.000,00	$ 1.650.000,00	$ 8.250.000,00	$ 1.550.000,00	$ 7.750.000,00
SUBTOTAL				**$ 68.731.000,00**		**$ 73.610.000,00**		**$ 71.232.000,00**		**$ 71.191.000,00**
Campaña	**Cantidad**	**Servicio**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**		
Actividades de comunicación programa ETV y zoonosis:	1	Creación de estrategia de comunicación, la cual contendrá: - Establecer los objetivos de la campaña identificando claramente qué se desea lograr. - Producir la imagen gráfica de la campaña. - Definir el estilo del lenguaje para la creación del contenido de la campaña. - Crear la línea de mensaje de divulgación para medios de comunicación y redes sociales. - Identificar el público objeto de la campaña	$ 12.500.000,00	$ 12.500.000,00	$ 13.500.000,00	$ 13.500.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM	$ 115.000,00	$ 5.750.000,00	$ 120.000,00	$ 6.000.000,00	$ 122.000,00	$ 6.100.000,00	$ 119.000,00	$ 5.950.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM	$ 155.000,00	$ 7.750.000,00	$ 160.000,00	$ 8.000.000,00	$ 159.000,00	$ 7.950.000,00	$ 158.000,00	$ 7.900.000,00
	10	Espacios de 20 minutos en emisoras AM en vivo o pregrabado para hacer promoción y prevención de Enfermedades Transmitidas por Vectores	$ 630.000,00	$ 6.300.000,00	$ 637.900,00	$ 6.379.000,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00
	10	Espacios de 20 minutos en emisoras FM en vivo o pregrabado para hacer promoción y prevención de Enfermedades Transmitidas por Vectores	$ 630.000,00	$ 6.300.000,00	$ 637.900,00	$ 6.379.000,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00
	5	Diseño, impresión digital en lona tipo banner e instalación de vallas informativas en puntos estratégicos del departamento, medidas 4 m x 2 m	$ 3.500.000,00	$ 17.500.000,00	$ 4.325.000,00	$ 21.625.000,00	$ 3.800.000,00	$ 19.000.000,00	$ 3.875.000,00	$ 19.375.000,00
	10	Diseño e impresión digital en lona tipo banner de poster informativos tipo araña de 100x180. Inlcuye el soporte	$ 355.000,00	$ 3.550.000,00	$ 370.000,00	$ 3.700.000,00	$ 340.000,00	$ 3.400.000,00	$ 355.000,00	$ 3.550.000,00
	10000	Diseño e impresión digital de volantes 4.0, tamaño media carta (21.5 cm x 13.9cm), en papel bond 115g	$ 160,00	$ 1.600.000,00	$ 155,00	$ 1.550.000,00	$ 150,00	$ 1.500.000,00	$ 155,00	$ 1.550.000,00

	1	Diseño y produccipon de una cartilla digital en formato PDF sobre normativas sanitarias vigentes, incluye conceptualización, diagramción, ilustración. 6 paginas minimo, 10 páginas máximo	$ 770.000,00	$ 770.000,00	$ 775.000,00	$ 775.000,00	$ 780.000,00	$ 780.000,00	$ 775.000,00	$ 775.000,00
	5	Diseño de piezas infográficas con mensajes de prevención y control de Enfermedades Transmitidas por Vectores, ETV	$ 587.500,00	$ 2.937.500,00	$ 500.000,00	$ 2.500.000,00	$ 540.000,00	$ 2.700.000,00	$ 542.500,00	$ 2.712.500,00
	75	Diseño e impresión afiches de rutas de atención y atención integral de Dengue 43.2 x 27.9 full collor	$ 37.500,00	$ 2.812.500,00	$ 40.500,00	$ 3.037.500,00	$ 38.250,00	$ 2.868.750,00	$ 38.750,00	$ 2.906.250,00
	870	Diseño e impresión de cartillas impresas (cartillas con los contenidos relacionados a promoción y mantenimiento de enfermedades de zoonóticas de interés en salud pública. La cartilla debe ser impresa a todo color, tamaño media carta, en papel propalcote de 150 gramos, 20 páginas, carátula incluida.	$ 25.000,00	$ 21.750.000,00	$ 26.255,00	$ 22.841.850,00	$ 25.620,00	$ 22.289.400,00	$ 25.625,00	$ 22.293.750,00
	6	Producción de contenidos de video informativos y pedagógicos cortos de entre 1 minuto y 1.30 para redes sociales (Facebook, Instagram, YouTobe, X)	$ 650.000,00	$ 3.900.000,00	$ 640.000,00	$ 3.840.000,00	$ 630.000,00	$ 3.780.000,00	$ 640.000,00	$ 3.840.000,00
	5	Producción y difusión de mensajes de audio para perifoneo con mensajes sobre prevención control de ETV y Zoonosis en los 10 municipios con mayor incidencia.	$ 492.000,00	$ 2.460.000,00	$ 500.000,00	$ 2.500.000,00	$ 496.000,00	$ 2.480.000,00	$ 496.000,00	$ 2.480.000,00
