ANALISIS DEL SECTOR-MINIMA CUANTIA

1. INTRODUCCION

Conforme con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, por el cual se reglamenta el sistema de compra y contratación pública, establece: "*Deber de análisis de las Entidades Estatales. La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso*". El MUNICIPO DE SINCELEJO , como entidad territorial estructura y adelanta el proceso de contratación de **Mínima Cuantía** que tendrá por objeto: **"PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD PARA APOYAR CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE VEHÍCULO CON VALLAS INFORMATIVAS DE LA ALCALDIA DEL MUNICIPIO DE SINCELEJO"** y mediante el presente analisis del sector deja constancia del estudio realizado en la etapa de planeación y estructuración del mismo.

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

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

2. OBJETO CONTRACTUAL

PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD PARA APOYAR CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE VEHÍCULO CON VALLAS INFORMATIVAS DE LA ALCALDIA DEL MUNICIPIO DE SINCELEJO

3. SECTOR ECONOMICO

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

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

3.1. ANÁLISIS DEL MERCADO

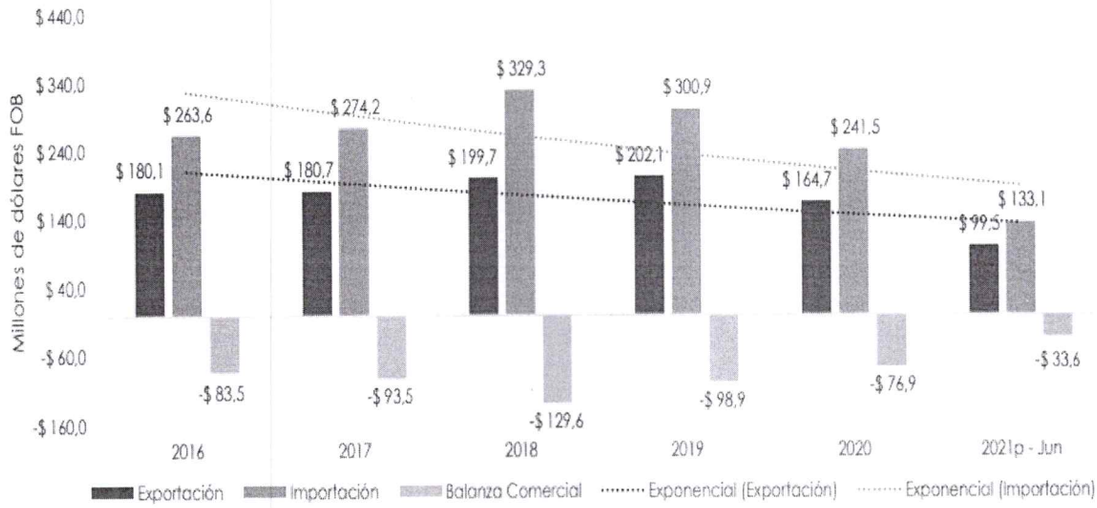
La industria gráfica colombiana no es ajena al descenso del volumen de impresión y de los márgenes comerciales; la fuerte competencia basada en el precio, la generalización de la comunicación en digital y los nuevos hábitos de consumo han hecho que los empresarios del sector estén buscando alternativas para reinventar su modelo de negocio y ofrecer productos y servicios gráficos que aporten otro valor añadido.

Con una producción bruta de en torno a los 23.000 millones de pesos, unas exportaciones a medio centenar de países por un valor de 200 millones de dólares y con activos por 37.000 millones de pesos, la industria de la comunicación gráfica en Colombia aporta el 3.7% de su PIB industrial.

El sector de la comunicación gráfica en Colombia está medido estadísticamente bajo los sectores de actividades de impresión (CIIU 18) y papel, cartón y productos de papel y cartón (CIIU 17).

El comercio exterior de la comunicación gráfica ha presentado una balanza negativa durante los últimos años, alcanzando una de las cifras más altas con un valor reportado de USD FOB -129,6 millones de dólares en 2018. Las importaciones y las exportaciones del año 2020 alcanzaron un valor de USD FOB 241,5 y USD FOB 164,7 millones respectivamente. Las principales categorías de la comunicación gráfica para el 2020 fueron: envases y empaques que tiene la mayor participación de la industria de con un 49,7% en exportaciones y 42,9% en importaciones. En segundo lugar, se encuentra etiquetas con una participación del 26,3% en exportaciones y 27,5% en importaciones, y en el tercer lugar se encuentra libros y editoriales con un 12% y 16,5% en exportaciones e importaciones respectivamente. Para las demás categorías en exportaciones e importaciones respectivamente, se encuentran: Artículos escolares y oficina 6,6% y 3,4%, Material publicomercial 3,6% y 8,9 %, Publicaciones periódicas 1,1% y 0,4%, y por último se encuentra la categoría de formas comerciales y valores con 0,5% y 0,2%.

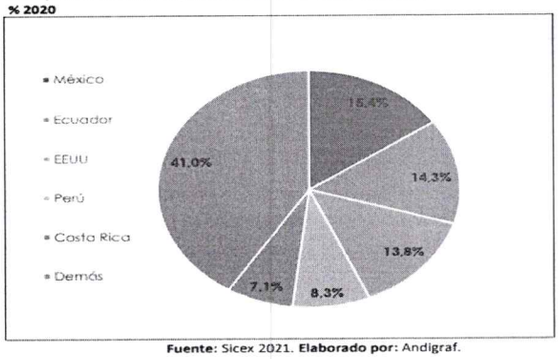
Balanza comercial, exportación e importación de la industria de la comunicación gráfica (USD FOB millones)



Fuente: Sicex 2021 | **Elaborado por:** Andigraf.

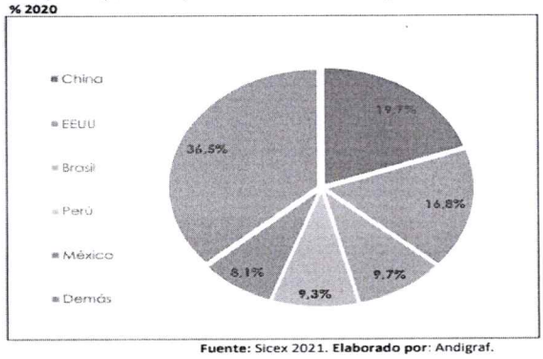
En el año 2020, en cuanto a exportaciones, los principales socios comerciales fueron: México al cual se le exportaron USD FOB 25,3 millones, de ese total el 42,6% fueron de etiquetas, 34,1% envases y empaques, 9,8% libros y editoriales y el restante en las demás categorías. En segundo lugar, se encuentra Ecuador con un valor de USD FOB 23,6 millones donde las categorías de etiquetas, envases y empaques y libros, tienen una participación conjunta de 97,1%. En las otras posiciones están Estados Unidos con USD FOB 22,7 millones, Perú USD 13,6 millones, Costa Rica USD FOB 11,7 millones y los demás con USD FOB 67,5 millones.

Principales destinos de exportación de la comunicación gráfica % 2020



Fuente: Sicex 2021. **Elaborado por:** Andigraf.

Principales orígenes de importación de la comunicación gráfica % 2020



Fuente: Sicex 2021. **Elaborado por:** Andigraf.

En cuanto a las importaciones, las cifras son mucho mayores a las exportaciones. El principal origen de las importaciones es China con un valor de USD FOB 47,4 millones, en donde etiquetas representa el 42,9%, envases y empaques 31,6% y artículos escolares y de oficina con 10,1%. Le sigue Estados Unidos con un valor de USD FOB 40,4 millones, donde la

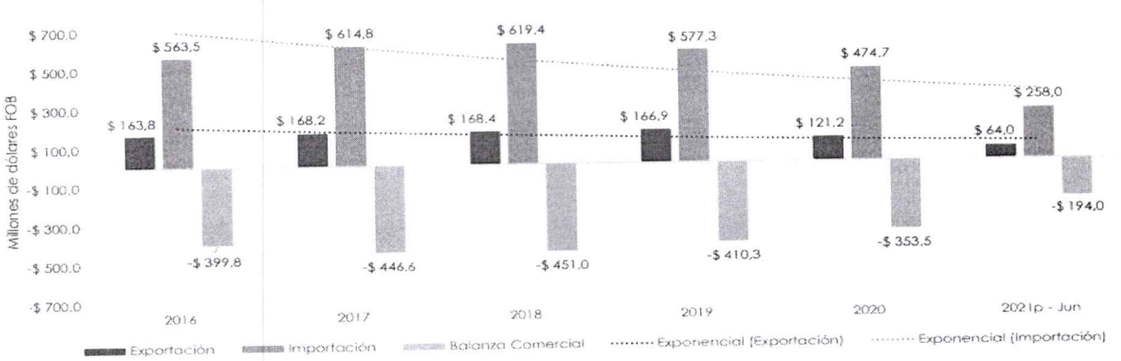
categoría de etiquetas representa el 38,3%, envases y empaques un 34,8% y libros y editoriales con un 18,1%. Los otros países son Brasil con USD FOB 23,4 millones, Perú USD FOB 22,5 millones, México USD FOB 19,4 millones y los demás países con USD FOB 88 millones.

Categoría	Importación			Exportación		
	2019	2020	Δ %	2019	2020	Δ %
Envases y empaques	$ 114.112.157	$ 103.783.162	-9,1%	$ 84.995.330	$ 81.944.164	-3,6%
Etiquetas	$ 80.028.530	$ 66.316.376	-17,1%	$ 47.170.354	$ 43.309.043	-8,2%
Libros y editoriales	$ 55.052.999	$ 39.992.621	-27,4%	$ 38.325.726	$ 19.895.193	-48,1%
Material publicitario y comercial	$ 31.041.430	$ 21.676.044	-30,2%	$ 10.143.762	$ 6.035.111	-40,5%
Artículos escolares y de oficina	$ 17.467.921	$ 8.288.503	-52,6%	$ 15.193.392	$ 10.880.529	-28,4%
Publicaciones periódicas	$ 2.524.252	$ 1.070.570	-57,6%	$ 4.401.425	$ 1.830.518	-58,4%
Formas comerciales y valores	$ 698.503	$ 397.734	-43,1%	$ 1.824.998	$ 779.301	-57,3%
Insumos	$ 312.936.809	$ 260.024.123	-16,9%	$ 80.994.183	$ 75.236.004	-7,1%
Materias Primas	$ 210.615.060	$ 156.109.066	-25,9%	$ 82.876.122	$ 42.207.993	-49,1%
Maquinaria	$ 53.699.089	$ 58.545.456	9,0%	$ 3.077.065	$ 3.781.179	22,9%

Fuente: Sicex 2021. **Elaborado por:** Andigraf

Dentro del segmento de proveedores resalta en mayor porcentaje las importaciones de productos del extranjero, generando así una brecha amplia respecto a las exportaciones. Como se puede ver en la gráfica, la balanza comercial en los últimos años siempre ha estado negativa con valores superiores a los USD FOB 300 millones. Las exportaciones en el 2020 fueron de USD FOB 121,2 millones y las importaciones fueron de USD FOB 477 millones. Dentro de las categorías de proveedores para el 2020 están: Insumos con exportaciones de USD FOB 75,2 millones e importaciones por USD FOB 260 millones, las cuales presentan una participación del 62,1 % y 54,8% respectivamente, le sigue Materias primas con una participación en las exportaciones de 34,8% y en las importaciones de 32,9%, y por último esta la categoría de Maquinaria con un peso de 3,1% y 12.3% dentro de las exportaciones e importaciones.

Balanza comercial, exportación e importación de proveedores de la comunicación gráfica (USD FOB millones)



Fuente: Sicex 2021. **Elaborado por:** Andigraf.

La impresión digital es el proceso de imprimir directamente desde un archivo digital a cualquier tipo de material (papel, vinilo, cartulinas...). Tiene un coste de arranque inicial muy pequeño, ofrece un coste menor en tiradas de baja cantidad.

Esta es una técnica instantánea de alta calidad, por lo que muchas empresas eligen este tipo de impresión ya que se pueden imprimir directamente del ordenador o la impresora sin tener que hacer planchas (como pasa en offset) o moldes (serigrafía).

La impresión digital es una tecnología que nació junto con la democratización de los ordenadores ("personal computer") a partir 1993. Actualmente el método más común de reproducción es utilizar los cartuchos de tóner que se utilizan en las impresoras de inyección de tinta o láser.

Tipos de impresión digital

Actualmente, existen 2 tipos de impresión digital:

- **Inkjet (tinta líquida en base agua):** la impresión por inyección de tinta es un tipo de impresión que recrea una imagen digital mediante la inyección de gotas de tinta

sobre un sustrato. Las tintas líquidas se solidifican una vez transferidas al sustrato. Una variante del Inkjet es la tecnología LED de HP indigo.

- **Tóner:** La impresión con tóner utiliza partículas de pigmento encapsuladas en resina con un tamaño superior a 5 micrones. Es un producto seco que se deposita sobre el papel por atracción electrostática y luego se fija por presión o calor.

Por un lado, las impresoras de inyección de tinta usan tinta y por otro, las impresoras láser usan tóner. La principal diferencia entre los dos es el material del que están hechos (la tinta es líquida, el tóner es en polvo). Aunque los dos sistemas consiguen un nivel de reproducción muy bueno, el tóner al ser pigmentos puede quedar algo más en superficie con un efecto brillante algo mayor al sistema inkjet que al ser de base agua penetra dentro del poro del papel con mayor facilidad.

Ventajas de trabajar con sistemas de impresión digital

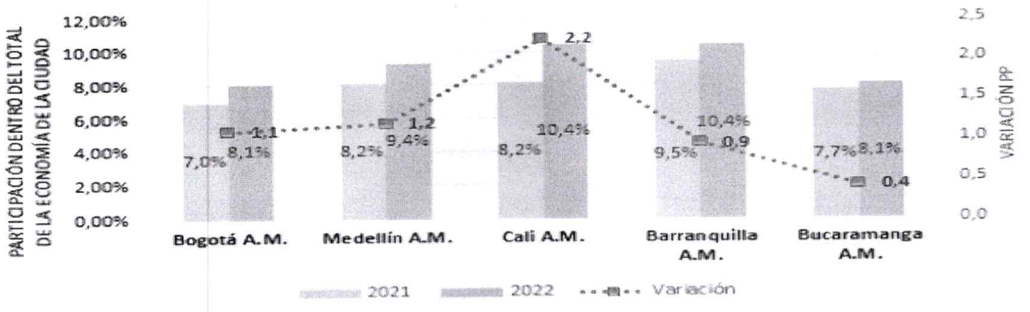
Te mostramos las principales ventajas de la impresión digital:

- **Personalización:** esta técnica de impresión permite la opción de personalizar las tiradas de impresión con dato variable.
- **Tiradas cortas:** impresiones de tiradas cortas para cualquier producto desde 1 ud.
- **Formatos especiales y diferentes materiales:** la impresión digital nos da la posibilidad de la impresión sobre soportes diferentes y extraños y la utilización de tintas especiales.
- **Rapidez:** el proceso de elaboración es muy rápido por lo que puedes tiradas en un corto periodo de tiempo.
- **Versatilidad:** hay una gran infinidad de formatos, tintas y materiales.