	5	PRODUCCIÓN de cuñas radiales, guión institucional con un mensaje de impacto, grabación a 2 voces musicalización y entrega final	$ 862.000,00	$ 4.310.000,00	$ 866.000,00	$ 4.330.000,00	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00
	6	PRODUCCIÓN y postproducción de guión institucional para video con mensaje de impacto	$ 820.000,00	$ 4.920.000,00	$ 840.000,00	$ 5.040.000,00	$ 740.000,00	$ 4.440.000,00	$ 800.000,00	$ 4.800.000,00
	4	Contenido generados por creadores digitales (influencer), 4 historias en Instagram por influencer, mensual, una smeana; son 32 historias en total: contenido organico y acorde al estilo del creador, guardando siempre los lineamientos de comunicación institucional.	$ 1.250.000,00	$ 5.000.000,00	$ 1.900.000,00	$ 7.600.000,00	$ 1.500.000,00	$ 6.000.000,00	$ 1.550.000,00	$ 6.200.000,00
	5	Pauta digital y sitios web	$ 1.500.000,00	$ 7.500.000,00	$ 1.500.000,00	$ 7.500.000,00	$ 1.650.000,00	$ 8.250.000,00	$ 1.550.000,00	$ 7.750.000,00
SUBTOTAL				**$ 117.610.000,00**		**$ 127.097.350,00**		**$ 121.537.150,00**		**$ 122.081.500,00**
AREA	**CANT.**	**DESCRIPCION**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**		

Actividades de comunicación programa PAI	1	Creación de estrategia de comunicación, la cual contendrá: - Establecer los objetivos de la campaña identificando claramente qué se desea lograr. - Producir la imagen gráfica de la campaña. - Definir el estilo del lenguaje para la creación del contenido de la campaña. - Crear la línea de mensaje de divulgación para medios de comunicación y redes sociales. - Identificar el público objeto de la campaña	$ 12.500.000,00	$ 12.500.000,00	$ 13.500.000,00	$ 13.500.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM promocionado la vacunación del Plan Ampliado de Inmunización (PAi)	$ 115.000,00	$ 5.750.000,00	$ 120.000,00	$ 6.000.000,00	$ 122.000,00	$ 6.100.000,00	$ 119.000,00	$ 5.950.000,00
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM promocionado la vacunación del Plan Ampliado de Inmunización (PAi)	$ 155.000,00	$ 7.750.000,00	$ 160.000,00	$ 8.000.000,00	$ 159.000,00	$ 7.950.000,00	$ 158.000,00	$ 7.900.000,00
	4	Diseño, impresión digital en lona tipo banner e instalación de vallas informativas en puntos estratégicos del departamento, medidas 4 m x 2 m	$ 3.500.000,00	$ 14.000.000,00	$ 4.325.000,00	$ 17.300.000,00	$ 3.800.000,00	$ 15.200.000,00	$ 3.875.000,00	$ 15.500.000,00
	5	Diseño e impresión digital en lona tipo banner de poster informativos tipo araña de 100x180. Inlcuye el soporte	$ 355.000,00	$ 1.775.000,00	$ 370.000,00	$ 1.850.000,00	$ 340.000,00	$ 1.700.000,00	$ 355.000,00	$ 1.775.000,00
	5	Producción de contenidos de video informativos y pedagógicos cortos de entre 1 minuto y 1.30 para redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, X), con mensajes para promocionar la vacunación	$ 650.000,00	$ 3.250.000,00	$ 640.000,00	$ 3.200.000,00	$ 630.000,00	$ 3.150.000,00	$ 640.000,00	$ 3.200.000,00
	5	PRODUCCIÓN de cuñas radiales, guión institucional con un mensaje de impacto, grabación a 2 voces musicalización y entrega final	$ 862.000,00	$ 4.310.000,00	$ 866.000,00	$ 4.330.000,00	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00
	5	PRODUCCIÓN y postproducción de guión institucional para video con mensaje de impacto	$ 820.000,00	$ 4.100.000,00	$ 840.000,00	$ 4.200.000,00	$ 740.000,00	$ 3.700.000,00	$ 800.000,00	$ 4.000.000,00
	4	Contenido generados por creadores digitales (influencer), 4 historias en Instagram por influencer, mensual, una smeana; son 32 historias en total: contenido organico y acorde al estilo del creador, guardando siempre los lineamientos de	$ 1.250.000,00	$ 5.000.000,00	$ 1.900.000,00	$ 7.600.000,00	$ 1.500.000,00	$ 6.000.000,00	$ 1.550.000,00	$ 6.200.000,00

		comunicación institcuional.									
SUBTOTAL				**$ 58.435.000,00**		**$ 65.980.000,00**		**$ 61.120.000,00**		**$ 61.845.000,00**	
AREA	**CANT.**	**DESCRIPCION**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**			
Actividades de comunicación salud pública	1	Creación de estrategia de comunicación, la cual contendrá: - Establecer los objetivos de la campaña identificando claramente qué se desea lograr. - Producir la imagen gráfica de la campaña. - Definir el estilo del lenguaje para la creación del contenido de la campaña. - Crear la línea de mensaje de divulgación para medios de comunicación y redes sociales. - Identificar el público objeto de la campaña	$ 12.500.000,00	$ 12.500.000,00	$ 13.500.000,00	$ 13.500.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00	
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM	$ 115.000,00	$ 5.750.000,00	$ 120.000,00	$ 6.000.000,00	$ 122.000,00	$ 6.100.000,00	$ 119.000,00	$ 5.950.000,00	
	50	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM	$ 155.000,00	$ 7.750.000,00	$ 160.000,00	$ 8.000.000,00	$ 159.000,00	$ 7.950.000,00	$ 158.000,00	$ 7.900.000,00	
	1	PRODUCCIÓN de cuñas radiales, guión institucional con un mensaje de impacto, grabación a 2 voces musicalización y entrega final	$ 862.000,00	$ 862.000,00	$ 866.000,00	$ 866.000,00	$ 864.000,00	$ 864.000,00	$ 864.000,00	$ 864.000,00	
	20	PRODUCCIÓN y postproducción de guión institucional para video con mensaje de impacto	$ 680.000,00	$ 13.600.000,00	$ 735.000,00	$ 14.700.000,00	$ 745.000,00	$ 14.900.000,00	$ 720.000,00	$ 14.400.000,00	
	10	Espacios de 20 minutos cada uno en emisoras AM, en vivo o pregrabado, con cobertura departamental para que expertos puedan divulgar información relacionada con: habilidades socioemocionales, Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), violencia basada en género, cuidado de la salud mental	$ 630.000,00	$ 6.300.000,00	$ 637.900,00	$ 6.379.000,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00	
	10	Espacios de 20 minutos cada uno en emisoras FM, en vivo o pregrabado, con cobertura departamental para que expertos puedan divulgar información relacionada con: habilidades socioemocionales, Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), violencia basada en género, cuidado de la salud mental	$ 630.000,00	$ 6.300.000,00	$ 637.900,00	$ 6.379.000,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00	

	2	Diseño y publicación de avisos de una página formato tabloide (25.8 cm x 27 cm de alto) en medios impresos de circulación departamental sobre beneficios de la actividad física para la salud y, estilos de vida saludables, prevención del cáncer- cáncer de mama, cáncer de cuello uterino, cáncer de próstata y colo rectal, prevención y consecuencias del consumo de tabaco vaper y alcohol.	$ 7.900.000,00	$ 15.800.000,00	$ 8.430.000,00	$ 16.860.000,00	$ 8.465.000,00	$ 16.930.000,00	$ 8.265.000,00	$ 16.530.000,00
	2	Diseño y publicación de avisos de media página (24.8 cm de ancho x 13.5) formato tabloide en medios impresos de circulación departamental sobre Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), prevención de la Enfermedad Diarreica Aguda (EDA), violencia basada en género y cuidado de la salud mental.	$ 3.900.000,00	$ 7.800.000,00	$ 4.018.000,00	$ 8.036.000,00	$ 3.800.000,00	$ 7.600.000,00	$ 3.906.000,00	$ 7.812.000,00
	1	Diseño, impresión digital en lona tipo banner e instalación de vallas informativas en puntos estratégicos del departamento, medidas 4 m x 2 m, con mensaje de con líneas de atención de salud mental y violencias	$ 3.500.000,00	$ 3.500.000,00	$ 4.325.000,00	$ 4.325.000,00	$ 3.800.000,00	$ 3.800.000,00	$ 3.875.000,00	$ 3.875.000,00
	15	Diseño e impresión digital en lona tipo banner de poster informativos tipo araña de 100x180. Inlcuye el soporte con temas de lactancia materna, prevención de mortalidad infantil, crianza amorosa, Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA)	$ 355.000,00	$ 5.325.000,00	$ 370.000,00	$ 5.550.000,00	$ 340.000,00	$ 5.100.000,00	$ 355.000,00	$ 5.325.000,00