1. Económico

Aunque la publicidad atrajo inversión en el primer semestre de 2023, la concentrada en medios tradicionales ha perdido participación en el mercado, especialmente prensa y televisión con caídas de -13.9% y -12.8% respectivamente. La publicidad digital en video, streaming y videojuegos ha ganado protagonismo y ha impulsado el sector. La actividad ha experimentado crecimiento de doble dígito desde 2021, impulsado por la inversión en redes sociales. Particularmente, en Colombia, las redes sociales lideran la inversión con $102.412 millones de pesos. Por su parte, Google planea eliminar gradualmente las cookies de terceros en su navegador Chrome a partir de 2024, transformando la segmentación de anuncios. Además, en América Latina, el gasto en publicidad digital se proyecta en $13.290 millones de dólares para 2023 y $14.550 millones para 2024.

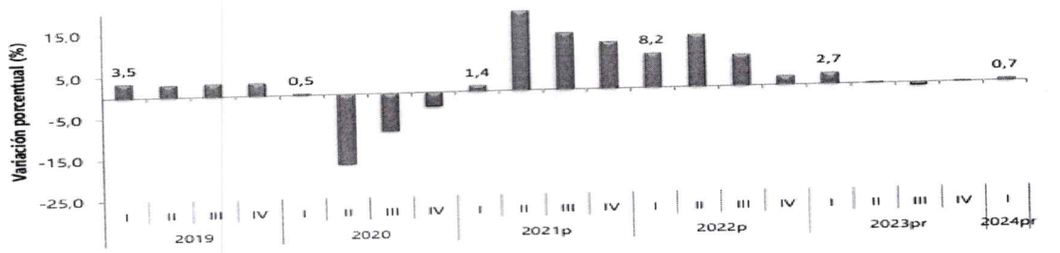
Gráfico 2. Participación porcentual del sector actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios en la economía y variación en puntos porcentuales - Primer Semestre 2021-2022



Fuente: DANE - Gran Encuesta Integrada de Hogares anexo-mercado-laboral-según-proyecciones-CNPV2018 (GEIH-M18)
Cálculos: Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte.

Producto Interno Bruto (PIB)
I trimestre 2024 preliminar

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2019-I / 2024pr-I



Fuente: DANE, PIB_T

Los principales grupos industriales de acuerdo con sus niveles de producciones brutas y clasificadas según la CIIU Rev. 4 A.C. son: fabricación de productos de la refinación del petróleo 16,7%; fabricación de otros productos químicos 7,3% y procesamiento y conservación de carne, pescado, crustáceos y moluscos 5,1%. (Cuadro 1)

Cuadro 1. Grupos industriales que concentran la mayor parte de producción bruta según CIIU Rev.4 A.C.
Total nacional
2021[P]

Grupo industrial CIIU Rev.4	Descripción	Millones de pesos Producción bruta	Part.%
Total		**327.693.698**	**100,0**
192	Productos de la refinación del petróleo	54.617.731	16,7
202	Otros productos químicos	23.782.164	7,3
101	Procesamiento y conservación de carne, pescado, crustáceos y moluscos	16.714.999	5,1
108	Elaboración de otros productos alimenticios	16.435.324	5,0
110	Elaboración de bebidas	16.408.801	5,0
201	Sustancias químicas básicas, abonos y plásticos y caucho sintético	16.364.451	5,0
222	Productos de plástico	15.080.475	4,6
109	Elaboración de alimentos preparados para animales	13.415.373	4,1
241	Industrias básicas de hierro y de acero	12.981.009	4,0
170	Papel, cartón y productos de papel y cartón	11.702.338	3,6
239	Productos minerales no metálicos n.c.p.	11.601.768	3,5
106	Elaboración de productos de café	10.065.802	3,1
104	Elaboración de productos lácteos	9.724.145	3,0
105	Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados	9.572.479	2,9
141	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel	9.055.246	2,8
103	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal	8.920.810	2,7
210	Productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y botánicos	8.834.507	2,7
	Resto de industria	62.416.275	19,0

Fuente: DANE, EAM.

Los grupos que registran las mayores participaciones del personal ocupado en el total del sector según la CIIU Rev. 4 A.C son: confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel 9,4%, elaboración de otros productos alimenticios 8,4% y fabricación de productos de plástico 8,2%. (Cuadro 2).

Cuadro 2. Grupos industriales que concentran la mayor parte del personal ocupado industrial en CIIU Rev.4 A.C.
Total nacional
2021[P]

Grupo industrial CIIU Rev.4	Descripción	Personal ocupado	Part.%
Total		**681.603**	**100,0**
141	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel	64.384	9,4
108	Elaboración de otros productos alimenticios	57.511	8,4
222	Productos de plástico	55.660	8,2
202	Otros productos químicos	45.505	6,7
101	Procesamiento y conservación de carne, pescado, crustáceos y moluscos	37.737	5,5
210	Productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y botánicos	29.844	4,4
239	Productos minerales no metálicos n.c.p.	29.139	4,3
104	Elaboración de productos lácteos	20.712	3,0
259	Otros productos elaborados de metal y servicios relacionadas con metales	19.954	2,9
170	Papel, cartón y productos de papel y cartón	19.372	2,8
181	Actividades de impresión y actividades de servicios relacionados la impresión	17.927	2,6
139	Otros productos textiles	17.879	2,6
110	Elaboración de bebidas	17.645	2,6
311	Muebles	14.365	2,1
329	Otras industrias manufactureras n.c.p.	13.946	2,0
251	Productos metálicos de uso estructural, tanques, depósitos y generadores de vapor	13.456	2,0
131	Preparación, hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles	12.562	1,8
105	Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados	12.557	1,8
241	Industrias básicas de hierro y de acero	11.583	1,7
	Resto de industria	169.865	24,9

Fuente: DANE, EAM.

Información y comunicaciones

En el segundo trimestre de 2024pr, el valor agregado de información y comunicaciones decrece 1,9% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2023pr . Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 0,3%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 8).

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2024pr-II / 2023pr-II	2024pr / 2023pr	2024pr-II / 2024pr-I
Información y comunicaciones	**-1,9**	**-1,9**	**0,3**

Fuente: DANE, PIB_T

Pr preliminar

[1] Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

Comercio al por mayor y al por menor

En el primer trimestre de 2024pr, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida decrece 0,8% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2023pr.

Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 7):

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 0,6%.
- Transporte y almacenamiento decrece 1,5%.
- Alojamiento y servicios de comida decrece 3,4%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida decrece 0,02, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 0,8%.
- Transporte y almacenamiento crece 2,1%.
- Alojamiento y servicios de comida decrece 2,1%.

Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Primer trimestre 2024pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2024pr-I / 2023pr-I	2024pr-I / 2023pr-IV
Comercio al por mayor y al por menor[3]	0,6	0,8
Transporte y almacenamiento	-1,5	2,1
Alojamiento y servicios de comida	-3,4	-2,1
Comercio al por mayor y al por menor[1]	**-0,8**	**-0,02**

Fuente: DANE, PIB_T

Actividades profesionales, científicas y técnicas

En el primer trimestre de 2024pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 0,2% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2023pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 11):

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 1,6%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 1,7%.

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 decrece en 0,1%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

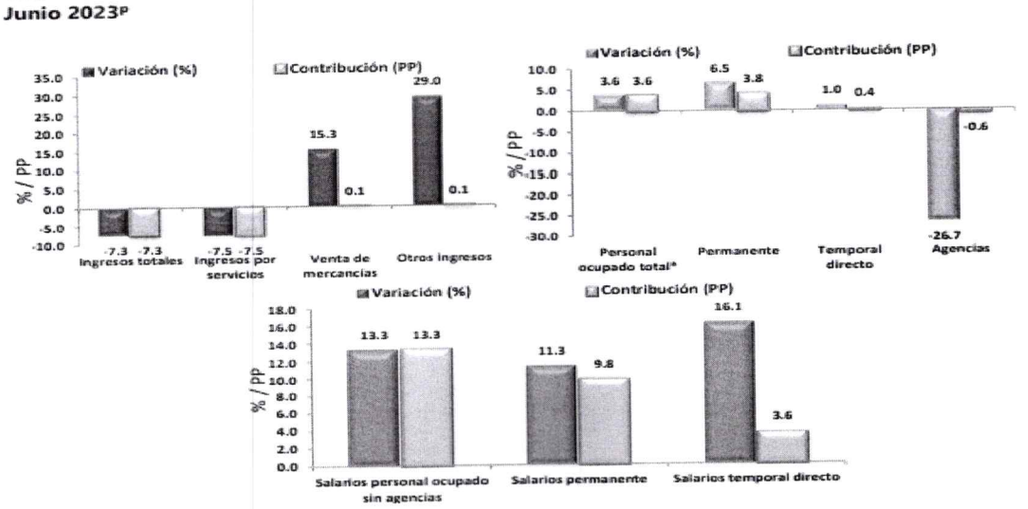
- Actividades profesionales, científicas y técnicas decrece 0,4%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 0,1%.

Tabla 11. Actividades profesionales, científicas y tecnicas[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Primer trimestre 2024pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2024pr-I / 2023pr-I	2024pr-I / 2023pr-IV
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1,6	-0,4
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	-1,7	-0,1
Actividades profesionales, científicas y técnicas[1]	**-0,2**	**-0,1**

Fuente: DANE, PIB_T

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 2023p



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.

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

En el primer trimestre de 2024pr, 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 5,2% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2023pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 13):

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 4,9%.
- 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 7,1%.

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 3,7%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 5,5%.
- Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 6,5%.

Tabla 13. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Primer trimestre 2024pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2024pr-I / 2023pr-I	2024pr-I / 2023pr-IV
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	4,9	5,5
Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores[3]	7,1	6,5
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades[1]	**5,2**	**3,7**

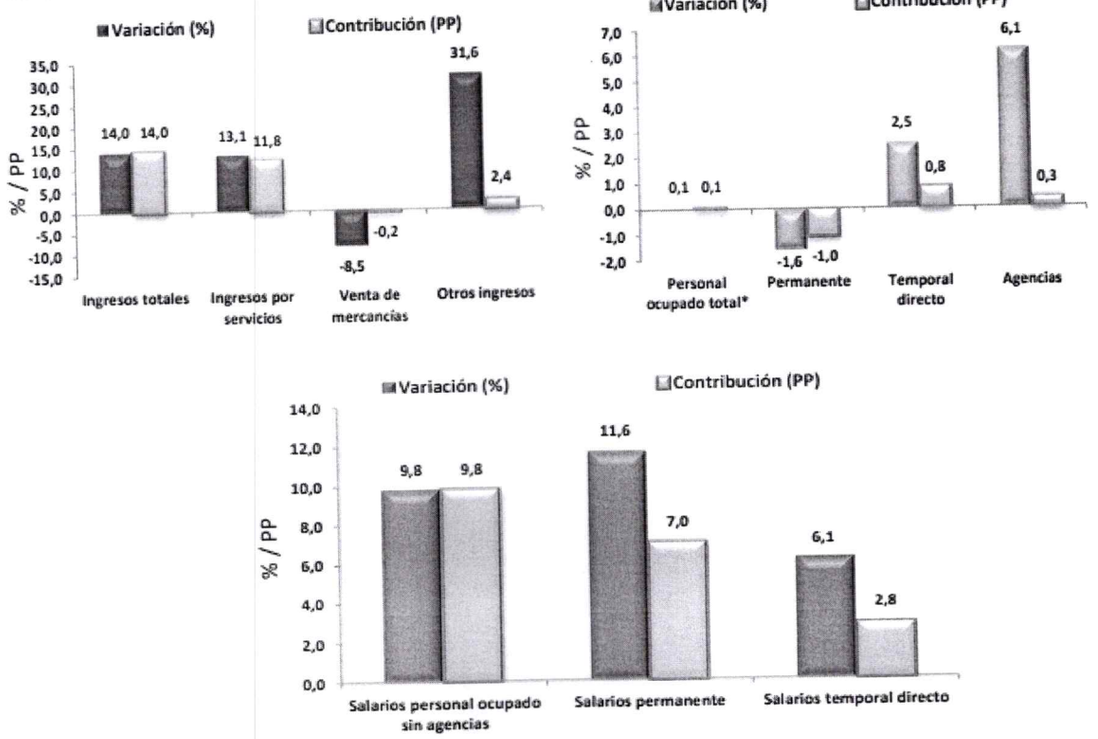
Fuente: DANE, PIB_T

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.

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

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

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Marzo 2024P / marzo 2023

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

Fuente: DANE – EMS

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

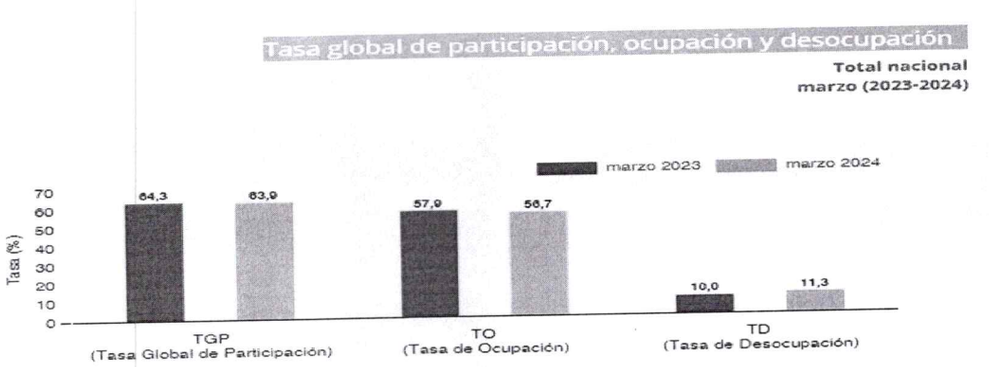
En el año móvil hasta marzo de 2024, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos, diez presentaron variación positiva en el personal ocupado total y todos los subsectores presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con el mismo periodo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

Tabla 4. Variación doce meses de los ingresos nominales, personal ocupado total y salarios, según subsector de servicios
Abril 2023 - marzo 2024[p] / abril 2022 - marzo 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	-3,5	-0,3	13,2
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	0,9	-8,2	11,4
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	12,8	2,5	12,4
J	Divsión 58	Actividades de edición	1,7	-8,6	10,4
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	10,7	10,6	1,9
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	3,8	3,6	9,7
J	División 61	Telecomunicaciones	-2,4	-8,5	16,4
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	12,7	-0,2	12,5
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	15,1	3,1	11,1
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	5,7	0,3	12,6
M	Clase 7310	Publicidad	10,5	4,4	12,4
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	7,3	-6,4	16,3
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-4,6	-6,5	10,2
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	4,8	1,1	10,5
P	Grupo 854	Educación superior privada	10,4	-0,1	10,6
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	14,9	4,6	13,8
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	15,5	2,2	10,6
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	5,6	2,0	13,9

Fuente: DANE – EMS

Para el mes de marzo de 2024, la tasa de desocupación del total nacional fue 11,3%, lo que representó un aumento de 1,3 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2023 (10,0%). La tasa global de participación se ubicó en 63,9%, mientras que en el mismo mes del año anterior fue 64,3%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 56,7%, lo que representó una disminución de 1,2 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2023 (57,9%).