	100000	Diseño e impresión digital de volantes 4.0, tamaño media carta (21.5 cm x 13.9cm), en papel bond 115g. Los contenidos son variados y acorde a la necesidad de intervención, en los siguientes temas: lactancia materna, prevención de mortalidad infantil, crianza amorosa, violencia basada en género, Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA)	$ 160,00	$ 16.000.000,00	$ 155,00	$ 15.500.000,00	$ 150,00	$ 15.000.000,00	$ 155,00	$ 15.500.000,00
	7	Diseño de 7 cartillas digitales en formato PDF de minimo 6 página, maximo 10, con contenidos sobre los siguientes temas: 1) lactancia materna, crianza amorosa, 2) violencia basada en género, 3)Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), Enfermedad Diarreica Aguda (EDA) e Infección Respiratoria Aguda (IRA), 4) cuidado de la salud mental, 5)derechos sexuales y reproductivos, 6)beneficios de la actividad física para la salud y estilos de vida saludables, 7) prevención y consecuencias del consumo de tabaco vaper y alcohol.por Alimentos (ETA), etc.Incluye conceptualización, diagramción e ilustración.	$ 770.000,00	$ 5.390.000,00	$ 775.000,00	$ 5.425.000,00	$ 780.000,00	$ 5.460.000,00	$ 775.000,00	$ 5.425.000,00

	15	Diseño de 15 piezas infográficas animadas con mensajes para redes sociales como Facebook e Instagram, con mensajes de promoción y prevención de: 1)lactancia materna, 2)prevención de mortalidad infantil, 3)crianza amorosa, 4)Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), 4) derechos sexuales y reproductivos, 5) control prenatal, 6) cuidados del embarazo, 7)alimentación saludable, 8)beneficios de la actividad física para la salud y estilos de vida saludables, 9)prevención del cáncer- cáncer de mama, cáncer de cuello uterino 10)cáncer de próstata y colo rectal, 11) prevención y consecuencias del consumo de tabaco vaper y alcohol, 12) enfermedades crónicas como la diabetes e hipertensión arterial, 13) educación en salud oral, 14) prevención de la Enfermedad Diarreica Aguda (EDA) e 15) Infección Respiratoria Aguda (IRA).	$ 445.000,00	$ 6.675.000,00	$ 480.000,00	$ 7.200.000,00	$ 470.000,00	$ 7.050.000,00	$ 465.000,00	$ 6.975.000,00
	20	Producción de 20 Contenidos audiovisuales, videos cortos entre 1 minuto y 1:30 para redes sociales (Facebook, Instagram, YouTobe, X), sobre los siguientes temas: lactancia materna, prevención de mortalidad infantil, crianza amorosa, violencia basada en género, Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), cuidado de la salud mental, derechos sexuales y reproductivos, control prenatal, cuidados del embarazo, alimentación saludable, beneficios de la actividad física para la salud y estilos de vida saludables, prevención del cáncer- cáncer de mama, cáncer de cuello uterino y la importancia de la tamización con ADNVPH, cáncer de próstata y colo rectal, prevención y consecuencias del consumo de tabaco vaper y alcohol, enfermedades crónicas como la diabetes e hipertensión arterial, educación en salud oral, Plan Ampliado de Inmunización (PAI), prevención de la Enfermedad Diarreica Aguda (EDA) e Infección Respiratoria Aguda (IRA).	$ 650.000,00	$ 13.000.000,00	$ 640.000,00	$ 12.800.000,00	$ 630.000,00	$ 12.600.000,00	$ 640.000,00	$ 12.800.000,00
	20	Producción y difusión de 8 mensajes de audio para perifoneo con mensajes sobre: 1)Violencia basada en género, 2)Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), 3)cuidado de la salud mental, 4)prevención del cáncer- cáncer de mama, cáncer de cuello uterino, cáncer de próstata y colo rectal, 5) prevención y consecuencias del consumo de tabaco vaper y alcohol, 6)prevención de la Enfermedad Diarreica Aguda (EDA) 7) Infección	$ 492.000,00	$ 9.840.000,00	$ 500.000,00	$ 10.000.000,00	$ 496.000,00	$ 9.920.000,00	$ 496.000,00	$ 9.920.000,00

		Respiratoria Aguda (IRA); 8) promoción de la actividad física. Esto se debe circular en los 29 municipios de Córdoba, 2 veces cada mensaje, para un total de 464 unidades de perifoneo.								