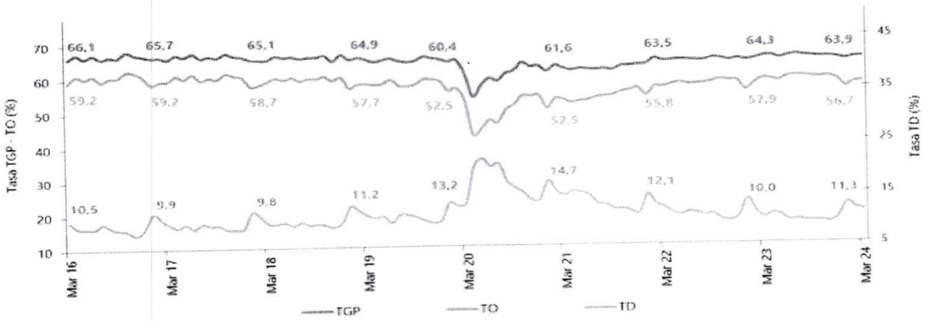
Fuente: DANE

En marzo de 2024, la tasa de desocupación en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 10,8%, mientras que en marzo de 2023 fue 10,5%. Por su parte, la tasa global de participación se ubicó en 67,1% y la tasa de ocupación en 59,9%. En el mismo mes del año anterior, estas tasas fueron 66,8% y 59,8%, respectivamente.

Principales indicadores del mercado laboral

Marzo de 2024

Gráfico 1. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Marzo (2016 - 2024)

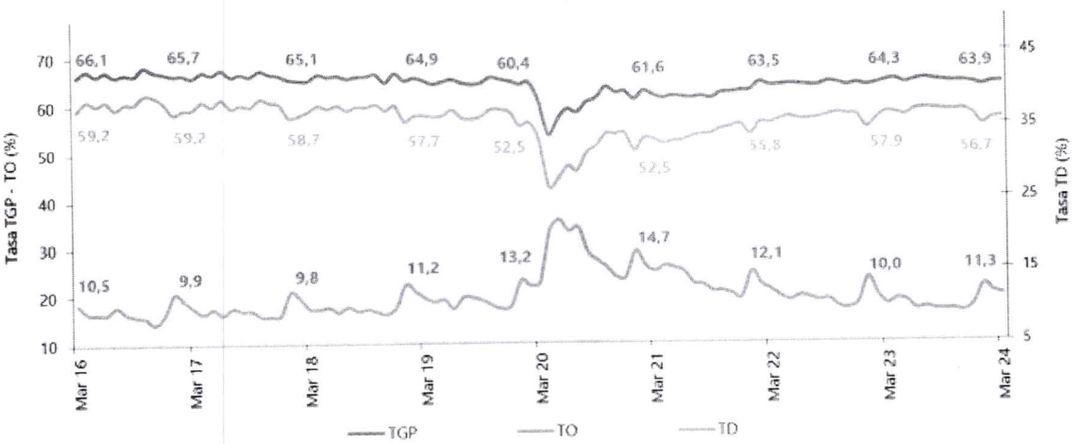


Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).

Total nacional mensual

Para el mes de marzo de 2024, la tasa de desocupación del total nacional fue 11,3%, lo que representó un aumento de 1,3 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2023 (10,0%). La tasa global de participación se ubicó en 63,9%, mientras que en el mismo mes del año anterior fue 64,3%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 56,7%, lo que representó una disminución de 1,2 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2023 (57,9%).

Gráfico 2. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Marzo (2016 - 2024)



Fuente: DANE, GEIH.

Población ocupada según rama de actividad

En el mes de marzo de 2024, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 22.645 miles de personas. Las ramas que más aportaron a la disminución de la población ocupada fueron Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (0,9 puntos porcentuales); Alojamiento y servicios de comida (0,4 puntos porcentuales) y Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana (0,3 puntos porcentuales).

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

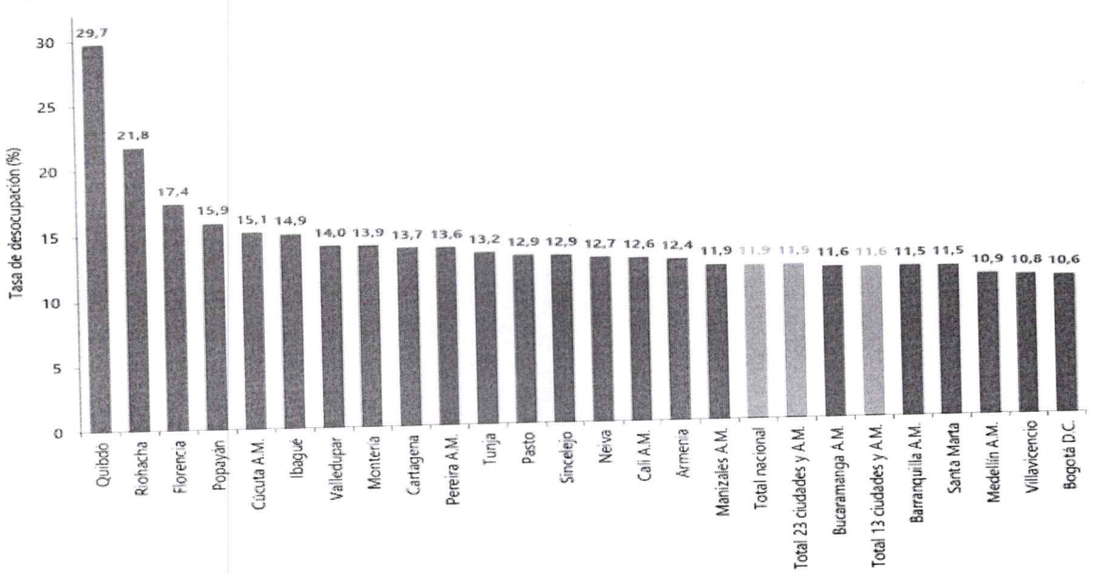
Rama de actividad	Total nacional				
	Marzo 2023	Marzo 2024	Distribución % 2024	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**22.794**	**22.645**	**100**	**-149**	
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.512	3.304	14,6	-207	-0,9
Alojamiento y servicios de comida	1.669	1.570	6,9	-99	-0,4
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.889	2.812	12,4	-77	-0,3
Construcción	1.610	1.537	6,8	-73	-0,3
Información y comunicaciones	386	331	1,5	-55	-0,2
Industrias manufactureras	2.432	2.405	10,6	-26	-0,1
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	1.906	1.887	8,3	-18	-0,1
Actividades inmobiliarias	262	285	1,3	23	0,1
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.793	1.826	8,1	33	0,1
Actividades financieras y de seguros	357	391	1,7	33	0,1
Transporte y almacenamiento	1.569	1.638	7,2	70	0,3
Comercio y reparación de vehículos	3.958	4.078	18,0	120	0,5
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos^	448	580	2,6	132	0,6

Fuente: DANE, GEIH.

Ranking de ciudades según tasa de desocupación

Para el trimestre enero - marzo 2024, de las 23 ciudades y áreas metropolitanas, las que presentaron mayores tasas de desocupación fueron: Quibdó (29,7%), Riohacha (21,8%) y Florencia (17,4%). Las ciudades con menor tasa de desocupación fueron: Medellín A.M. (10,9%), Villavicencio (10,8%) y Bogotá D.C. (10,6%).

Gráfico 6. Tasa de desocupación según ciudades
Total nacional y 23 ciudades y áreas metropolitanas
Enero - marzo 2024



Fuente: DANE, GEIH.

Evolución de las principales variables para el total nacional

En marzo de 2024, las ventas reales del comercio minorista disminuyeron 5,6% y el personal ocupado decreció 0,9% en relación con el mismo mes de 2023. Excluyendo el comercio de combustibles, la variación de las ventas reales del sector fue de -5,2%.

Tabla 1. Variación porcentual anual, año corrido y doce meses[Pr]
Total nacional
Marzo 2024

Indicador	Variación anual Marzo 2024 / marzo 2023	Variación año corrido Enero - marzo 2024 / enero - marzo 2023	Variación doce meses Abril 2023 - marzo 2024 / abril 2022 - marzo 2023
Total ventas reales del comercio al por menor y vehículos	-5,6	-3,9	-6,9
Total ventas reales del comercio minorista y vehículos (excepto grupo CIIU 473*)	-5,2	-4,7	-8,1
Total ventas reales del comercio al por menor sin vehículos automotores ni motocicletas	-3,9	-2,2	-3,7
Total ventas reales del comercio al por menor sin combustibles	-5,2	-4,7	-8,1
Total ventas reales del comercio al por menor sin combustibles ni vehículos	-2,8	-2,7	-4,3
Total Personal ocupado	-0,9	-0,5	1,7

Fuente: DANE – EMC

Grupos de mercancías

En marzo de 2024, las ventas del comercio minorista decrecieron 5,6% frente a las registradas en el mismo mes de 2023. Once líneas de mercancía registraron variaciones anuales negativas en sus ventas reales y, por otra parte, ocho (8) líneas de mercancía registraron variaciones anuales positivas en sus ventas. Las principales contribuciones negativas a la variación anual se presentaron en las líneas de Combustibles para vehículos automotores, Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos y Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares, aportando en conjunto -4,3 puntos porcentuales a la variación total del comercio minorista. Las mayores contribuciones positivas se presentaron en la venta de Alimentos y los Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería, aportando en conjunto 1,0 punto porcentual a la variación total.

Tabla 2. Variación porcentual y contribución de las ventas reales del comercio minorista según grupos de mercancías.
Total nacional
Marzo 2024/ marzo 2023

Líneas de mercancías	Marzo de 2024/ marzo de 2023 Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista	**-5,6**	**-5,6**
Combustibles para vehículos automotores	-7,3	-1,5
Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos	-19,8	-1,4
Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares**	-15,9	-1,4
Otros vehículos automotores y motocicletas***	-13,0	-1,0
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	-17,6	-0,7
Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico	-10,9	-0,5
Prendas de vestir y textiles	-10,0	-0,4
Productos farmacéuticos y medicinales	-7,5	-0,2
Otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente*	-3,5	-0,1
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	-5,2	-0,1
Libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares	-7,1	0,0
Equipos y aparatos de sonido y video	2,4	0,0
Artículos y utensilios de uso doméstico	3,2	0,0
Productos para el aseo del hogar	6,8	0,2
Bebidas no alcohólicas	13,2	0,2
Bebidas alcohólicas, cigarros, cigarrillos y productos del tabaco	9,1	0,2
Electrodomésticos, muebles para el hogar	7,2	0,2
Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	6,8	0,3
Alimentos (víveres en general)	3,5	0,7

Fuente: DANE - EMC.

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

La Tasa de Cambio Representativa del Mercado–TRM, corresponde al promedio ponderado de las operaciones de compra y venta de contado de dólares de los Estados Unidos de América a cambio de moneda legal colombiana, realizadas entre Intermediarios del Mercado Cambiario (IMC), así como de las operaciones que efectúan los IMC con las demás entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), distintas de IMC y aquellas que hacen los IMC con el Banco de la República o el Ministerio de Hacienda y Crédito PúblicoMHCP. La TRM es calculada diariamente y certificada por la Superintendencia Financiera de Colombia con base en la información disponible y la reglamentación expedida por el Banco de la República, Variaciones de los precios del dólar tiene impacto en el precio de los insumos importados

¿Cuál es la TRM del día de hoy?

Esta es la TRM vigente del domingo 8 de septiembre de 2024, y su vigencia cubre los días 7 al 9 de septiembre. Un (1) dólar estadounidense equivale a $4,149.79 (cuatro mil ciento cuarenta y nueve pesos con setenta y nueve centavos colombianos).

1 USD = $4,149.79 COP

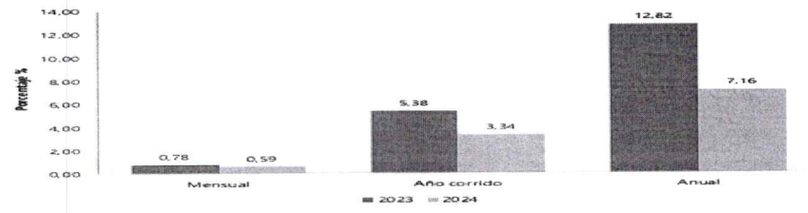
Variación: $-22.71 (-0.54) Ver detalles

Comparar con la TRM anterior

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

Índice de Precios al Consumidor (IPC)
Abril 2024

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Abril 2023 - 2024



Fuente: DANE, IPC.

Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En el mes de abril de 2024, el IPC registró una variación de 0,59% en comparación con marzo de 2024, dos divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,59%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,16%) y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,93%). Por debajo se ubicaron: Bienes y servicios diversos (0,48%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,43%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación

ordinaria del hogar (0,43%), Salud (0,36%), Restaurantes y hoteles (0,28%), Transporte (0,10%), Prendas de vestir y calzado (0,06%), Educación (-0,07%), Información y comunicación (-0,10%) y, por último, Recreación y cultura (-0,28%).

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

		2023		2024	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	-0,07	-0,01	1,16	0,22
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	1,15	0,35	0,93	0,29
TOTAL	100,00	0,78	0,78	0,59	0,59
Bienes y servicios diversos	5,36	0,90	0,05	0,48	0,03
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	1,43	0,02	0,43	0,01
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	1,05	0,04	0,43	0,02
Salud	1,71	1,04	0,02	0,36	0,01
Restaurantes y hoteles	9,43	1,04	0,11	0,28	0,03
Transporte	12,93	1,28	0,17	0,10	0,01
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,56	0,02	0,06	0,00
Educación	4,41	0,11	0,00	-0,07	0,00
Información y comunicación	4,33	0,03	0,00	-0,10	0,00
Recreación y cultura	3,79	0,44	0,02	-0,28	-0,01

Fuente: DANE, IPC

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.

Cadena de producción y distribución.

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.

3.2 ACUERDOS COMERCIALES

Las Entidades Estatales deben determinar en la etapa de planeación si los Acuerdos Comerciales son aplicables al Proceso de Contratación que están diseñando y en caso de que sean aplicables, cumplir con las obligaciones contenidas en los mismos. Las Entidades Estatales que adelantan sus Procesos de Contratación con las Leyes 80 de 1993 y 1150 de 2007 no deben hacer este análisis en las modalidades de selección de contratación directa y de mínima cuantía.

Sin embargo, de acuerdo a lo consignado en la Decisión 439 de 1998 de la Secretaría de la CAN es aplicable a todos los Procesos de Contratación de las Entidades Estatales de nivel municipal obligadas, independientemente del valor del Proceso de Contratación.

Por lo anterior el presente proceso de contratación de MINIMA CUANTIA está cubierto solo con el acuerdo comercial de la Comunidad Andina de Naciones – CAN.

3.3 ANÁLISIS LEGAL

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

DECRETO 1082 DE 2015

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

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

LEY 1150 DE 2007 (reforma a la ley 80)

LEY 1882 DE 2018.

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

3.4 ANALISIS DE LA OFERTA

En Colombia existen empresas capaces de satisfacer las necesidades del presente proyecto.; En el Sistema de Información Societaria SIIS se encuentra la información de las

empresas con clasificación CIIU 4.0 adoptada por Colombia; es por ello por lo que solo para objeto de conocer el comportamiento de las empresas del sector usaremos esta clasificación.

Consultada la página del Sistema de Información Societaria SIIS se encontró que el informe más actual data del año 2022 y que para la **clasificación 7310 Publicidad**, Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados , existe la información de 144 empresas:

NIT	Razón social de la sociedad	(CIIU)	IL	IE	RCI	RP	RA	TAMAÑO
901177520	PEOPLE MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	1,24	78,33%	20,4	0,85	0,18	MEDIANA
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS	M7310 - Publicidad	2,12	45,24%	+IND	0,55	0,30	GRANDE
800033055	MF PUBLICIDAD MERCADEO LIMITADA	M7310 - Publicidad	2,80	8,85%	+IND	0,09	0,08	MICRO
800045878	SERVIMEDIOS SAS	M7310 - Publicidad	2,11	33,67%	+IND	0,29	0,19	MEDIANA
800086186	LOGROS PUBLICITARIOS SAS	M7310 - Publicidad	1,04	87,96%	1,3	0,43	0,05	MEDIANA
800099468	TEXPOIDEAS LTDA	M7310 - Publicidad	2,75	40,60%	36,5	0,60	0,35	PEQUEÑA
800144934	VISION Y MARKETING SAS	M7310 - Publicidad	1,11	82,54%	1,8	0,76	0,13	GRANDE
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS	M7310 - Publicidad	6,89	54,51%	1,5	0,17	0,08	PEQUEÑA
800167898	JH HOYOS & ASOCIADOS SAS	M7310 - Publicidad	2,03	64,11%	+IND	0,18	0,07	PEQUEÑA
800193477	IMAGEN VIRTUAL SAS	M7310 - Publicidad	0,46	183,39%	- 4,0	IND	- 0,80	MICRO
802013501	INMOV S.A.S	M7310 - Publicidad	1,45	53,68%	6,4	0,30	0,14	GRANDE
802014640	DAVILA P&M SAS	M7310 - Publicidad	2,15	57,79%	+IND	0,81	0,34	MEDIANA
802021183	SIGNO 21 SAS	M7310 - Publicidad	1,71	60,16%	2,6	0,29	0,12	MEDIANA
802023098	MERCADEO ESTRATEGICO SAS	M7310 - Publicidad	4,31	48,53%	+IND	0,27	0,14	PEQUEÑA
805000085	METROVIA SAS EN REORGANIZACION	M7310 - Publicidad	1,25	62,91%	+IND	0,33	0,12	MEDIANA
805023055	SOCIEDAD INNOVACIONES GRAFICAS SAS	M7310 - Publicidad	1,84	45,82%	8,6	0,43	0,23	PEQUEÑA
810002605	ARIADNA SAS	M7310 - Publicidad	2,08	55,87%	1,1	0,20	0,09	GRANDE

811002668	ALTA DIFUCION SAS	M7310 - Publicidad	1,19	80,34%	47,2	0,27	0,05	MICRO
811025635	FEELING COMPANY SAS	M7310 - Publicidad	1,89	46,82%	2,1	0,12	0,06	GRANDE
811045004	MORALESCOM SAS EN PROCESO DE NEGOIZACION DE EMERGENCIA	M7310 - Publicidad	5,20	87,54%	-3,4	-1,30	-0,16	MICRO
830004707	M B A S A S	M7310 - Publicidad	3,00	33,07%	2,7	0,13	0,08	PEQUEÑA
830005640	KOALA ANDINA LTDA	M7310 - Publicidad	1,64	53,13%	15,9	0,48	0,23	MEDIANA
830013805	SILVA PUBLICIDAD SAS	M7310 - Publicidad	0,84	79,52%	+IND	0,02	0,00	MICRO
830026954	STRAZA SAS	M7310 - Publicidad	1,87	60,64%	2,1	0,44	0,17	MEDIANA
830028713	PEOPLE MARKETING SAS	M7310 - Publicidad	2,12	74,97%	2,5	0,97	0,24	GRANDE
830047108	GRUPO ZEA SAS	M7310 - Publicidad	1,70	58,48%	+IND	0,68	0,28	MEDIANA
830054838	ESPACIO Y MERCADEO SAS	M7310 - Publicidad	1,60	61,59%	3,4	0,74	0,28	GRANDE
830057131	EDICIONES MEDICAS LATINOAMERICANAS SAS	M7310 - Publicidad	3,42	28,90%	14,3	0,38	0,27	MEDIANA
830059566	OPTIMA TM SAS	M7310 - Publicidad	4,43	41,62%	0,6	0,00	0,00	PEQUEÑA
830067529	DISEÑO MDC SAS	M7310 - Publicidad	3,07	34,71%	6,6	0,22	0,14	PEQUEÑA
830075011	CENTURY MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	2,00	61,04%	+IND	0,39	0,15	GRANDE
830076788	E MARKETTOOLS SAS	M7310 - Publicidad	2,76	112,02%	4,0	IND	0,25	MEDIANA
830081460	FENIX MEDIA GROUP SAS	M7310 - Publicidad	2,11	50,18%	-3,3	-0,18	-0,09	PEQUEÑA
830093596	Intera Marketing ltda	M7310 - Publicidad	1,11	57,81%	2,7	0,63	0,27	PEQUEÑA
830096789	IMAGINARIA FILMS SAS	M7310 - Publicidad	161,86	0,72%	-IND	-0,01	-0,01	MICRO
830098598	CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS SAS	M7310 - Publicidad	1,56	88,56%	-IND	-0,12	-0,01	PEQUEÑA
830108799	CONSTRUCTORA DE MARCAS SAS	M7310 - Publicidad	1,50	64,53%	+IND	1,54	0,55	GRANDE
830109396	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA LTDA	M7310 - Publicidad	7,23	16,02%	+IND	0,06	0,05	MEDIANA
830114289	AD ORANGE SAS	M7310 - Publicidad	0,62	93,20%	+IND	0,95	0,06	PEQUEÑA

830118816	SM DIGITAL S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,48	65,00%	+IND	0,56	0,20	GRANDE
830122431	MARKETING SERVICES DE COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	2,72	36,45%	5,9	0,18	0,12	MEDIANA
830125837	MASS DIGITAL SAS	M7310 - Publicidad	1,99	47,27%	389,1	0,25	0,13	MEDIANA
830127077	IDEANDINA SAS	M7310 - Publicidad	0,28	25,48%	2,0	0,02	0,02	PEQUEÑA
830134474	EVOLUTION PLASTIC SAS	M7310 - Publicidad	1,63	61,98%	1,5	0,78	0,30	MEDIANA
830135377	Mercadeo Efectivo S.A.S	M7310 - Publicidad	2,55	50,44%	3,1	0,65	0,32	GRANDE
830137308	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TV SA	M7310 - Publicidad	1,79	53,20%	47,3	0,39	0,18	MICRO
830138621	CENTRAL FILMS SAS	M7310 - Publicidad	2,64	26,59%	+IND	0,06	0,05	MEDIANA
830503745	ON BRAND EXPERIENCE SAS	M7310 - Publicidad	3,28	84,14%	-31,3	-0,45	-0,07	MICRO
830511773	BRM SA	M7310 - Publicidad	2,66	33,49%	3,9	0,18	0,12	GRANDE
860039334	SOCIEDAD DIGUELI TDA	M7310 - Publicidad	0,89	38,16%	1,0	0,04	0,02	MICRO
860052606	MEDIOS PUBLICITARIOS PUBLIMEDIOS LTDA	M7310 - Publicidad	27,82	73,60%	1,9	0,09	0,02	MICRO
860072367	PUBLISEÑALES SAS	M7310 - Publicidad	2,50	27,97%	35,8	0,33	0,24	MEDIANA
860076863	IDEAMOS PUBLICIDAD LTDA.	M7310 - Publicidad	2,37	39,09%	10,5	0,10	0,06	MICRO
891902435	PUBLIK TECNOLOGIAS INFORMACION COMUNICACIONES Y MEDIO AMBIENTE SAS	M7310 - Publicidad	7,88	71,35%	-IND	-0,14	-0,04	PEQUEÑA
900007881	MARKETING TOOLS SAS	M7310 - Publicidad	1,91	49,00%	4,3	0,39	0,20	GRANDE
900010096	MARKETING VALLAS SAS	M7310 - Publicidad	6,91	6,55%	+IND	0,12	0,11	PEQUEÑA
900011228	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS	M7310 - Publicidad	1,52	41,31%	+IND	0,10	0,06	MEDIANA
900012092	COMERCIALIZADORA IN SAS	M7310 - Publicidad	1,24	67,89%	253,4	1,54	0,50	MICRO
900047559	LAMUVI FILMS SAS	M7310 - Publicidad	1,41	49,14%	+IND	0,06	0,03	PEQUEÑA
900052405	OPRN MIND LTDA	M7310 - Publicidad	1,71	57,86%	6,0	0,66	0,28	GRANDE
900066487	ELEMENT DESING	M7310 -		33,42%				MEDIANA

	LTDA	Publicidad	2,99		+IND	0,32	0,21	
900080081	MARCAS VITALES BMV SAS	M7310 - Publicidad	1,83	54,12%	5,1	0,23	0,10	GRANDE
900084944	VC MEDIOS COLOMBIA SA	M7310 - Publicidad	0,67	87,73%	2,9	0,95	0,12	GRANDE
900092620	AURE DISEÑO ARQUITECTURA SAS	M7310 - Publicidad	2,60	34,04%	5,8	0,26	0,17	PEQUEÑA
900110842	SQADRA TEAM SAS	M7310 - Publicidad	1,93	63,57%	+IND	0,71	0,26	PEQUEÑA
900122694	AYZ PUBLICIDAD SAS	M7310 - Publicidad	3,04	19,81%	29,4	0,24	0,19	PEQUEÑA
900135415	CREAR PUBLICIDAD EXTERIOR SAS EN REORGANIZACION	M7310 - Publicidad	0,82	62,70%	13,2	0,52	0,19	PEQUEÑA
900135531	LA ESTACION PROMOCIONES Y ACTIVACIONES SAS	M7310 - Publicidad	5,29	97,01%	- 8,6	- 10,09	- 0,30	PEQUEÑA
900147111	GRUPO NACIONAL DE MEDIOS S.A.	M7310 - Publicidad	1,39	68,23%	13,1	0,22	0,07	MEDIANA
900147578	ESPACIOS ALTERNOS SAS	M7310 - Publicidad	2,72	23,48%	+IND	0,26	0,20	MICRO
900162979	PCN PUBLICIDAD LTDA	M7310 - Publicidad	3,32	28,35%	21,6	0,49	0,35	MEDIANA
900202565	MARCA REGISTRADA MR SAS	M7310 - Publicidad	2,93	35,94%	9,9	0,24	0,15	PEQUEÑA
900204473	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS	M7310 - Publicidad	3,44	38,64%	4,0	0,23	0,14	MEDIANA
900209047	BRANDEX GLOBAL SAS BIC	M7310 - Publicidad	2,22	58,50%	6,3	0,77	0,32	MEDIANA
900212132	BrainHub SAS	M7310 - Publicidad	2,38	41,97%	4,8	0,99	0,58	PEQUEÑA
900214217	GOOGLE COLOMBIA LIMITADA	M7310 - Publicidad	0,90	67,01%	0,5	0,05	0,02	GRANDE
900218414	XP COLOMBIA SAS EN REORGANIZACIÓN	M7310 - Publicidad	4,09	80,02%	1,0	0,08	0,02	PEQUEÑA
900224569	Biomarin Colombia Ltda	M7310 - Publicidad	2,29	53,11%	2,0	0,22	0,10	GRANDE
900247331	WHISKEY FILM SAS	M7310 - Publicidad	1,40	70,86%	+IND	0,22	0,06	MEDIANA
900260136	ANTHROPOLOGIC S.A.S	M7310 - Publicidad	5,45	17,83%	+IND	0,23	0,19	PEQUEÑA
900264662	TALK WORD OF MOUTH SAS	M7310 - Publicidad	1,96	54,53%	- 12,3	- 0,32	- 0,15	MICRO
900273623	HIFERA S EN C	M7310 - Publicidad	0,91	96,07%	- 28,4	- 0,65	- 0,03	MICRO

900282001	GO SPORTS MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	1,34	76,98%	19,9	1,65	0,38	PEQUEÑA
900297403	MEATALVISUAL SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA EN REORGANIZACION ABREVIADA	M7310 - Publicidad	0,88	123,50%	-4,1	IND	-0,10	MICRO
900298176	BULL MARKETING SAS	M7310 - Publicidad	1,24	78,26%	2,3	0,50	0,11	GRANDE
900324019	Asylum Marketing SAS En Reorganizacion	M7310 - Publicidad	1,00	87,07%	+IND	0,21	0,03	MEDIANA
900340181	GALEANO CAMACHO E HIJOS SAS	M7310 - Publicidad	103,22	12,49%	+IND	0,00	0,00	MICRO
900347930	ESPACIO EN BLANCO PEAJES SAS	M7310 - Publicidad	26,83	21,16%	-9,0	-0,14	-0,11	MICRO
900360619	INTERNATIONAL AIRMEDIA GROUP LTDA	M7310 - Publicidad	1,38	72,34%	3,2	0,35	0,10	PEQUEÑA
900363376	ILUMEN GRAPHICS S AS	M7310 - Publicidad	2,04	71,14%	5,4	0,64	0,18	MEDIANA
900365358	DOBLEFECTO SAS	M7310 - Publicidad	1,31	78,51%	3,9	0,71	0,15	PEQUEÑA
900366218	CROMATICAPEX SAS	M7310 - Publicidad	1,81	40,02%	+IND	0,13	0,08	MEDIANA
900373599	JAIME URIBE Y ASOCIADOS S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,56	26,10%	1,4	0,03	0,02	MEDIANA
900374048	ZORB PUBLICIDAD SAS	M7310 - Publicidad	1,64	80,67%	+IND	0,22	0,04	MEDIANA
900378858	INVERSIONES GABO SAS	M7310 - Publicidad	13,54	65,56%	1,2	0,23	0,08	PEQUEÑA
900389753	PYP MEDIOS SAS	M7310 - Publicidad	1,26	74,48%	11,5	0,89	0,23	MEDIANA
900394210	hercas publicidad exterior s.a.s	M7310 - Publicidad	3,80	27,65%	3,9	0,09	0,06	MEDIANA
900397996	PUBLICITV SAS	M7310 - Publicidad	0,34	67,55%	2,2	0,77	0,25	PEQUEÑA
900410870	VALLAS Y PUBLICIDAD JAC SAS EN REORGANIZACION	M7310 - Publicidad	1,79	52,17%	-IND	-0,10	-0,05	MICRO
900423752	PRENSA & ENTRETENIMIENTO AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS	M7310 - Publicidad	6,43	29,88%	6,2	0,16	0,11	MEDIANA
900425718	TARGET MEDIOS COLOMBIA S.A.S	M7310 - Publicidad	3,02	27,91%	+IND	0,41	0,30	MEDIANA