SUBTOTAL				**$ 136.392.000,00**		**$ 141.520.000,00**		**$ 138.953.000,00**		**$ 138.955.000,00**
AREA	**CANT.**	**DESCRIPCION**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**		
Actividades de comunicación Salud mental	1	Creación de estrategia de comunicación, la cual contendrá: - Establecer los objetivos de la campaña identificando claramente qué se desea lograr. - Producir la imagen gráfica de la campaña. - Definir el estilo del lenguaje para la creación del contenido de la campaña. - Crear la línea de mensaje de divulgación para medios de comunicación y redes sociales. - Identificar el público objeto de la campaña	$ 12.500.000,00	$ 12.500.000,00	$ 13.500.000,00	$ 13.500.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00	$ 13.000.000,00
	25	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM	$ 115.000,00	$ 2.875.000,00	$ 120.000,00	$ 3.000.000,00	$ 122.000,00	$ 3.050.000,00	$ 119.000,00	$ 2.975.000,00
	25	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM	$ 155.000,00	$ 3.875.000,00	$ 160.000,00	$ 4.000.000,00	$ 159.000,00	$ 3.975.000,00	$ 158.000,00	$ 3.950.000,00
	10	Espacios de 20 minutos en emisoras AM en vivo o pregrabado con mensajes de promoción y prevención de violencia basada en género, cuidado de la salud mental, salud mental masculina, gestión de emociones.	$ 630.000,00	$ 6.300.000,00	$ 637.900,00	$ 6.379.000,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00
	10	Espacios de 20 minutos en emisoras FM en vivo o pregrabado con mensajes de promoción y prevención de violencia basada en género, cuidado de la salud mental, salud mental masculina, gestión de emociones.	$ 630.000,00	$ 6.300.000,00	$ 637.900,00	$ 6.379.000,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00	$ 633.950,00	$ 6.339.500,00
	5	Poster informativos tipo araña informativos de 100x180. Inlcuye el soporte, el diseño y la impresión digital en lonna tipo banner con información de líneas de atención de salud mental y cuidado de la salud mental y prevención de violencia basada en género.	$ 355.000,00	$ 1.775.000,00	$ 370.000,00	$ 1.850.000,00	$ 340.000,00	$ 1.700.000,00	$ 355.000,00	$ 1.775.000,00

4	Diseño, impresión e instalación de avisos tipo totem (80 cm x 160 cm) ubicados en centros comerciales con información de líneas de atención de salud mental y cuidado de la salud mental	$ 2.150.000,00	$ 8.600.000,00	$ 2.100.000,00	$ 8.400.000,00	$ 2.213.260,00	$ 8.853.040,00	$ 2.154.420,00	$ 8.617.680,00
50	Diseño e impresión de vinilos para branding en colegios públicos, con información de líneas de atención de salud mental y cuidado de la salud mental y líneas de atención para reportar violencia basada en género.	$ 895.000,00	$ 44.750.000,00	$ 900.000,00	$ 45.000.000,00	$ 897.500,00	$ 44.875.000,00	$ 897.500,00	$ 44.875.000,00