900443180	GRUPO EMPRESARIAL ZAPATA MARTINEZ SAS	M7310 - Publicidad	8,97	52,20%	4,8	0,19	0,09	PEQUEÑA
900454459	FANTASTICA SAS	M7310 - Publicidad	2,71	36,04%	+IND	0,37	0,24	MEDIANA
900466262	VEINTE ONCE SAS	M7310 - Publicidad	5,36	18,66%	-IND	- 0,10	- 0,08	MICRO
900483066	INTERACTIVE MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	0,98	88,24%	3,2	0,77	0,09	MEDIANA
900491296	SALESLAND COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,54	86,96%	1,7	0,84	0,11	GRANDE
900504201	3TOUCH MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	2,37	30,50%	5,5	0,13	0,09	MICRO
900511703	SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,50	59,56%	+IND	0,23	0,09	MEDIANA
900515542	CONTENIDOS EL REY SAS	M7310 - Publicidad	0,96	89,62%	5,0	2,12	0,22	MEDIANA
900518245	CARAT COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,02	96,69%	2,1	0,99	0,03	GRANDE
900522641	NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE SAS	M7310 - Publicidad	2,05	26,32%	18,6	0,24	0,17	PEQUEÑA
900524265	AIRFACTORY COLOMBIA LTDA	M7310 - Publicidad	2,42	41,30%	4,1	0,20	0,12	PEQUEÑA
900548289	DIGIMARKETING SAS	M7310 - Publicidad	1,91	51,61%	14,2	1,34	0,65	MEDIANA
900559491	MARKETEAM OPTIONS COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	6,05	99,31%	+IND	0,40	0,00	MEDIANA
900559638	INTERNET MEDIA SERVICES COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,94	102,71%	0,4	IND	0,03	MEDIANA
900619786	LOS GOODFELLAS BIC S A S	M7310 - Publicidad	1,68	56,19%	26,7	0,58	0,25	PEQUEÑA
900621477	PLANEAR COMUNICACIONES SAS	M7310 - Publicidad	1,74	57,97%	+IND	0,83	0,35	MEDIANA
900626892	DENTSU COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	2,38	41,98%	- 4,3	- 0,03	- 0,02	MEDIANA
900635943	FINDASENSE COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,39	130,87%	- 2,1	IND	- 0,27	MEDIANA
900639612	RED MAS COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,33	146,79%	18,3	IND	0,20	MEDIANA
900665748	ADGLOW COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	41,30	187,74%	+IND	IND	0,00	MICRO
900677188	MIACOM SAS	M7310 - Publicidad	1,36	44,35%	37,2	0,91	0,51	GRANDE

900688372	HEADWAY DIGITAL COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,97	100,52%	-17,3	IND	-0,08	PEQUEÑA
900700061	iprospect colombia sas	M7310 - Publicidad	1,01	99,11%	1,3	14,59	0,13	MEDIANA
900706422	BUENTIPO ANCHOR WORLDWIDE SAS	M7310 - Publicidad	1,49	60,60%	+IND	0,03	0,01	GRANDE
900713342	TAPTAP ADVERTISING SAS	M7310 - Publicidad	1,36	72,29%	5,4	0,50	0,14	GRANDE
900731768	MARKET DYNAMO SAS	M7310 - Publicidad	1,47	68,11%	+IND	0,30	0,09	PEQUEÑA
900749689	CHECKPOS SAS	M7310 - Publicidad	5,73	17,44%	-IND	-0,21	-0,18	MICRO
900797268	LATIR EXPERIENCES SAS	M7310 - Publicidad	1,10	99,85%	3,6	137,91	0,20	GRANDE
900808626	COMARCA MARKETING ADVERTISING S A S EN REORGANIZACION	M7310 - Publicidad	15,94	55,93%	9,6	0,11	0,05	MICRO
900812787	TWENTY AGENCIA CREATIVA SAS	M7310 - Publicidad	2,43	63,36%	5,5	0,38	0,14	PEQUEÑA
900844025	ARETE LATIN AMERICA (COLOMBIA) S.A.S	M7310 - Publicidad	1,11	83,51%	1,6	2,64	0,43	PEQUEÑA
900908443	BURSON COHN & WOLFE COLOMBIA S.A.S	M7310 - Publicidad	2,00	44,78%	+IND	1,04	0,57	MEDIANA
900948361	TICJOB SAS	M7310 - Publicidad	2,32	42,05%	38,3	0,40	0,23	MICRO
900949435	ADBID LATINOAMERICA SAS	M7310 - Publicidad	1,36	72,15%	18,0	1,10	0,31	GRANDE
900983664	IIWALL COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,42	229,06%	1,0	IND	0,35	PEQUEÑA
901007920	Pangea MTD SAS	M7310 - Publicidad	2,16	46,09%	+IND	0,91	0,49	GRANDE
901027355	BIG FORMAT+ SAS	M7310 - Publicidad	0,42	214,11%	-IND	IND	-0,25	MICRO
901033787	OWAK SAS	M7310 - Publicidad	0,70	82,34%	+IND	0,35	0,06	MEDIANA
901038462	INVERSIONES VILNA SAS	M7310 - Publicidad	3,10	32,22%	9,5	0,07	0,04	MICRO
901069185	MACARENA & CO SAS	M7310 - Publicidad	1,41	70,34%	+IND	0,42	0,12	GRANDE
901135214	NBCUNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,14	77,10%	60,5	0,60	0,14	GRANDE
901264146	THE JUJU S.A.S	M7310 -		76,22%				MEDIANA

		Publicidad	1,21		+IND	0,10	0,02	
901371659	GRUPO MENTO SAS	M7310 - Publicidad	1,49	56,87%	+IND	0,93	0,40	MICRO

3.4.1 Codificación del servicio en el sistema UNSPSC:

De acuerdo con los Códigos Estándar de Productos y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) proporcionados por Colombia compra eficiente, el objeto: "**PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD PARA APOYAR CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE VEHÍCULO CON VALLAS INFORMATIVAS DE LA ALCALDIA DEL MUNICIPIO DE SINCELEJO.**" El objeto a contratar se encuentra identificado dentro del clasificador de bienes y servicios consagrado en el Decreto 1082 de 2015 en su artículo 2.2.1.1.2.1.1., con los siguientes códigos y respectivos nombres:

CLASIFICACION (UNSPSC)	BIEN Y/O SERVICIO
82101501	Publicidad en Vallas
82101801	Servicios de Campañas Publicitarias

3.4.2 Análisis Económico:

Identificación de Proveedores: Para realizar el análisis de costos del presente estudio se tomaron los precios de referencia cotizados por tres proveedores locales del servicio identificados en la siguiente tabla:

RAZÓN SOCIAL PROVEEDORES	NIT
GLOBAL SERVICE SAS	901.154.113
ORANGE AGENCIA PUBLICIDAD	64.584.637
ROMA PUBLICIDAD	1.102.861.556-8

Estudio de Mercado:
En la fase de estructuración del proyecto **la Secretaría de comunicaciones** adelantó un estudio de mercado, en el cual se consultó a empresas del sector con el fin de estimar el valor del presupuesto oficial para la presente contratación y determinó que el valor estimado para la ejecución del proceso de **"PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD PARA APOYAR CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE VEHÍCULO CON VALLAS INFORMATIVAS DE LA ALCALDIA DEL MUNICIPIO DE SINCELEJO."**
Valor Estimado del Presupuesto: El valor estimado de este análisis de precios se tuvo en cuenta el analisis de cotizaciones, y así un presupuesto por un valor de **SESENTA Y DOS MILLONES QUINIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y OCHO PESOS M/CTE ($62.599.998) IVA INCLUIDO** Este valor incluye IVA.

(Ver Anexo 1: Presupuesto).

ITEM	DESCRIPCIÓN	NUMERO DE VEHICULOS	NUMERO DE MESES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	SERVICIOS DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD PARA APOYAR CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE VEHÍCULO CON VALLAS INFORMATIVAS, MEDIANTE PERIFONEO ALUSIVAS A LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DE SINCELEJO. CONDICIONES TECNICAS DE LOS DOS (2) VEHÍCULOS. Camionetas tipo pico (pick up) y/o plataforma, modelo 2015 en adelante. Motor Diésel o Gasolina, Incluye conductor, y combustible. Certificado revisión técnico mecánica (de ser el	2	2	$ 10.433.333	$ 41.733.332

	caso, según el modelo). Seguro obligatorio de accidente de tránsito – SOAT. Condiciones técnicas de las vallas: Vallas en impresión digital, banner 13 onzas, con bolsillos en todo los lados, instalada en los vehículos, brillante de un metro con ochenta y cinco centímetros (1.85) de altura por dos metros con veintisiete centímetro (2.27) de ancho, con ojetes, incluye instalación, diseño, full color. estructura metálica de un metro con ochenta y cinco centímetros (1.85) de altura por dos metros con veintisiete centímetro (2.27) de ancho. Equipos necesarios para el perifoneo, tales como sistema de sonido con parlantes amplificadores.					
VALOR TOTAL						**$ 41.733.332**

3.5 CRITERIOS DIFERENCIALES PARA LIMITACIÓN A MIPYMES

Según lo dispuesto en el ***DECRETO 1860 DE 2021...*** *"Que conforme a su exposición de motivos, la Ley de Emprendimiento "(...) propone* ***facilitar el acceso de las Mipymes a la modalidad de contratación de mínima cuantía****, la limitación de estos procesos a Mipymes, define la posibilidad de establecer criterios diferenciales a favor de las Mipymes en los procesos de contratación pública, amplía el ámbito de aplicación de las medidas de compras públicas a entidades que hoy están excluidas, establece la creación de un sistema de información e indicadores para evaluar la efectividad de las medidas adoptadas y define la inclusión de factores de desempate en los procesos de contratación pública que priorizan este segmento"*

El ARTICULO 2.2.1.2.4.2.18 que establece criterios diferenciales para las MIPYMES*, que definen la posibilidad de establecer criterios diferenciales a favor de las Mipymes en los procesos de contratación pública, amplía el ámbito de aplicación de las medidas de compras públicas a entidades que hoy están*

excluidas, establece la creación de un sistema de información e indicadores para evaluar la efectividad de las medidas adoptadas y define la inclusión de factores de desempate en los procesos de contratación pública. El Departamento de Sucre pretende facilitar el acceso de las Mipymes al mercado de compras públicas, por lo tanto, dentro de este análisis se realiza consulta a la página del Sistema de Información Societaria SIIS (https://siis.ia.supersociedades.gov.co/#/), búsqueda que dio como resultado 114 empresas para el código CIIU **7310 Publicidad**, donde se evidencia la siguiente información para la actividad económica mencionada anteriormente:

NIT	Razón social de la sociedad	(CIIU)	IL	IE	RCI	RP	RA	TAMAÑO
901177520	PEOPLE MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	1,24	78,33%	20,4	0,85	0,18	MEDIANA
800033055	MF PUBLICIDAD MERCADEO LIMITADA	M7310 - Publicidad	2,80	8,85%	+IND	0,09	0,08	MICRO
800045878	SERVIMEDIOS SAS	M7310 - Publicidad	2,11	33,67%	+IND	0,29	0,19	MEDIANA
800086186	LOGROS PUBLICITARIOS SAS	M7310 - Publicidad	1,04	87,96%	1,3	0,43	0,05	MEDIANA
800099468	TEXPOIDEAS LTDA	M7310 - Publicidad	2,75	40,60%	36,5	0,60	0,35	PEQUEÑA
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS	M7310 - Publicidad	6,89	54,51%	1,5	0,17	0,08	PEQUEÑA

800167898	JH HOYOS & ASOCIADOS SAS	M7310 - Publicidad	2,03	64,11%	+IND	0,18	0,07	PEQUEÑA
800193477	IMAGEN VIRTUAL SAS	M7310 - Publicidad	0,46	183,39%	- 4,0	IND	- 0,80	MICRO
802014640	DAVILA P&M SAS	M7310 - Publicidad	2,15	57,79%	+IND	0,81	0,34	MEDIANA
802021183	SIGNO 21 SAS	M7310 - Publicidad	1,71	60,16%	2,6	0,29	0,12	MEDIANA
802023098	MERCADEO ESTRATEGICO SAS	M7310 - Publicidad	4,31	48,53%	+IND	0,27	0,14	PEQUEÑA
805000085	METROVIA SAS EN REORGANIZACION	M7310 - Publicidad	1,25	62,91%	+IND	0,33	0,12	MEDIANA
805023055	SOCIEDAD INNOVACIONES GRAFICAS SAS	M7310 - Publicidad	1,84	45,82%	8,6	0,43	0,23	PEQUEÑA
811002668	ALTA DIFUCION SAS	M7310 - Publicidad	1,19	80,34%	47,2	0,27	0,05	MICRO
811045004	MORALESCOM SAS EN PROCESO DE NEGOIZACION DE EMERGENCIA	M7310 - Publicidad	5,20	87,54%	- 3,4	- 1,30	- 0,16	MICRO
830004707	M B A S A S	M7310 - Publicidad	3,00	33,07%	2,7	0,13	0,08	PEQUEÑA
830005640	KOALA ANDINA LTDA	M7310 - Publicidad	1,64	53,13%	15,9	0,48	0,23	MEDIANA
830013805	SILVA PUBLICIDAD SAS	M7310 - Publicidad	0,84	79,52%	+IND	0,02	0,00	MICRO
830026954	STRAZA SAS	M7310 - Publicidad	1,87	60,64%	2,1	0,44	0,17	MEDIANA
830047108	GRUPO ZEA SAS	M7310 - Publicidad	1,70	58,48%	+IND	0,68	0,28	MEDIANA
830057131	EDICIONES MEDICAS LATINOAMERICANAS SAS	M7310 - Publicidad	3,42	28,90%	14,3	0,38	0,27	MEDIANA
830059566	OPTIMA TM SAS	M7310 - Publicidad	4,43	41,62%	0,6	0,00	0,00	PEQUEÑA
830067529	DISEÑO MDC SAS	M7310 - Publicidad	3,07	34,71%	6,6	0,22	0,14	PEQUEÑA
830076788	E MARKETTOOLS SAS	M7310 - Publicidad	2,76	112,02%	4,0	IND	0,25	MEDIANA
830081460	FENIX MEDIA GROUP SAS	M7310 - Publicidad	2,11	50,18%	- 3,3	- 0,18	- 0,09	PEQUEÑA
830093596	Intera Marketing ltda	M7310 - Publicidad	1,11	57,81%	2,7	0,63	0,27	PEQUEÑA
830096789	IMAGINARIA FILMS SAS	M7310 - Publicidad	161,86	0,72%	-IND	- 0,01	- 0,01	MICRO
830098598	CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS SAS	M7310 - Publicidad	1,56	88,56%	-IND	- 0,12	- 0,01	PEQUEÑA
830109396	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA LTDA	M7310 - Publicidad	7,23	16,02%	+IND	0,06	0,05	MEDIANA
830114289	AD ORANGE SAS	M7310 - Publicidad	0,62	93,20%	+IND	0,95	0,06	PEQUEÑA
830122431	MARKETING SERVICES DE COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	2,72	36,45%	5,9	0,18	0,12	MEDIANA
830125837	MASS DIGITAL SAS	M7310 - Publicidad	1,99	47,27%	389,1	0,25	0,13	MEDIANA
830127077	IDEANDINA SAS	M7310 - Publicidad	0,28	25,48%	2,0	0,02	0,02	PEQUEÑA
830134474	EVOLUTION PLASTIC SAS	M7310 - Publicidad	1,63	61,98%	1,5	0,78	0,30	MEDIANA
830137308	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TV SA	M7310 - Publicidad	1,79	53,20%	47,3	0,39	0,18	MICRO