1	Diseño, impresión digital en lona tipo banner e instalación de vallas informativas en puntos estratégicos del departamento, medidas 4 m x 2 m con mensajes de promoción y prevención de violencia basada en género	$ 3.500.000,00	$ 3.500.000,00	$ 4.325.000,00	$ 4.325.000,00	$ 3.800.000,00	$ 3.800.000,00	$ 3.875.000,00	$ 3.875.000,00
10	Producción de 10 contenidos de videos informativos y pedagógicos cortos de entre 1 minuto y 1.30 para redes sociales (Facebook, Instagram, YouTobe, X), promocionando el cuidado de la salud mental y las líneas de atención.	$ 650.000,00	$ 6.500.000,00	$ 640.000,00	$ 6.400.000,00	$ 630.000,00	$ 6.300.000,00	$ 640.000,00	$ 6.400.000,00
1	Foros con expertos. Un espacio académico donde se compartirán experiencisa o buenas prácticas en la promocion de la salud mental. Duración media jornada, dirigido a Directores locales de salud, equipos de salud mental de municioios, sicólogos, directores de Instituciones Eduicativas, entre otros.	$ 9.000.000,00	$ 9.000.000,00	$ 11.000.000,00	$ 11.000.000,00	$ 11.500.000,00	$ 11.500.000,00	$ 10.500.000,00	$ 10.500.000,00
5	PRODUCCIÓN de cuñas radiales, guión institucional con un mensaje de impacto, grabación a 2 voces musicalización y entrega final	$ 862.000,00	$ 4.310.000,00	$ 866.000,00	$ 4.330.000,00	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00	$ 864.000,00	$ 4.320.000,00
10	PRODUCCIÓN y postproducción de guión institucional para video con mensaje de impacto	$ 820.000,00	$ 8.200.000,00	$ 840.000,00	$ 8.400.000,00	$ 740.000,00	$ 7.400.000,00	$ 800.000,00	$ 8.000.000,00
2	Unidades de impresión de Branding de buses municipales e intermunicipales con mensajes de cuidado de la salud mental, líneas de atención, violencia basada en género y líneas de atención para reportar.	$ 3.925.000,00	$ 7.850.000,00	$ 3.900.000,00	$ 7.800.000,00	$ 3.800.000,00	$ 7.600.000,00	$ 3.875.000,00	$ 7.750.000,00
5	Pautas digitales y sitios web	$ 1.500.000,00	$ 7.500.000,00	$ 1.500.000,00	$ 7.500.000,00	$ 1.650.000,00	$ 8.250.000,00	$ 1.550.000,00	$ 7.750.000,00
1	Diseño y desarrollo de una Aplicación móvil de salud mental, con mínimo dos años garantizados de funcionamiento, enfocada en la promoción de salud mental, que contenga información, líneas de ayudas, casos de ejemplo, mensajes de qué hacer en situaciones difíciles.	$ 35.000.000,00	$ 35.000.000,00	$ 30.000.000,00	$ 30.000.000,00	$ 31.000.000,00	$ 31.000.000,00	$ 32.000.000,00	$ 32.000.000,00
4	Realización de actividades BTL disruptivas en espacios públicos de los municipios con mayor incidencia de intentos de suicidio. 4 actividades mensuales que consisten en acciones de	$ 7.550.000,00	$ 30.200.000,00	$ 8.000.000,00	$ 32.000.000,00	$ 7.700.000,00	$ 30.800.000,00	$ 7.750.000,00	$ 31.000.000,00

		comunicación que involucren a personas de la comunidad.								