830138621	CENTRAL FILMS SAS	M7310 - Publicidad	2,64	26,59%	+IND	0,06	0,05	MEDIANA
830503745	ON BRAND EXPERIENCE SAS	M7310 - Publicidad	3,28	84,14%	- 31,3	- 0,45	- 0,07	MICRO
860039334	SOCIEDAD DIGUELI TDA	M7310 - Publicidad	0,89	38,16%	1,0	0,04	0,02	MICRO
860052606	MEDIOS PUBLICITARIOS PUBLIMEDIOS LTDA	M7310 - Publicidad	27,82	73,60%	1,9	0,09	0,02	MICRO
860072367	PUBLISEÑALES SAS	M7310 - Publicidad	2,50	27,97%	35,8	0,33	0,24	MEDIANA
860076863	IDEAMOS PUBLICIDAD LTDA.	M7310 - Publicidad	2,37	39,09%	10,5	0,10	0,06	MICRO
891902435	PUBLIK TECNOLOGIAS INFORMACION COMUNICACIONES Y MEDIO AMBIENTE SAS	M7310 - Publicidad	7,88	71,35%	-IND	- 0,14	- 0,04	PEQUEÑA
900010096	MARKETING VALLAS SAS	M7310 - Publicidad	6,91	6,55%	+IND	0,12	0,11	PEQUEÑA
900011228	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS	M7310 - Publicidad	1,52	41,31%	+IND	0,10	0,06	MEDIANA
900012092	COMERCIALIZADORA IN SAS	M7310 - Publicidad	1,24	67,89%	253,4	1,54	0,50	MICRO
900047559	LAMUVI FILMS SAS	M7310 - Publicidad	1,41	49,14%	+IND	0,06	0,03	PEQUEÑA
900066487	ELEMENT DESING LTDA	M7310 - Publicidad	2,99	33,42%	+IND	0,32	0,21	MEDIANA
900092620	AURE DISEÑO ARQUITECTURA SAS	M7310 - Publicidad	2,60	34,04%	5,8	0,26	0,17	PEQUEÑA
900110842	SQADRA TEAM SAS	M7310 - Publicidad	1,93	63,57%	+IND	0,71	0,26	PEQUEÑA
900122694	AYZ PUBLICIDAD SAS	M7310 - Publicidad	3,04	19,81%	29,4	0,24	0,19	PEQUEÑA
900135415	CREAR PUBLICIDAD EXTERIOR SAS EN REORGANIZACION	M7310 - Publicidad	0,82	62,70%	13,2	0,52	0,19	PEQUEÑA
900135531	LA ESTACION PROMOCIONES Y ACTIVACIONES SAS	M7310 - Publicidad	5,29	97,01%	- 8,6	- 10,09	- 0,30	PEQUEÑA
900147111	GRUPO NACIONAL DE MEDIOS S.A.	M7310 - Publicidad	1,39	68,23%	13,1	0,22	0,07	MEDIANA
900147578	ESPACIOS ALTERNOS SAS	M7310 - Publicidad	2,72	23,48%	+IND	0,26	0,20	MICRO
900162979	PCN PUBLICIDAD LTDA	M7310 - Publicidad	3,32	28,35%	21,6	0,49	0,35	MEDIANA
900202565	MARCA REGISTRADA MR SAS	M7310 - Publicidad	2,93	35,94%	9,9	0,24	0,15	PEQUEÑA
900204473	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS	M7310 - Publicidad	3,44	38,64%	4,0	0,23	0,14	MEDIANA
900209047	BRANDEX GLOBAL SAS BIC	M7310 - Publicidad	2,22	58,50%	6,3	0,77	0,32	MEDIANA
900212132	BrainHub SAS	M7310 - Publicidad	2,38	41,97%	4,8	0,99	0,58	PEQUEÑA
900218414	XP COLOMBIA SAS EN REORGANIZACIÓN	M7310 - Publicidad	4,09	80,02%	1,0	0,08	0,02	PEQUEÑA
900247331	WHISKEY FILM SAS	M7310 - Publicidad	1,40	70,86%	+IND	0,22	0,06	MEDIANA
900260136	ANTHROPOLOGIC S.A.S	M7310 - Publicidad	5,45	17,83%	+IND	0,23	0,19	PEQUEÑA
900264662	TALK WORD OF MOUTH SAS	M7310 - Publicidad	1,96	54,53%	- 12,3	- 0,32	- 0,15	MICRO
900273623	HIFERA S EN C	M7310 - Publicidad	0,91	96,07%	- 28,4	- 0,65	- 0,03	MICRO

900282001	GO SPORTS MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	1,34	76,98%	19,9	1,65	0,38	PEQUEÑA
900297403	MEATALVISUAL SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA EN REORGANIZACION ABREVIADA	M7310 - Publicidad	0,88	123,50%	- 4,1	IND	- 0,10	MICRO
900324019	Asylum Marketing SAS En Reorganizacion	M7310 - Publicidad	1,00	87,07%	+IND	0,21	0,03	MEDIANA
900340181	GALEANO CAMACHO E HIJOS SAS	M7310 - Publicidad	103,22	12,49%	+IND	0,00	0,00	MICRO
900347930	ESPACIO EN BLANCO PEAJES SAS	M7310 - Publicidad	26,83	21,16%	- 9,0	- 0,14	- 0,11	MICRO
900360619	INTERNATIONAL AIRMEDIA GROUP LTDA	M7310 - Publicidad	1,38	72,34%	3,2	0,35	0,10	PEQUEÑA
900363376	ILUMEN GRAPHICS S AS	M7310 - Publicidad	2,04	71,14%	5,4	0,64	0,18	MEDIANA
900365358	DOBLEFECTO SAS	M7310 - Publicidad	1,31	78,51%	3,9	0,71	0,15	PEQUEÑA
900366218	CROMATICAPEX SAS	M7310 - Publicidad	1,81	40,02%	+IND	0,13	0,08	MEDIANA
900373599	JAIME URIBE Y ASOCIADOS S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,56	26,10%	1,4	0,03	0,02	MEDIANA
900374048	ZORB PUBLICIDAD SAS	M7310 - Publicidad	1,64	80,67%	+IND	0,22	0,04	MEDIANA
900378858	INVERSIONES GABO SAS	M7310 - Publicidad	13,54	65,56%	1,2	0,23	0,08	PEQUEÑA
900389753	PYP MEDIOS SAS	M7310 - Publicidad	1,26	74,48%	11,5	0,89	0,23	MEDIANA
900394210	hercas publicidad exterior s.a.s	M7310 - Publicidad	3,80	27,65%	3,9	0,09	0,06	MEDIANA
900397996	PUBLICITV SAS	M7310 - Publicidad	0,34	67,55%	2,2	0,77	0,25	PEQUEÑA
900410870	VALLAS Y PUBLICIDAD JAC SAS EN REORGANIZACION	M7310 - Publicidad	1,79	52,17%	-IND	- 0,10	- 0,05	MICRO
900423752	PRENSA & ENTRETENIMIENTO AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS	M7310 - Publicidad	6,43	29,88%	6,2	0,16	0,11	MEDIANA
900425718	TARGET MEDIOS COLOMBIA S.A.S	M7310 - Publicidad	3,02	27,91%	+IND	0,41	0,30	MEDIANA
900443180	GRUPO EMPRESARIAL ZAPATA MARTINEZ SAS	M7310 - Publicidad	8,97	52,20%	4,8	0,19	0,09	PEQUEÑA
900454459	FANTASTICA SAS	M7310 - Publicidad	2,71	36,04%	+IND	0,37	0,24	MEDIANA
900466262	VEINTE ONCE SAS	M7310 - Publicidad	5,36	18,66%	-IND	- 0,10	- 0,08	MICRO
900483066	INTERACTIVE MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	0,98	88,24%	3,2	0,77	0,09	MEDIANA
900504201	3TOUCH MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	2,37	30,50%	5,5	0,13	0,09	MICRO
900511703	SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,50	59,56%	+IND	0,23	0,09	MEDIANA
900515542	CONTENIDOS EL REY SAS	M7310 - Publicidad	0,96	89,62%	5,0	2,12	0,22	MEDIANA
900522641	NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE SAS	M7310 - Publicidad	2,05	26,32%	18,6	0,24	0,17	PEQUEÑA
900524265	AIRFACTORY COLOMBIA LTDA	M7310 - Publicidad	2,42	41,30%	4,1	0,20	0,12	PEQUEÑA
900548289	DIGIMARKETING SAS	M7310 - Publicidad	1,91	51,61%	14,2	1,34	0,65	MEDIANA

900559491	MARKETEAM OPTIONS COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	6,05	99,31%	+IND	0,40	0,00	MEDIANA
900559638	INTERNET MEDIA SERVICES COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,94	102,71%	0,4	IND	0,03	MEDIANA
900619786	LOS GOODFELLAS BIC S A S	M7310 - Publicidad	1,68	56,19%	26,7	0,58	0,25	PEQUEÑA
900621477	PLANEAR COMUNICACIONES SAS	M7310 - Publicidad	1,74	57,97%	+IND	0,83	0,35	MEDIANA
900626892	DENTSU COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	2,38	41,98%	- 4,3	- 0,03	- 0,02	MEDIANA
900635943	FINDASENSE COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,39	130,87%	- 2,1	IND	- 0,27	MEDIANA
900639612	RED MAS COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,33	146,79%	18,3	IND	0,20	MEDIANA
900665748	ADGLOW COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	41,30	187,74%	+IND	IND	0,00	MICRO
900688372	HEADWAY DIGITAL COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,97	100,52%	- 17,3	IND	- 0,08	PEQUEÑA
900700061	iprospect colombia sas	M7310 - Publicidad	1,01	99,11%	1,3	14,59	0,13	MEDIANA
900731768	MARKET DYNAMO SAS	M7310 - Publicidad	1,47	68,11%	+IND	0,30	0,09	PEQUEÑA
900749689	CHECKPOS SAS	M7310 - Publicidad	5,73	17,44%	-IND	- 0,21	- 0,18	MICRO
900808626	COMARCA MARKETING ADVERTISING S A S EN REORGANIZACION	M7310 - Publicidad	15,94	55,93%	9,6	0,11	0,05	MICRO
900812787	TWENTY AGENCIA CREATIVA SAS	M7310 - Publicidad	2,43	63,36%	5,5	0,38	0,14	PEQUEÑA
900844025	ARETE LATIN AMERICA (COLOMBIA) S.A.S	M7310 - Publicidad	1,11	83,51%	1,6	2,64	0,43	PEQUEÑA
900908443	BURSON COHN & WOLFE COLOMBIA S.A.S	M7310 - Publicidad	2,00	44,78%	+IND	1,04	0,57	MEDIANA
900948361	TICJOB SAS	M7310 - Publicidad	2,32	42,05%	38,3	0,40	0,23	MICRO
900983664	IIWALL COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,42	229,06%	1,0	IND	0,35	PEQUEÑA
901027355	BIG FORMAT+ SAS	M7310 - Publicidad	0,42	214,11%	-IND	IND	- 0,25	MICRO
901033787	OWAK SAS	M7310 - Publicidad	0,70	82,34%	+IND	0,35	0,06	MEDIANA
901038462	INVERSIONES VILNA SAS	M7310 - Publicidad	3,10	32,22%	9,5	0,07	0,04	MICRO
901264146	THE JUJU S.A.S	M7310 - Publicidad	1,21	76,22%	+IND	0,10	0,02	MEDIANA
901371659	GRUPO MENTO SAS	M7310 - Publicidad	1,49	56,87%	+IND	0,93	0,40	MICRO

ARTICULO 2.2.1.2.4.2.18 que establece criterios diferenciales para las MIPYMES, *de acuerdo con el numeral 1 del artículo 12 de la Ley 590 de 2000, según los resultados del análisis del sector, las Entidades Estatales indistintamente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos establecerán condiciones habilitantes diferenciales que promuevan y faciliten la participación en los procedimientos de selección competitivos de las Mipyme domiciliadas en Colombia. Para el efecto, en función de los criterios de clasificación empresarial, los Documentos del Proceso deberán incorporar requisitos habilitantes diferenciales relacionados con alguno o algunos de los siguientes aspectos:*

1. Tiempo de experiencia.
2. Número de contratos para la acreditación de la experiencia.
3. Índices de capacidad financiera.

4. Índices de capacidad organizacional.
5. Valor de la garantía de seriedad de la oferta.

Los requisitos mencionados deberán fijarse respetando las condiciones habilitantes requeridas para e/ cumplimiento adecuado del contrato, teniendo en cuenta el alcance

de las obligaciones. En desarrollo de lo anterior, con la finalidad de beneficiar a las Mipyme, se establecerán condiciones más exigentes respecto a alguno o algunos de los criterios de participación antes enunciados frente a los demás proponentes que concurran al procedimiento de selección que no sean Mipyme.

Con excepción de los procedimientos de selección abreviada por subasta inversa y de mínima cuantía, las entidades sometidas al Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, teniendo en cuenta los criterios de clasificación empresarial, podrán establecer puntajes adicionales para Mipyme. En ningún caso, estos podrán superar el cero punto veinticinco por ciento (0.25%) del total de los puntos establecidos en el pliego de condiciones.

Teniendo en cuenta que para las mínimas cuantías no se exige capacidad financiera por la no obligatoriedad del RUP. El criterio diferencial utilizado para las Mipymes en este proceso será la EXPERIENCIA.

Teniendo en cuenta que el Valor del presupuesto oficial del presente proceso de selección no es superior al umbral establecido de ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US $125.000), es decir:

UMBRAL DE MIPYMES
Umbral PYMES US$ 125.000
Umbral PYMES en pesos $532.338.092
Valor del presupuesto oficial del proceso: $ 80.000.000

El presente proceso de selección puede ser limitado a MIPYMES

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 34 de la ley 2069 de 2020 y el artículo quinto del decreto 1860 de 2021, por medio del cual se modifica la subsección 2 de la sección 4 del capítulo 2 del título 1 de la parte 2 del libro 2 del decreto 1082 de 2015, el proceso de contratación de la referencia es susceptible de ser limitado a MiPymes, toda vez que el valor del proceso de contratación es inferior a **CIENTO VEINTICINCO MIL DÓLARES (US$125.000) o QUINIENTOS TREINTA Y DOS MILLONES TRESCIENTOS TREINTA Y OCHO MIL NOVENTA Y DOS PESOS M/CTE ($532.338.092)**, valor liquidado con la tasa de cambio que para el efecto, determina el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y cuyo umbral se encuentra vigente desde el 1 de enero del 2024 hasta el 31 de diciembre de 2025.

Ahora bien, dado que el artículo 12 de la ley 590 de 2000, modificado por el artículo 33 de la Ley 2069 de 2020, establece que las entidades estatales "Deberán en el Análisis del Sector identificar las MIPYMES que podrían ser potenciales proveedoras directas o indirectas, con el fin de definir reglas que promuevan y faciliten su participación en el proceso de contratación.", procederemos abordar en el presente estudio el análisis de bienes y servicios ofertados por sociedades cuyo tamaño empresarial las ubica en la categoría de MiPymes.

El decreto 957 del 5 de mayo de junio de 2019, por el cual se adiciona el capítulo 13 al título 1, de la parte 2 del libro 2, del decreto 1074 de 2015, decreto único del sector comercio, industria y turismo, y se reglamenta el artículo segundo de la ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la ley 1450 de 2011, señala en su artículo 2.2.1.13.2.1. el criterio para la clasificación del tamaño empresarial, en los términos siguientes.

Artículo 12. Promoción del acceso de las MIPYMES al mercado de Compras Públicas. Con el fin de promover el acceso de las MIPYMES al mercado de Compras Públicas, las Entidades Estatales indistintamente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos:
1. Deberán en el Análisis de Sector identificar las MIPYMES que podrían ser potenciales proveedoras directas o indirectas, con el fin de definir reglas que promuevan y faciliten su

participación en el Proceso de Contratación.

2. Desarrollarán programas de aplicación de la normativa del Sistema de Compra pública, en especial, la relacionada con las disposiciones que promueven la participación de las MIPYMES en las compras públicas, los incentivos y el Secop.

3. Promoverán e incrementarán, conforme a su respectivo presupuesto, la participación de micro, pequeñas y medianas empresas como proveedoras de los bienes y servicios que aquellas demanden.

4. Establecerán, en observancia de lo dispuesto en el artículo 11 de la presente ley, procedimientos administrativos que faciliten a micro, pequeñas y medianas empresas, el cumplimento de los requisitos y trámites relativos a pedidos, recepción de bienes o servicios, condiciones de pago y acceso a la información, por medios idóneos, sobre sus programas de inversión y de gasto.

5. Preferirán en condiciones de igual precio, calidad y capacidad de suministros y servicio a las MIPYMES nacionales.

6. Promoverán la división del Proceso de Contratación en lotes o segmentos que faciliten la participación de las MIPYMES en el Proceso de Contratación.

7. La Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, crearán un sistema de indicadores con el fin de evaluar anualmente la efectividad de la inclusión de las MIPYMES al mercado de compras públicas. A partir de esta evaluación, el Gobierno Nacional promoverá las mejoras que faciliten el acceso de éstas al mercado estatal a través de la implementación de ajustes normativos, nuevas herramientas, incentivos e instrumentos financieros.

8. En los dos primeros meses de cada año las entidades estatales definidas en este artículo deberán remitir información a la Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente-, sobre el cumplimiento y resultados de la adopción de las medidas establecidas en la presente disposición durante el año inmediatamente anterior, lo cual servirá como insumo para la evaluación anual de qué trata el presente numeral.

Los Consejos Superiores de microempresa y de pequeña y mediana empresa (pyme), de acuerdo con lo establecido en la Ley 590 de 2000, modificada por la Ley 905 de 2004, cumplen con las siguientes funciones, y están conformados según la disposición normativa así:

A) Consejo Superior de Microempresa
B) Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa (Pyme)

CLASIFICACIÓN DEL TAMAÑO EMPRESARIAL

Que el artículo 2° de la, Ley 590 de 2000 "Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas", modificado por el artículo 2° de la Ley 905 de 2004 y por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011, define las micro, pequeñas y medianas empresas, así:

"Artículo 2°. Definiciones de tamaño empresarial.

Para todos los efectos, se entiende por empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica. en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana. Para la clasificación por tamaño empresarial, entiéndase micro, pequeña, mediana y gran empresa, se podrá utilizar uno o varios de los siguientes criterios.

1. Número de trabajadores totales.
2. Valor de ventas brutas anuales.
3. Valor activos totales.

Criterio para la clasificación del tamaño empresarial.

Para efectos de la clasificación del tamaño empresarial se tendrá como criterio exclusivo

los ingresos por actividades ordinarias anuales de la respectiva empresa. El nivel de ingresos por actividades ordinarias anuales con base en el cual se determina el tamaño empresarial variará dependiendo del sector económico en el cual la empresa desarrolle su actividad.

Rangos para la Definición del Tamaño Empresarial.

Para efectos de la clasificación del tamaño empresarial se utilizarán, con base en el criterio previsto en el artículo anterior, los siguientes rangos para determinar el valor de los ingresos por actividades ordinarias anuales de acuerdo con el sector económico de que se trate:

SECTOR	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
SECTOR MANUFACTURERO	Inferior o igual a (23.563 UVT).	Superior a (23.563 UTV) e inferior o igual a (204.995 UVT)	Superior a (204.995 UTV) e inferior o igual a (1´736.565 UVT)
SECTOR SERVICIOS	Inferior o igual a (32.988 UVT).	Superior a (32.988 UTV) e inferior o igual a (131.951 UVT)	Superior a (131.951 UTV) e inferior o igual a (483.034 UVT)
SECTOR COMERCIO	Inferior o igual a (44.769 UVT).	Superior a (44.769 UTV) e inferior o igual a (431.196 UVT)	Superior a (431.196 UTV) e inferior o igual a (2´160.692 UVT)

Valor de la Unidad de Valor Tributario - UVT. Fijar en cuarenta y siete mil sesenta y cinco pesos ($47.065) el valor de la Unidad de Valor Tributario – UVT que regirá durante el año 2024

SECTOR	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
SECTOR MANUFACTURERO	Inferior o igual a $ 895.488.252	Superior a $ 895.488.252 e inferior o igual a $ 7´790.629.980	Superior a $ 7´790.629.980 e inferior o igual a $ 65´996.416.260
SECTOR SERVICIOS	Inferior o igual a $ 1´253.675.952	Superior a $ 1´253.675.952 e inferior o igual a $ 5´014.665.804	Superior a $ 5´014.665.804 e inferior o igual a $ 18.357.224.136
SECTOR COMERCIO	Inferior o igual a $ 1´701.401.076	Superior a $ 1´701.401.076 e inferior o igual a $ 16.387´172.784	Superior a $ 16.387´172.784 e inferior o igual a $ 82.114.938.768

Ahora bien, teniendo claro la definición de los tamaños empresariales resulta pertinente ahondar sobre el comportamiento de las MiPymes en los sectores de la economía de nuestro país. La Secretaría Técnica del Consejo Superior de MiPymes del Ministerio de Comercio, industria y Turismo, realizó la compilación de la información suministrada par los diferentes departamentos que reportaron a este Ministerio, con base en el registro realizado en las Cámaras de Comercio principales. De la información consolidada suministrada por algunas regiones, se tiene un total de 232.200 unidades productivas nuevas. Las MiPymes suman 230.130 empresas, equivalente al 99% del total, distribuidas así: Micro 91%, Pequeña 7% y Mediana 2%, porcentaje idéntico al registrado en al menos el último trimestre de 2019. Lo distribución de empresas por tamaño / departamento, se puede ver en la siguiente tabla:

Tabla 5 Cantidad de empresas según tamaño y registros recibidos

DEPARTAMENTO	Tamaño empresa					
	Micro	Pequeña	Mediana	No clasificadas	Grande	Total
Amazonas	Info pendiente					
Antioquia	191.026	15.136	4.334	0	1.399	211.895
Atlántico	514	8	0	0	0	522
Bogotá- Cundinamarca	Info pendiente					
Bolívar	Info pendiente					
Boyacá	229	0	0	0	0	229
Caldas	293	4	0	0	0	297
Casanare	1.008	4	0	0	0	1.012
Cauca	21	1	0	0	0	22
Cesar	2.435	1	0	0	0	2.436
Córdoba	2.875	42	18	0	2	2.937
Guajira	402	2	0	281	0	685
Huila	Info pendiente					
Magdalena	4.477	36	8	0	0	4.521
Meta	1.765	7	0	0	0	1.772
Norte de Santander	53	0	0	183	0	236
Putumayo	202	3	0	0	0	205
Quindío	Info pendiente					0
Risaralda	2.976	28	4	112	0	3.120
Santader	1.041	5	0	1	0	1.047
Sucre	327	6	0	2	0	335
Tolima	719	9	0	0	0	728
Vichada	111	0	0	90	0	201
Totales	210.474	15.292	4.364	669	1.401	232.200

Fuente: recopilación de información recibida desde las Secretarías Técnicas de los Consejos Regionales Mipymes.

Según cifras del Registro Único Empresarial y Social (RUES), que recoge información de las 57 Cámaras de Comercio del país, entre enero y marzo de 2021 se crearon en el país

96.431 empresas, 9,3% más que en el mismo periodo de 2020, cuando la cifra fue de 88.248 unidades productivas. Del total de empresas nuevas registradas, 75,4% corresponde a personas naturales y 24,6% a sociedades. De acuerdo con el tamaño de la empresa medido por el valor de sus activos, Confecámaras pudo evidenciar que el conjunto de nuevas unidades productivas está conformado principalmente por microempresas (99,6%), seguido por las pequeñas empresas (0,38%) y el restante se encuentra en las medianas y grandes (0,02%). Esto significa que, pese a la pandemia y constantes cierres en los primeros tres meses del año 2021, se crearon 96.035 micronegocios, es decir 93 empresas por día. En cuanto a la distribución de la cantidad de empresas según su organización jurídica, se evidencia que el mayor número de empresas se encuentra en las Sociedades por Acciones Simplificadas -S.A.S. con 653.031, en segundo lugar, se encuentran las Sociedades Limitadas -Ltda. con 416.208, seguido por las Empresas Unipersonales E.U. con 59.309, las Sociedades Anónimas -S.A. con 33.819, las Sociedades en Comandita Simple con 28.600 y las Empresas Asociativas de Trabajo con 20.648. El resto del total de empresas se distribuyen en menores cantidades entre los demos tipos de organización jurídica.

Tabla 6. RUES POR ORGANIZACIÓN JURIDICA

ACTIVIDAD ECONÓMICA	GRAN EMPRESA	MEDIANA	PEQUEÑA EMPRESA	MICROEMPRESA	NO DETERMINADA	TOTAL
EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO	0	4	73	17.610	2.961	20.648
EMPRESAS INDUSTRIALES Y COMERCIALES DEL ESTADO	5	5	5	6	4	25
EMPRESAS UNIPERSONALES	8	57	970	51.952	6.322	59.309
OTRAS SOCIEDADES	25	74	172	833	3.162	4.266
SOCIEDAD AGRARIA DE TRANSFORMACIÓN	0	1	0	21	28	50
SOCIEDAD ANONIMA	1.739	3.069	5.655	13.346	10.010	33.819
SOCIEDAD COLECTIVA	14	3	13	446	273	749
SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES	69	194	451	1.088	1.676	3.478
SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE	91	469	2.478	15.762	9.800	28.600
SOCIEDAD EXTRANJERA	308	318	496	1.307	1.092	3.521
SOCIEDAD LIMITADA	438	2.299	17.591	271.045	124.835	416.208
SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS	2.603	9.812	36.075	174.202	430.339	653.031
TOTAL	5.300	16.305	63.979	547.618	590.502	1.223.704

Fuente: www.rues.org.co

De acuerdo con los datos publicados por el RUES, con corte a abril 20 de 2020, existe un registro total de 1.756.492 "Personas Naturales", de las cuales según el tamaño 568.752 corresponden a MiPymes (No se tiene en cuenta la gran empresa y las no determinadas).

Tabla 7. Personas naturales

ACTIVIDAD ECONÓMICA	GRAN EMPRESA	MEDIANA	PEQUEÑA EMPRESA	MICROEMPRESA	NO DETERMINADA	TOTAL
PERSONA NATURAL	105	1.100	6.755	560.897	1.187.635	1.756.492
TOTAL	105	1.100	6.755	560.897	1.187.635	1.756.492

Fuente: www.rues.org.co : Confecámaras

Adicionalmente se consulta en el departamento de Sucre. https://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/DIFUSION-DE-PUBLICIDAD-/localidad/SINCELEJO, Se han encontrado resultados de empresas con alguna relación para la búsqueda DIFUSION-DE-PUBLICIDAD " en SUCRE.

Distribución de Empresas por Facturación,

- **Pequeñas (45 Empresas)**
- **Medianas (2 Empresas)**
- **Corporativas (1 Empresas)**

Proceso se puede limitar a MIPYMES Municipal ya que se cuenta con empresas que pueden ofrecer los productos y servicios a nivel municipal.

3.6 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.

Teniendo en cuenta lo dispuesto en el **DECRETO 1860 DE 2021 en su Artículo 2.2.1.2.4.2.16.** *"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. En los Procesos de Contratación, las Entidades Estatales indistintamente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos fomentarán en los pliegos de condiciones o documento equivalente que los contratistas destinen al cumplimiento del objeto contractual la provisión de bienes o servicios por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional, garantizando las condiciones de calidad y sin perjuicio de los Acuerdos Comerciales vigentes".* El Municipio de Sincelejo para el fomento a la ejecución de contratos estatales por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en procesos de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional, y teniendo en cuenta la naturaleza del objeto contractual y el alcance de las obligaciones, considera que para el presente proceso de selección NO es pertinente incorporar que el contratista destine al cumplimiento del objeto contractual, la provisión de bienes o servicios por parte de la población descrita anteriormente.

3.7 COMPRAS PÚBLICAS - LEY 2046 DE 2020

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

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

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

3.8 ANALISIS DE LA DEMANDA.

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

- **¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este servicio?**

3.8.1 MUNICIPIO DE SINCELEJO - MÍNIMA CUANTÍA 018-2023

Modalidad	Contratación Mínima Cuantía
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD PARA APOYAR CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE VEHÍCULO CON VALLAS INFORMATIVAS, MEDIANTE PERIFONEO INFORMATIVO SOBRE JORNADAS DE VACUNACIÓN Y ACTIVIDADES PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES TRANSMISIBLES QUE ADELANTA LA SECRETARÍA DE SALUD DE SINCELEJO EN CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES MISIONALES.
Presupuesto oficial	$ 36.874.496
forma de pago	Anticipo y pagos parciales.
Experiencia	El Proponente deberá anexar copia de un (01) contrato con su

	respectiva certificación o acta de liquidación, donde conste que se ha ejecutado a satisfacción un contrato cuyo objeto o y/o sea igual o similar al objeto a contratar con entidades públicas o privadas y cuyo valor corresponda al presupuesto del presente proceso expresado en SMMLV, esto es 31,78 SMMLV.No se aceptan contratos en ejecución.	
Código UNSPSC	82101501 - Publicidad en vallas 82101801 - Servicios de campañas publicitarias	
Plazo	4 meses.	
Oferentes	FUNDACION INTEGRAL PARA EL DESAROLLO DE LA SABANA	
Amparos en la garantía única	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor del contrato, por el término del mismo y seis (06) meses más.
	Buen manejo y correcta inversión del anticipo	El valor de esta garantía debe ser el 100% de la suma establecida como anticipo, con una vigencia igual a la de la duración del contrato y seis (06) meses mas.
	Calidad del bien o servicio.	Por el 10% del valor del contrato, por el término del mismo y seis (06) meses más.
	Responsabilidad civil extracontractual.	Por 200 SMMLV y por el término del contrato.
Fuente	Secop II	

Link de Verificación:
https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.4204762