	1	Lanzamiento de campaña de salud mental a nivel departamental, una por cada capital subregión, debe incluir: Profesional en psicología invitado para una charla, Pantalla led, Planta eléctrica, sillas para los asistentes, sonido para voz y pc, tarima, mobiliario, pendones y estructura para look del evento	$ 37.000.000,00	$ 37.000.000,00	$ 42.000.000,00	$ 42.000.000,00	$ 35.000.000,00	$ 35.000.000,00	$ 38.000.000,00	$ 38.000.000,00
	10	Producción de 10 facebook live coordinados con equipo de salud mental del departamento, donde se promuevan rutas de atención de salud mental y violencia basada en género. Duración máxima 20 minutos, duración mínima, 10 minutos, para ser emitidos a través de las redes sociales de la secretaría de Desarrollo de la Salud de Córdoba.	$ 3.305.000,00	$ 33.050.000,00	$ 3.260.000,00	$ 32.600.000,00	$ 3.200.000,00	$ 32.000.000,00	$ 3.255.000,00	$ 32.550.000,00
	1	Estrategia Mentalízate : Lograr visibilizar a través de fotografías a gran formato cómo se ve y se sienten los problemas de salud mental que más nos aquejan. Se realizará una mesa de trabajo con jóvenes para hablar de salud mental y luego de esto se hará una sesión de fotografías representando las formas de ver las facetas de enfermedades de salud mental: Bipolaridad, Ansiedad, Depresión. Finalmente se hará una exposición de todas las fotogragias en gran formato en lugares abiertos de la ciudad.	$ 13.250.000,00	$ 13.250.000,00	$ 13.250.000,00	$ 13.250.000,00	$ 13.250.000,00	$ 13.250.000,00	$ 13.250.000,00	$ 13.250.000,00
	1	Estrategia Exprésate ! Pelao ! Construccion de un escenario tipo Capsula con medidas 300x200x200 para que los jóvenes entren a contarnos que los estresa ? Qué les preocupa Qué te hace feliz ? Qué te hace dar ira ? A cada una de estas emociones les daremos luego una respuesta con un especialista El material será usado para redes sociales. Esta estrategia será llevada a los colegios	$ 10.000.000,00	$ 10.000.000,00	$ 9.000.000,00	$ 9.000.000,00	$ 9.500.000,00	$ 9.500.000,00	$ 9.500.000,00	$ 9.500.000,00

	5	Estrategia "Calma para el Alma" Serán sesiones de meditacion guiadas por un profesional, en espacios abiertos como parques, zonas verdes e inclusive en un planchon. Para invitar a el equilibrio y balance, de la mente. Incluye la particiapación de un profesional en psicología con experiencia en salud mental	$ 3.500.000,00	$ 17.500.000,00	$ 3.000.000,00	$ 15.000.000,00	$ 3.100.000,00	$ 15.500.000,00	$ 3.200.000,00	$ 16.000.000,00
	5	Estrategia "Pared de las emociones" Consiste en murales ubicados en lugares estratégicos como Centros comerciales, parques y colegios, para que las personas se expresen libremente acerca de sus emociones y situaciones que afectan la salud mental. El mural será elaborado en banner con estrucuturas metalicas, con medidas 400x200 ancho x alto	$ 8.200.000,00	$ 41.000.000,00	$ 8.220.000,00	$ 41.100.000,00	$ 8.255.000,00	$ 41.275.000,00	$ 8.225.000,00	$ 41.125.000,00
	5	Estrategia "La Cabina de teléfono": Se ubicará una cabina telefonica diseñada según la identidad de la campaña, la cual será ubicada en distintos colegios y centros comerciales donde los jovenes y niños ,podrán acercarse a expresarse libremente acerca de temas de salud mental y también podrán recibir atención y asesoria por parte de profesionales	$ 5.700.000,00	$ 28.500.000,00	$ 5.600.000,00	$ 28.000.000,00	$ 5.200.000,00	$ 26.000.000,00	$ 5.500.000,00	$ 27.500.000,00
	5	Estrategia "Se abre el telón" Consiste en un escenario movil donde se presentará una obra de teatro con tematicas orientadas a la concientización y sensibilización con respecto a la importancia de la salud mental.	$ 9.280.000,00	$ 46.400.000,00	$ 9.280.000,00	$ 46.400.000,00	$ 9.280.000,00	$ 46.400.000,00	$ 9.280.000,00	$ 46.400.000,00
SUBTOTAL				**$ 425.735.000,00**		**$ 427.613.000,00**		**$ 418.027.040,00**		**$ 423.791.680,00**
SUBTOTAL GENERAL				**$ 806.903.000,00**		**$ 835.820.350,00**		**$ 810.869.190,00**		**$ 817.864.180,00**
IVA 19%				**$ 153.311.570,00**		**$ 158.805.866,50**		**$ 154.065.146,10**		**$ 155.394.194,20**
TOTAL PRESUPUESTO				**$ 960.214.570,00**		**$ 994.626.216,50**		**$ 964.934.336,10**		**$ 973.258.374,20**

Elaboro y proyectó Análisis del sector: Nilo Javier Arrieta Mora – Admon. financiero, Esp. Gerencia de Proyectos .

Contratista Dirección de Contratación.
Gobernación de Córdoba..