3.8.2 MUNICIPIO DE SINCELEJO - MÍNIMA CUANTÍA 044-2022.

Modalidad	Contratación Mínima Cuantía	
Tipo de contrato	Prestación de servicios	
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD PARA APOYAR CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE VEHÍCULO CON VALLAS INFORMATIVAS, MEDIANTE PERIFONEO INFORMATIVO SOBRE JORNADAS DE VACUNACIÓN Y ACTIVIDADES PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES TRANSMISIBLES QUE ADELANTA LA SECRETARÍA DE SALUD DE SINCELEJO EN CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES MISIONALES	
Presupuesto oficial	$ 44.828.432,00	
forma de pago	Anticipo y pagos parciales.	
Experiencia	El Proponente deberá anexar copia de un (01) contrato con su respectiva certificación o acta de liquidación, donde conste que se ha ejecutado a satisfacción un contrato cuyo objeto o y/o sea igual o similar al objeto a contratar con entidades públicas o privadas y cuyo valor corresponda al 100% del presupuesto del presente proceso expresado en SMMLV, esto es 44,82 SMMLV.	
Código UNSPSC	82101501 - Publicidad en vallas 82101801 - Servicios de campañas publicitarias	
Plazo	5 meses y 15 días.	
Oferentes	FUNDACION INTEGRAL PARA EL DESAROLLO DE LA SABANA	
Amparos en la garantía única	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor del contrato, por el término del mismo y seis (06) meses más.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	No se exigió.
	Calidad del bien o servicio.	Por el 10% del valor del contrato, por el término del mismo y seis (06) meses más.
	Responsabilidad civil extracontractual.	Por 200 SMMLV y por el término del contrato.
Fuente	Secop II	

Link de Verificación:

https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.2954022

3.8.3 MUNICIPIO DE SINCELEJO - MÍNIMA CUANTÍA 088-2021.

Modalidad	Mínima Cuantía.	
Tipo de contrato	Prestación de servicios.	
Objeto	CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE VEHÍCULO CON VALLA INFORMATIVA, MEDIANTE PERIFONEO, SOBRE JORNADAS DE VACUNACIÓN Y ACTIVIDADES PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES TRANSMISIBLES QUE ADELANTA LA SECRETARÍA DE SALUD MUNICIPAL DE SINCELEJO EN CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES MISIONALES.	
Presupuesto oficial	$ 15.272.727,00	
Forma de pago	Anticipo 30% y pagos parciales.	
Experiencia	El Proponente deberá anexar copia de un (01) contrato con su respectiva certificación o acta de liquidación, donde conste que se ha ejecutado a satisfacción un contrato cuyo objeto o y/o sea igual o similar al objeto a contratar con entidades públicas o privadas y cuyo valor corresponda al 100% del presupuesto del presente proceso expresado en SMMLV, esto es 16,8 SMMLV.	
Código UNSPSC	82101501 - Publicidad en vallas 82101801 - Servicios de campañas publicitarias	
Plazo	2 meses.	
Oferentes	FUNDACION INTEGRAL PARA EL DESAROLLO DE LA SABANA	
Amparos en la garantía única.	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor del contrato, por el término del mismo y seis (06) meses más.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	No se exigió.
	Calidad del bien o servicio.	Por el 10% del valor del contrato, por el término del mismo y seis (06) meses más.
	Responsabilidad civil extracontractual.	Por 200 SMMLV y por el término del contrato.
Fuente	Secop II	

Link de Verificación:

https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.2327920

¿Cómo adquieren las Entidades Estatales este servicio?

Para responder los interrogantes anteriormente planteados fue necesario consultar el SECOP y tomar una muestra de 4 procesos que se hayan las demás entidades estatales. Los resultados se muestran en la siguiente tabla:

3.8.4. INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO DE CUNDINAMARCA – IDECUT-IPMC-011-2022.

Modalidad	Contratación Mínima Cuantía
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MOVIL A TRAVÉS DE CARROS VALLA PARA DIVULGAR Y PROMOCIONAR LA CAMPAÑA DE PREVENCION DE LA ESCNNA: "EN CUNDINAMARCA LOS PROTEGEMOS - CUIDAR DE NUESTROS NIÑOS NIÑAS Y ADOLESCENTES ES RESPONSABILIDAD DE TODOS"
Presupuesto oficial	$ 28.000.000,00

<table>
<tr><td>forma de pago</td><td colspan="2">Pagos parciales.</td></tr>
<tr><td>Experiencia</td><td colspan="2">El proponente de conformidad con lo dispuesto en la Circular Np 0019 del 09 de julio de 2020, expedida por el Gobernador de Cundinamarca, deberá acreditar la celebración, ejecución y terminación de contrato(s) cuyo objeto corresponda(n) o sean similares al objeto de la presente contratación para lo cual diligenciará el FORMATO 8. La cuantía y numero de contratos a acreditar será de acuerdo a las siguientes opciones.
<table>
<tr><th>No de Contratos</th><th>% a certificar respecto al PO</th></tr>
<tr><td>1-2</td><td>75%</td></tr>
<tr><td>3-4</td><td>100%</td></tr>
<tr><td>5-6</td><td>150%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Código UNSPSC</td><td colspan="2">82101501 - Publicidad en vallas
80141627 - Servicio de gestión de publicidad cooperativa o compartida</td></tr>
<tr><td>Plazo</td><td colspan="2">76 (Días)</td></tr>
<tr><td>Oferentes</td><td colspan="2">ÉBANO DC S.A.S
GLC INVERSIONES SAS
FAVIAN JAIMES JAIMES</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Amparos en la garantía única</td><td>Cumplimiento</td><td>Por el 10% del valor del contrato, por el término del mismo y seis (06) meses más.</td></tr>
<tr><td>Pago de salarios y prestaciones sociales</td><td>Por el 5% del valor total del contrato, con una vigencia durante el plazo del contrato y tres (3) años más.</td></tr>
<tr><td>Calidad del bien o servicio.</td><td>Por el 10% del valor del contrato, con vigencia igual al plazo de ejecución y seis (06) meses más.</td></tr>
<tr><td>Responsabilidad civil extracontractual.</td><td>Por 200 SMMLV con vigencia igual al término de ejecución del contrato y seis (06) meses más.</td></tr>
<tr><td>Fuente</td><td colspan="2">Secop II</td></tr>
</table>

Link de Verificación:
https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.3339690

3.8.5. DEPARTAMENTO DEL META - SSM-MC-044 DE 2021

Modalidad	Contratación Mínima Cuantía
Tipo de contrato	Otro
Objeto	DESARROLLAR UN PLAN DE MEDIOS CON COBERTURA EN TODO EL DEPARTAMENTO DEL META, QUE CONTEMPLE TODOS LOS MEDIOS DE DIFUSION VERAZ QUE INCLUYE EL CARRO VALLA, LLEGANDO A LA POBLACION RURAL
Presupuesto oficial	$ 16.000.000,00
forma de pago	Pagos mensuales
Experiencia	El oferente deberá acreditar su experiencia a través de la presentación de un (1) contrato, cuyas actividades sean de características relacionadas con el objeto del presente proceso de selección pública y su valor sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial. De manera que, el oferente deberá anexar copia del contrato, con su correspondiente acta de liquidación y/o acta de finalización y/o certificación de cumplimiento del contrato que le permita acreditar las exigencias aquí señaladas por la Entidad. El oferente deberá acreditar permiso de Publicidad Exterior Visual expedido por la Oficina de Control Físico de la Alcaldía del municipio de Villavicencio del Departamento del Meta. Hoja de vida del conductor, junto con sus anexos (cedula de

	ciudadanía, licencia de conducción tipo C1 servicio público, certificado de estar excepto de comparendos, certificados de antecedentes disciplinarios, fiscales y judiciales).	
Código UNSPSC	82101501 - Publicidad en vallas	
Plazo	40 (Días)	
Oferentes	LARBOTANTE SAS	
Amparos en la garantía única	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor del mismo, y por término igual al plazo de ejecución y cuatro (04) meses más.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 5% del valor total del contrato, con una vigencia durante el plazo del contrato y tres (3) años más.
	Calidad del bien o servicio.	No se exigió.
	Responsabilidad civil extracontractual.	Por 200 SMMLV. Por el término de la vigencia del contrato.
Fuente	Secop II	

Link de Verificación:
https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.2361138

3.8.6 VALLE DEL CAUCA - INSTITUTO MUNICIPAL PARA EL DEPORTE Y LA RECREACIÓN IMDERE – JAMUNDI - MC-001-2020

Modalidad	Contratación Mínima Cuantía	
Tipo de contrato	Arrendamiento	
Objeto	PRESTAR EL SERVICIO DE ALQUILER A TODO COSTO DE UN CARRO VALLA CON EL PROPÓSITO DE APOYAR LAS JORNADAS DEPORTIVAS EN CAMPO Y LA PEDAGOGÍA CIUDADANA EN LA ESTRATEGIA CARAVANA DEPORTIVA.	
Presupuesto oficial	$ 18,000,000,00	
forma de pago	Pagos mensuales.	
Experiencia	El proponente debe acreditar y aportar la experiencia específica mediante certificación o copia de contratos suscritos y terminados y liquidados del sector público o privado que tengan directa relación con el objeto a contratar (Difusión de publicidad) cuya sumatoria sea igual o superior al presupuesto fijado por el IMDERE para la presente contratación. Para la experiencia general se debe acreditar que esta sea mínima de tres (03) años en el mercado.	
Código UNSPSC	82101501 - Publicidad en vallas	
Plazo	Hasta el 31 de diciembre de 2020.	
Oferentes	IN PLACE MARKETING SAS	
Amparos en la garantía única	**Cumplimiento**	Por el 20% del valor total del contrato, con vigencia igual al término de ejecución del contrato y cuatro (04) meses más.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 8% del valor total del contrato con vigencia igual al término de ejecución del contrato y tres (3) años más
	Calidad de los bienes y servicios.	Por el 20% del valor total del contrato, con vigencia igual al término de ejecución del contrato y cuatro (04) meses más.
	Responsabilidad civil extracontractual.	Por 200 SMMLV. Por el término de la vigencia del contrato.
Fuente	Secop I	

Link de Verificación:
https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=20-13-11194971

3.8.7. FABRICA DE LICORES DEL TOLIMA - FLT-CD-243-2022.

Modalidad	Contratación Mínima Cuantía
Tipo de contrato	Arrendamiento

Objeto	ARRENDAMIENTO CARRO VALLA CON EL PROPOSITO DE FORTALECER EL POSICIONAMIENTO DE LOS PRODUCTOS DE LA FABRICA DE LICORES DEL TOLIMA	
Valor	$ 20.000.000,00	
Forma de pago	Pago anticipado y mensualidades vencidas.	
Experiencia	Una certificación de experiencia de contratos ejecutados, cuya sumatoria total sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial y el objeto corresponda al presente proceso.	
Código UNSPSC	82101501 - Publicidad en vallas	
Plazo	2 (Meses)	
Oferentes	COLOMBIA NEGOCIOS S.A.S	
Amparos en la garantía única	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor total del contrato con vigencia igual al plazo de ejecución del contrato y tres (3) meses más.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	No se exigió.
	Calidad de los bienes y servicios.	No se exigió.
	Responsabilidad civil extracontractual.	No se exigió.
Fuente	Secop II	

Link de Verificación:

https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.3182786

4. Forma de Pago

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

No	ENTIDAD	FORMA DE PAGO
1	**MUNICIPIO DE SINCELEJO**	ANTICIPO Y PAGOS PARCIALES.
2	**INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO DE CUNDINAMARCA**	PAGOS PARCIALES.
3	**DEPARTAMENTO DEL META**	PAGOS MENSUALES.
4	**VALLE DEL CAUCA - INSTITUTO MUNICIPAL PARA EL DEPORTE Y LA RECREACIÓN IMDERE – JAMUNDI**	PAGOS MENSUALES.
5	**FABRICA DE LICORES DEL TOLIMA**	PAGO ANTICIPADO Y MENSUALIDADES VENCIDAS.

4.1 Tipo De Contrato

De acuerdo con las especificaciones técnicas del proyecto en mención y a la información analizada en el estudio de la demanda las 5 entidades celebraron el contrato 2 entidades por medio de Prestacion de servicios, 2 por suminsitro y 1 por concepto de otro , según los antecedentes estudiados se recomienda que el contrato a celebrar sea de **PRESTACION DE SERVICIOS** .

4.2.Amparos Requeridos en la Garantía

Del estudio realizado a los procesos llevados a cabo en las entidades estatales, incluyendo el municipio de Sincelejo, se observó que estas incluyen entre los amparos requeridos los siguientes:

- **Cumplimiento:** Por el 10% y el 20% del valor del contrato.
- **Buen manejo y correcta inversión del anticipo:** El valor de esta garantía debe ser el 100% de la suma establecida como anticipo, con una vigencia igual a la de la duración del contrato y seis (06) meses más.
- **Pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones.** Por el 5% y el 8% del valor del contrato.
- **Calidad del servicio:** Por el 10% y el 20% del valor del contrato.
- **Responsabilidad civil extracontractual:** Por 200 SMMLV.

De acuerdo a la cuantía del presente proceso contractual, y según lo dispuesto en el artículo 2.2.1.2.1.5.4 del decreto 1082 de 2015, el municipio de Sincelejo es libre de exigir o no garantías para amparar este proceso.

4.3.Oferentes

De acuerdo co la información obtenida en el estudio de la demanda se observa que, en el pasado en las demás entidades estatales, incluyendo el municipio de Sincelejo, los oferentes que han participado en este tipo de procesos son:

No	ENTIDAD	OFERENTES PARTICIPANTES
1	**MUNICIPIO DE SINCELEJO**	FUNDACION INTEGRAL PARA EL DESAROLLO DE LA SABANA
2	**INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO DE CUNDINAMARCA**	ÉBANO DC S.A.S GLC INVERSIONES SAS FAVIAN JAIMES JAIMES
3	**DEPARTAMENTO DEL META**	LARBOTANTE SAS
4	**VALLE DEL CAUCA - INSTITUTO MUNICIPAL PARA EL DEPORTE Y LA RECREACIÓN IMDERE – JAMUNDI**	IN PLACE MARKETING SAS
5	**FABRICA DE LICORES DEL TOLIMA**	COLOMBIA NEGOCIOS S.A.S

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

4.4. Observaciones

En el estudio de la demanda realizado a los procesos de este mismo tipo realizados a las entidades estatales se pudo observar que todos fueron adjudicados y celebrados de forma normal entre el contratista y el contratante.

Teniendo en cuenta la naturaleza del proceso contractual de los riesgos que se pueden presentar se enuncian los siguientes:

- El tiempo planeado para la ejecución del proceso no es suficiente.
- Incumplimiento del objeto contractual.
- No pago de las obligaciones con los empleados.
- Los precios no corresponden a los del mercado
- Incumplimiento del objeto contractual
- Mala calidad de los servicios prestados.
- Que el proceso sea declarado desierto.
- Necesidad insatisfecha.

4.5. Recomendaciones

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

4.6 Valor y Tiempo Estimado

Visto lo anterior, de conformidad con el análisis realizado el valor estimado para la contratación de: **PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD PARA APOYAR CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE VEHÍCULO CON VALLAS INFORMATIVAS, MEDIANTE PERIFONEO ALUSIVAS A LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DE SINCELEJO**, para un plazo de ejecución de cuatro (4) meses, corresponde a la suma de: **SESENTA Y DOS MILLONES QUINIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y OCHO PESOS M/CTE ($62.599.998) IVA INCLUIDO.**

OBER ANDRES SALCEDO MENDOZA
Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones

Elaboro y proyecto: Ángel David Pérez B.